

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

Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation équipée d'un vidéo projecteur, tableau blanc et paperboard ainsi qu'un ordinateur par participant pour les formations informatiques.
Positionnement préalable oral ou écrit sous forme de tests d'évaluation, feuille de présence signée en demi-journée, évaluation des acquis tout au long de la formation.
En fin de stage : QCM, exercices pratiques ou mises en situation professionnelle, questionnaire de satisfaction, attestation de stage, support de cours remis à chaque participant.
Formateur expert dans son domaine d'intervention
Apports théoriques et exercices pratiques du formateur
Utilisation de cas concrets issus de l'expérience professionnelle des participants
Réflexion de groupe et travail d'échanges avec les participants
Pour les formations à distance : Classe virtuelle organisée principalement avec l'outil ZOOM. Assistance technique et pédagogique : envoi des coordonnées du formateur par mail avant le début de la formation pour accompagner le bénéficiaire dans le déroulement de son parcours à distance.

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

Découvrir ou créer sa communauté

- Impact sur l'identité individuelle

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

Quelles sont les influences générées par le 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

Etude des fondamentaux du Web 2.0

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

Monter sa propre e-communauté : les règles à suivre

- 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

Comment utiliser les communautés existantes

- 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

