

Public	Toute personne amenée à avoir une mission de Community Management.
Durée	2 jours - 14 heures
Pré-requis	Avoir une pratique digitale courante, sur ordinateur et Smartphone.
Objectifs	Déterminer les enjeux des réseaux sociaux Mesurer les implications concrètes sur la stratégie et l'organisation Recruter et encadrer un Community Manager.
Méthodes pédagogiques	Pour bien préparer la formation, le stagiaire remplit une évaluation de positionnement et fixe ses objectifs à travers un questionnaire. La formation est délivrée en présentiel ou distanciel (e-learning, classe virtuelle, présentiel et à distance). Le formateur alterne entre méthodes démonstratives, interrogatives et actives (via des travaux pratiques et/ou des mises en situation). La validation des acquis peut se faire via des études de cas, des quiz et/ou une certification. Cette formation est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par Audit Conseil Formation.
Moyens techniques	1 poste de travail complet par personne De nombreux exercices d'application Mise en place d'ateliers pratiques Remise d'un support de cours Passage de certification(s) dans le cadre du CPF Remise d'une attestation de stage
Modalité d'évaluation des acquis	Evaluation des besoins et objectifs en pré et post formation Evaluation technique des connaissances en pré et post formation Evaluation générale du stage
Planning	Du 10/06/2025 au 11/06/2025 Du 09/09/2025 au 10/09/2025 Du 18/11/2025 au 19/11/2025
Délai d'accès	L'inscription à cette formation est possible jusqu'à 5 jours ouvrés avant le début de la session
Accessibilité handicapés	Au centre d'affaires ELITE partenaire d'ACF à 20 m. Guide d'accessibilité à l'accueil.

PANORAMA ET ÉTAT DES LIEUX DES RÉSEAUX SOCIAUX

- Facebook
- LinkedIn
- TikTok
- YouTube
- X (ex Twitter)
- Instagram
- Pinterest
- Snapchat
- Qui sont les utilisateurs, quels sont leurs usages et sur quels supports ?
- Sources statistiques : rapports annuels et sites à privilégier

RÉSEAUX SOCIAUX ET STRATÉGIE DE COMMUNICATION

- Spécificités de la communication sur les réseaux sociaux : enjeux, opportunités, ecueils pour les marques et organisations
- Profil et missions d'un Community Manager : organisation au sein d'une équipe
- Identifier les réseaux pertinents et les algorithmes de classement
- Définir une ligne éditoriale : ton, thématiques, types de posts, les outils de veille
- Rédactionnel : analyse critique de posts
- Possibilités et choix des formats rich media
- Exemples de bonnes pratiques : facebook, instagram, tikTok, X (ex Twitter)

RÉSEAUX SOCIAUX ET STRATÉGIE MARKETING

- B to B, B to C et réseaux sociaux : état des lieux et tendances
- Quelle cibles je veux atteindre ?
- Quels types de contenus font vendre, et pourquoi ?
- Définir ses objectifs : générer des leads, générer des achats, fidéliser les membres, renforcer l'image de marque
- Convertir les visites en achats et optimiser le tunnel d'achat
- Mesurer l'impact sur les ventes et calculer le retour sur investissement
- Identifier les statistiques importantes dans Google Analytics pour les réseaux sociaux
- Achat et vente d'espaces publicitaires : récapitulatif des formats publicitaires
- Créer une campagne sur-mesure pour Facebook : canvas, collections, carrousels

NOTIONS DE RÉFÉRENCEMENT NATUREL (SEO) ET DE SMO

- Comprendre l'impact des réseaux sociaux sur le SEO
- Comprendre le processus d'indexation des pages Web par les robots
- Le PageRank Google et ses implications sur les liens (links, backlinks, crosslinks)
- Définir des mots-clés avec un bon rapport entre offre et demande
- Repérer les balises HTML prises en compte par les moteurs de recherche
- Google Trends : mesurer les requêtes formulées par les internautes
- Identifier les statistiques importantes dans Google Analytics

MISE EN PRATIQUE AVEC DES OUTILS SPÉCIALISÉS

- Comparaison de 3 solutions : Hootsuite, Buffer, Sprout Social
- Fonctionnalités de veille
- Fonctionnalités de publication
- Mesures statistiques et rapports d'activité

NOUS CONTACTER

Siège social

16, ALLÉE FRANÇOIS VILLON
38130 ÉCHIROLLES

Téléphone

04 76 23 20 50 - 06 81 73 19 35

Centre de formation

87, RUE GÉNÉRAL MANGIN
38000 GRENOBLE

E-mail

contact@audit-conseil-formation.com

Suivez-nous sur les réseaux sociaux, rejoignez la communauté !



ACF Audit Conseil Formation



@ACF_Formation



ACFauditconseilformation