LUNDI 21 AVRIL 2025

www.obea.fr

COM26	2 jour(s)	Coût non défini

Le métier de community manager

OBJECTIFS

- Définir le rôle et les compétences d'un community manager
- S'approprier les techniques pour améliorer la visibilité de la marque
- Animer une communauté sur le web
- Elaborer et optimiser une stratégie de communication Cross-Media

PUBLIC

Chargé-e de communication, responsable web, community manager en prise de poste

PROGRAMME

1- Les grandes évolutions en matière de marketing digital

- L'omniprésence du digital en chiffres
- Web Collaboratif, multi-écrans, big data, objets connectés…retour sur les tendances
- Les nouveaux modes de communication et de consommation de l'information
- L'évolution de l'expérience client et le concept « d'expérience utilisateur »

2- Rôle et missions du community manager

- Qu'est-ce qu'un community manager ?
- Le périmètre d'intervention et la place du community manager dans l'organisation
- Les compétences clés d'un community manager
- La boîte à outils de l'animateur de communauté
- Savoir écouter sa communauté : l'importance d'une veille active
- Concevoir une charte de bonne utilisation des réseaux

3- Focus : l'animation communautaire sur les réseaux sociaux

- Historique et catégorisation des réseaux sociaux
- Différencier médias sociaux et réseaux sociaux
- Les principaux réseaux en chiffres
- Le cycle de création d'une communauté sur le Web
- Animation communautaire : les bonnes pratiques
- Développer la cohésion dans une communauté
- Trouver l'équilibre entre création et curation de contenus
- Intégrer les codes rédactionnels et les règles éditoriales
- Animer une Fan page Facebook et un fil Twitter
- Communiquer sur les réseaux sociaux professionnels : LinkedIn, Viadeo

4- Définir une stratégie de communication efficace

- Déterminer les objectifs, les cibles et leviers à la base de la communauté
- Choisir le média adapté et sélectionner ses plate-formes
- E-réputation, identité numérique et corporate branding
- Gestion de crise : appréhender les « bad buzz »
- Optimiser sa présence sur les réseaux : quatre étapes pour bâtir sa stratégie de communication
- Etude de cas : Stratégie de communication de Coca-Cola

5- Evaluer le dispositif et le ROI

TOUTES LES SESSIONS

- Définir des indicateurs de performance
- Exploiter les outils statistiques : Focus sur Facebook et Twitter
- Dégager des axes d'amélioration pour optimiser sa campagne