

GÉRER UNE COMMUNAUTÉ - WEBMASTERING ET COMMUNITY MANAGEMENT

Durée

2 jours

Référence Formation

5-NO-COMA

Objectifs

Utiliser les principaux sites d'échanges et de partage d'images, photos et vidéos (Facebook, Flickr, Youtube, Twitter ...)
Communiquer selon les règles du Web 2.0
Connaître la législation en matière de mise en ligne
Élaborer un plan de présence sur les médias sociaux
Mettre en place des outils d'analyse de retour sur investissement

Participants

Tout public

Pré-requis

Pratiquer la navigation Internet
Avoir suivi "Rédiger pour le Web" serait un plus

Moyens pédagogiques

Réflexion de groupe et apports théoriques du formateur
Travail d'échange avec les participants sous forme de réunion-discussion
Utilisation de cas concrets issus de l'expérience professionnelle
Validation des acquis par des questionnaires, des tests d'évaluation, des mises en situation et des jeux pédagogiques.
Remise d'un support de cours.

PROGRAMME

Présentation de la formation, des participants et de leurs attentes spécifiques

- L'évolution du Web et l'arrivée du Web 2.0
- Caractéristiques et spécificités du Web 2.0
- Les prochaines étapes

Quelles sont les influences générées par le Web 2.0

- Impact sur l'identité individuelle
- Impact sur la relation marque / consommateurs
- Impact sur l'image des marques
- Le nouvel étalon : dialogue

Etude des fondamentaux du Web 2.0

- Qu'est ce que le capital social ?
- Que peut-on faire avec le Web 2.0 ?
- Connaître et comprendre les bloggeurs
- Les outils de la veille

Monter sa propre e-communauté : les règles à suivre

- Opportunités
- Bonnes et mauvaises pratiques : règles à respecter absolument pour bâtir sa e-communauté
- Pérenniser sa communauté : animation, modération
- Les limites

Comment utiliser les communautés existantes

CAP ÉLAN FORMATION

www.capelanformation.fr - Tél : 04.86.01.20.50

Mail : contact@capelanformation.fr

Organisme enregistré sous le N° 76 34 0908834

version 2024

- Les grands carrefours communautaires ou comment les trouver ?
- Quel type de relation développer ?
- Quelle stratégie mettre en place pour bâtir un marketing communautaire ?
- Optimiser ses investissements on-line grâce aux communautés

Gérer sa communauté

- Les outils et fonctionnalités à mettre en place pour sa communauté
- Gérer son image au sein de la communauté
- Les signaux faibles
- Anticiper et gérer une crise