

COMMUNITY MANAGEMENT : LES FONDAMENTAUX



Objectifs

Communiquer sur le Web et les réseaux sociaux et créer une communauté engagée autour de sa marque ou son entreprise.

Contenus

Module 1 : paramétrer ses comptes sociaux et créer ses pages entreprise – Décrire les principes fondamentaux de modération et d'intervention sur les médias sociaux – Clarifier les canaux de communication, se positionner sur les réseaux – Paramétrer et optimiser ses comptes sur les principaux outils (Facebook, Twitter, LinkedIn, Pinterest, Instagram, Youtube) – Intégrer le blog dans sa stratégie social-media
Module 2 : mettre en oeuvre sa stratégie sociale – Gérer un e-projet, organiser ses comptes – Installer les outils de mesure – Organiser et planifier la production des contenus (charte rédactionnelle, calendrier éditorial, planification des diffusions) – Mettre en place des campagnes publicitaires
Module 3 : produire des contenus et gérer les interactions – Rédiger pour les médias sociaux – Créer une infographie adaptée – Animer une communauté

Pré-requis

Bonne connaissance de l'outil informatique et d'Internet.

Public concerné

Validation

Attestation de compétences