

COMMUNITY-MANAGER

Le Community-Manager est avant tout le représentant, l'ambassadeur d'une marque, d'une société ou même d'un produit sur internet dont il doit développer la notoriété et l'image de marque. Poste stratégique, son rôle consiste à parler et surtout faire parler de son entreprise et de ses produits sur le web en intervenant à la fois sur la veille d'informations, la mise en place de contenus, la création et l'animation de communautés. C'est une fonction sensible, qui demande beaucoup d'habileté, de diplomatie et de réactivité. Peu commune, elle est souvent à cheval sur plusieurs compétences : marketing, relations-publiques, éditorial... Son rôle est donc difficile à délimiter et est en constante évolution.

Objectifs de la formation

- Créer et animer une communauté sur le web
- Mettre en œuvre une stratégie de développement de la visibilité et de la notoriété d'un produit, d'une marque ou d'une entreprise par le web et les réseaux sociaux
- Créer des contenus, les mettre en ligne et en mesurer l'audience en utilisant les outils appropriés
- Développer son employabilité et son réseau professionnel

Contenu de la formation

- Sélection et positionnement en début de formation
- Maîtrise de la langue française
- Maîtrise de l'outil informatique
- Atelier vidéo
- Créer et animer sa communauté
- Mettre en place une stratégie communautaire
- Ecrire pour sa communauté
- Gérer sa visibilité au sein de sa communauté
- Devenir autoentrepreneur
- Immersion professionnelle (stage)
- Renforcement et accompagnement individuel maximum
- Evaluations

Méthodes pédagogiques

Alternance de différentes méthodes :

Expositive : le formateur maîtrise un contenu structuré et transmet ses connaissances sous forme d'exposé.

Participative : le formateur fait appel au groupe et propose des exercices d'illustration, des jeux de rôles, des exposés interactifs et des études de cas.

Active : le formateur propose des retours d'expériences et d'échanges sur des situations vécues. Réalisation alors de diagnostic, mise en place de plan d'action et axe d'amélioration.

Moyens pédagogiques : documentation adaptée, utilisation régulière de l'outil informatique et de logiciels spécifiques.

Les méthodes pédagogiques mises en œuvre devront favoriser la professionnalisation des apprenants (beaucoup de contenus pédagogiques pratiques, utilisation importante de l'outil informatique, travaux réels en lien avec les immersions professionnelles...)

Dates à retenir

Nous consulter

Nombre de participants

16 places.

Volume horaire

716 heures (dont 175 heures de stage)

Public

- Sens de l'écoute, sens du contact, empathie, bonne dimension relationnelle.
- Curiosité intellectuelle, bonne culture générale. adaptabilité.
- Autonomie, diplomatie, rigueur.
- Qualités rédactionnelles.
- Goût prononcé pour les nouveaux médias, les réseaux sociaux, l'innovation et bien sûr le net.
- Compréhension des enjeux économiques de l'entreprise.

Pré-requis

Positionnement TOSA (WORD – EXCEL – POWERPOINT – OUTLOOK)

Positionnement VOLTAIRE

Test d'utilisation d'un navigateur WEB / Analyser et résumer à l'écrit d'une vidéo / Questionnaire « réseaux sociaux »

Entretien de motivation

Renseignements

Catherine DOLLE : 09.81.26.93.91 / c.dolle@1630formation.fr