

# Des réseaux sociaux au Community Management



## OBJECTIFS

- Choisir les réseaux sociaux les plus pertinents pour votre communauté
- Définir la stratégie social media de votre structure
- Mettre en place des mécanismes d'animation
- Surveiller et gérer ce qui est dit sur votre structure

## CONTENU

### Les réseaux sociaux

- Présentation générale des réseaux sociaux
- Facebook
- Twitter
- Viadeo et LinkedIn
- Google+
- Instagram
- Pinterest
- Youtube/Vimeo
- Blog (Wordpress)
- Et d'autres...

### Les fondamentaux

- quel ton, qui parle et à qui, d'où on parle, à quoi cela sert... (toutes les questions qu'il faut se poser avant d'y aller) ;
- comment créer des comptes, les paramétrer, les utiliser ;
- comment les lier éventuellement ensemble ;
- déterminer les besoins et les méthodes de mise à jour automatique ; quels sont les enjeux et les contraintes pour l'entreprise ;
- comment établir au sein d'une entreprise une charte si nécessaire ;
- mettre en place des outils pour faciliter les mises à jour, la veille...

### Facebook

- création de profil, de page ou de groupe ;
- administration à plusieurs ;
- ajout d'applications ;
- utilisation des statuts, des événements, des articles...

### Twitter

- comment cela fonctionne ;
- les habitudes, le vocabulaire et les usages ;
- mettre en place une ou plusieurs approches possibles ;
- ouvrir à l'espace public...

### LinkedIn

- comment cela fonctionne ;
- les habitudes, le vocabulaire et les usages ;
- mettre en place une ou plusieurs approches possibles ;

### Les autres médias sociaux

- les plateformes (vidéo, audio, images, présentation) ;
- pollinisation des contenus et référencement ;
- utilisation concrète de ces plateformes...

### Les missions du Community Manager

- missions au sein d'une structure
- missions au sein des réseaux sociaux
- Le community manager en France

### Les principes de la rédaction Web

- La perception du contenu par les internautes
- Les 5W et 2H
- La pyramide inversée

### L'e-reputation

- Mettre en place une veille
- Comment répondre aux attentes ou aux critiques



## POURQUOI CETTE FORMATION ?

Le rôle du Community Manager est de gérer les communautés, de les animer, de les structurer. Il est là pour créer les contenus dans le respect de la stratégie de communication et de marketing de votre structure. Il répondra aussi aux attentes des utilisateurs sur les réseaux sociaux en répondant aux questions, en désamorçant d'éventuelles « crises » ou en valorisant des internautes qui réagissent positivement avec vous. Il saura aussi quels sont les médias sociaux les plus à même de répondre à votre stratégie. Le community manager se retrouve être responsable de l'image de votre destination sur les réseaux sociaux et au-delà sur internet. Il s'agit donc un poste important et sensible.

## DATES

Les 11 & 12 octobre 2018 et 19 novembre 2018

## LIEU

Pontivy

## INTERVENANT

I. TOLLEMER/VOYELLES

## PUBLIC

Chargé de projets E-Tourisme, salarié intervenant sur le volet digital, Community Manager débutant ou futur Community Manager

## PRÉ-REQUIS

Connaître le web, la navigation, avoir quelques notions techniques et rédactionnelles

## MÉTHODOLOGIE

Alternance d'apports théoriques, d'échanges et de travail en atelier.  
Support de cours

## NOMBRE DE PARTICIPANTS

12

## A SAVOIR

Méthode interactive privilégiée

## **Animer**

- Des contenus spécifiques
- Mécanismes d'animation (jeux-concours, collaboration,...)
- Regarder ce que font les autres

## **Les outils**

- Les outils pour gérer les réseaux (Hootsuite,...)
- Les outils statistiques
- Les outils d'animation (SocialShaker : jeu
- Facebook, concours photo Instagram,...)
- Les outils de veille (Feedly, Google Alerte, Topsy,...)
- Les outils de gestion de flux RSS (IFTTT,...)

## **Définir sa stratégie**

- Définir ses 3 images
- Définir sa stratégie social media avec la méthode QQOCCP