



Formation : Responsable Réseaux Sociaux et Community Management

Public Visé : Professionnels de la communication, du marketing, des médias sociaux, et toute personne souhaitant acquérir des compétences avancées en gestion de communautés et réseaux sociaux. Niveau intermédiaire à avancé.

Durée : 8 jours (64 heures au total)

Prérequis : Les participants doivent avoir une connaissance de base des réseaux sociaux et de la communication en ligne. Une expérience préalable dans le domaine est un plus, mais pas nécessaire.

Objectifs de la Formation : à la fin de cette formation, les participants seront en mesure de :

PARTIE 1: Définir la Stratégie Médias Sociaux (2 jours)

1. Comprendre les fondamentaux de la stratégie médias sociaux.
2. Savoir analyser l'audience et les concurrents pour une planification stratégique efficace.
3. Être capable d'élaborer une stratégie de contenu pertinente.
4. Maîtriser la planification du calendrier éditorial.

PARTIE 2: Le Community Management (4 jours)

5. Créer du contenu engageant et de qualité pour les médias sociaux.
6. Utiliser des outils de création de contenu de manière efficace.
7. Gérer les commentaires, la modération, et répondre aux problèmes de communauté.
8. Suivre les performances sur les réseaux sociaux et comprendre les KPI.
9. Utiliser les données pour améliorer les stratégies de médias sociaux.
10. Comprendre le marketing d'influence et collaborer avec des influenceurs.

PARTIE 3: Mettre en Œuvre le Media Planning (2 jours)

11. Maîtriser les bases de la publicité payante sur les médias sociaux.
12. Créer des campagnes publicitaires efficaces et ciblées.
13. Mesurer les retours sur investissement publicitaires.
14. Identifier et gérer les crises sur les médias sociaux.
15. Planifier la gestion de crise de manière proactive.
16. Automatiser les tâches récurrentes en community management.



PROGRAMME

PARTIE 1: Définir la Stratégie Médias Sociaux (2 jours)

Jour 1: Fondamentaux de la Stratégie Médias Sociaux

- Matin : Introduction à la stratégie médias sociaux
 - Comprendre les médias sociaux et leur importance dans la communication d'entreprise
 - Les objectifs stratégiques des médias sociaux
- Après-midi : Analyse de l'audience et des concurrents
 - Comment identifier et comprendre votre public cible
 - Analyse concurrentielle et benchmarking

Jour 2: Planification Stratégique

- Matin : Élaboration d'une stratégie de contenu
 - Définir la voix de la marque et le ton sur les médias sociaux
 - Créer un plan de contenu stratégique
- Après-midi : Planification du calendrier éditorial
 - Comment organiser et programmer les publications
 - Utilisation d'outils de gestion de calendrier éditorial

PARTIE 2: Le Community Management (4 jours)

Jour 3: Création de Contenu Engageant

- Matin : Création de contenu de qualité
 - Création de textes, images et vidéos adaptés aux médias sociaux
 - Utilisation d'outils de conception graphique
- Après-midi : Utilisation d'outils de création de contenu
 - Découverte d'outils pour éditer des images et vidéos
 - Planification de contenu visuel

Jour 4: Gestion de Communauté

- Matin : Gérer les commentaires et la modération
 - Gestion des commentaires positifs et négatifs
 - Mise en place de règles de modération
- Après-midi : Répondre aux crises et aux problèmes de communauté
 - Gestion des crises en ligne
 - Stratégies de résolution de conflits

Jour 5: Analyses et Mesures

- Matin : Suivi des performances sur les réseaux sociaux
 - Comprendre les indicateurs clés de performance (KPI)
 - Utilisation d'outils d'analyse



- Après-midi : Utilisation des données pour l'amélioration
 - Analyse des données pour ajuster la stratégie
 - Mise en place de tableaux de bord de suivi

Jour 6: Marketing d'Influence

- Matin : Comprendre le marketing d'influence
 - Rôle des influenceurs dans les médias sociaux
 - Identification d'influenceurs pertinents
- Après-midi : Collaboration avec des influenceurs
 - Négociation de partenariats avec des influenceurs
 - Suivi et évaluation des collaborations

PARTIE 3: Mettre en Œuvre le Media Planning (2 jours)

Jour 7: Publicité sur les Médias Sociaux

- Matin : Publicité payante sur les médias sociaux
 - Les bases de la publicité sur les réseaux sociaux
 - Création de campagnes publicitaires efficaces
- Après-midi : Stratégies publicitaires efficaces
 - Ciblage avancé et optimisation des publicités
 - Mesure des retours sur investissement publicitaires

Jour 8: Gestion de Crise et Stratégies Avancées

- Matin : Identification et gestion des crises
 - Reconnaître les signes de crise sur les médias sociaux
 - Planification de la gestion de crise
- Après-midi : Planification de la gestion de crise et automatisation avancée
 - Création de plans de gestion de crise
 - Automatisation des tâches récurrentes et avancées en community management

Session de Clôture : Réflexion et Plan d'Action

- Discussion et partage d'expériences entre participants.
- Élaboration d'un plan d'action personnel pour l'utilisation continue des réseaux sociaux afin de se démarquer de manière efficace.
- Remise de certificats de participation.

Moyens et approche pédagogique :

- Nous privilégions la mise en pratique pour un accompagnement opérationnel
- La partie théorique est exposée à partir de supports visuels (Powerpoint) et illustrée par des exemples concrets



- Des livrets d'exercices sont transmis afin de réaliser la préparation ou la mise en pratique de la formation à partir du cas de votre entreprise
- La mise en pratique se fait à partir du matériel personnel du participant => ordinateur portable et smartphone

Modalité pédagogiques et matériel : Le participant doit disposer d'un ordinateur portable (accès Wifi) et d'un smartphone

Evaluation des acquis : L'évaluation des acquis se déroule tout au long de la formation par des exercices pratiques, ateliers, ou mise en situation, en fin de formation un QCM est réalisé.

Modalités d'inscription : Un entretien préalable et un formulaire d'inscription permettront de valider votre niveau pour suivre ce stage dans les meilleures conditions