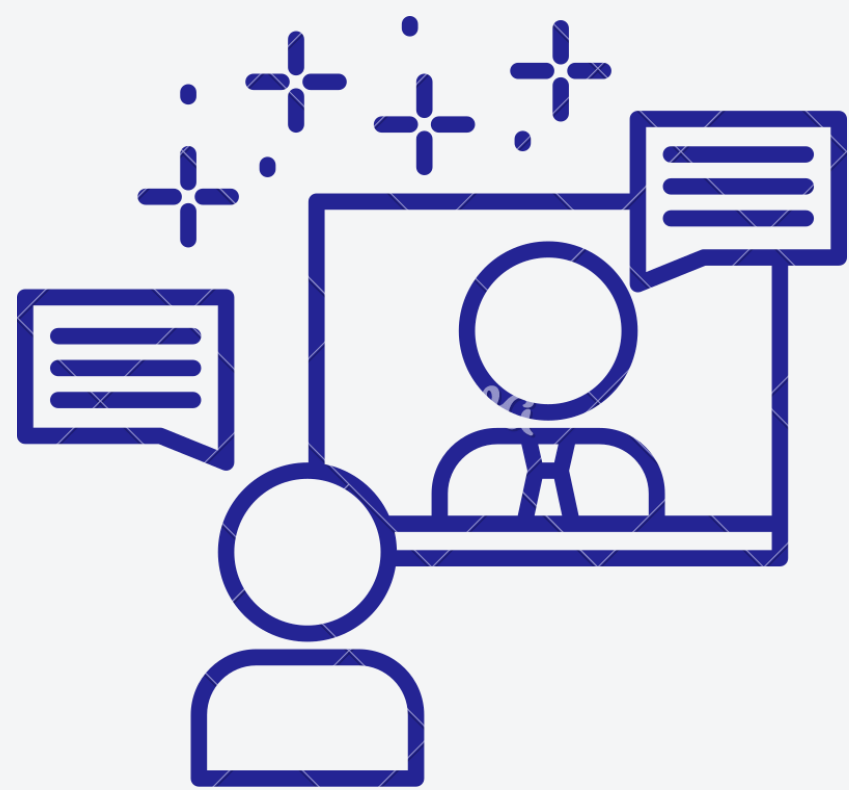




AUXILIUM

Notre métier, c'est votre réussite

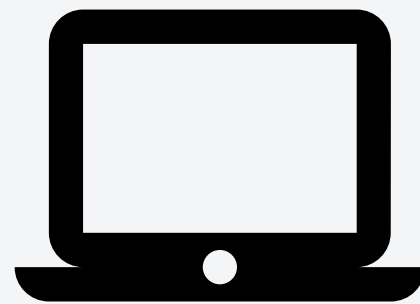


FORMATION COMMUNITY MANAGEMENT

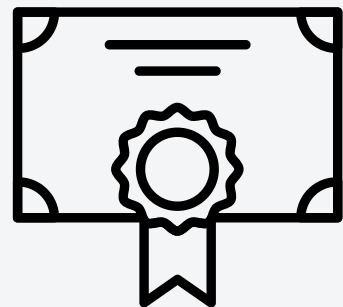
LA FORMATION



La formation dure le temps dont vous avez besoin.



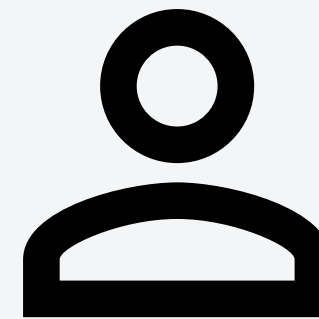
La formation se déroule à distance en visioconférence.



A la fin de la formation, vous aurez la possibilité d'obtenir une certification.



Le coût de la formation dépend du nombre d'heures que vous prenez.



La formation est individuelle. Chaque apprenant à un formateur qui s'occupe de lui.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Mesurer les enjeux des nouveaux usages du digital et des médias sociaux
- Se familiariser avec les réseaux sociaux et leur mode de fonctionnement
- Décrypter les usages qu'en font les entreprises
- Obtenir son PCIE

SUIVI DE L'EXÉCUTION ET ÉVALUATION DES RÉSULTATS

- Emargement..
- Questions orales ou écrites (QCM).
- Mises en situation.
- Formulaire d'évaluation de la formation.
- Certificat de réalisation de l'action de formation.

RESSOURCES TECHNIQUES ET PÉDAGOGIQUES

- Visioformation.
- Documents supports de formation partagés.
- Exposés théoriques.
- Etude de cas concrets.
- Quiz.
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation.

Nos formateurs s'adaptent à vos besoins
et votre niveau.

Les programmes indicatifs peuvent être
changés et améliorés en fonctions de ce
que vous voulez.



PROGRAMME INDICATIF

- ✓ Élaborer sa stratégie de communication digitale
 - Évaluer la e-réputation de l'entreprise et écouter les communautés
 - Bâtir un plan de communication : quels médias et réseaux sociaux pour quels objectifs ?
 - Choisir le ton de sa communication. Comprendre les différents usages des médias sociaux (matrice POEM)
 - Constituer l'équipe : les nouveaux métiers

- ✓ Panorama des réseaux et médias sociaux Point sur l'évolution des différents médias sociaux : Facebook ; Twitter ; LinkedIn ; Instagram ; Snapchat ; YouTube

PROGRAMME INDICATIF

- ✓ Établir un dispositif sur les médias sociaux pour un événement Augmenter la visibilité de votre événement grâce aux médias sociaux. Créer un dispositif omnicanal pour valoriser un événement. Utiliser les événements pour produire du contenu.
- ✓ Identifier les opportunités publicitaires Business models des réseaux et médias sociaux. Quels objectifs pour les Social Ads Tour d'horizon des solutions publicitaires proposées par Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Snapchat
- ✓ Mesurer les actions de communication digitale Connaître les différentes métriques : like, share, portée, impressions, RT, followers
La mesure de l'engagement, notion de ROE et ROI. Les outils de management des communautés – Social Media Management Systems (SMMS)

PROGRAMME INDICATIF

- ✓ Repérer et communiquer avec les blogueurs influents Comprendre l'économie des blogs et des influenceurs sur les médias sociaux. Établir un programme influenceurs en 4 étapes. Comprendre l'importance des micro-influenceurs
- ✓ Gérer la communication de crise en ligne Évaluer les crises : appréhender les typologies de crise sur Internet (fail, bad buzz, crise). Comprendre l'importance de la gestion des avis clients négatifs sur Internet

Toute l'équipe d'Auxilium vous
souhaite une excellente formation!
