

Certification en gestion de communauté et des médias sociaux

Description de la formation

La certification en gestion de communauté vise à outiller toutes personnes qui souhaitent bâtir et déployer une stratégie de communication ou de ventes sur les réseaux sociaux. Elle permettra plus spécifiquement aux personnes qui ont ou souhaitent avoir la responsabilité des réseaux sociaux pour leur entreprise de maîtriser les outils, les stratégies et les meilleures pratiques en terme de communications digitales. La Certification permet donc une maîtrise technique, stratégique et tactique des principales plateformes de types 2.0. Bloc 1 - Maîtriser les principaux réseaux sociaux Il existe aujourd'hui une multitude de d'outils permettant de communiquer et d'interagir avec un public cible sur les réseaux sociaux. Chaque plateforme à ses forces et ses limites, chacune à ses propres codes et rejoint des utilisateurs aux styles psychographiques variés. Quels sont les principales plateformes à considérer dans une stratégie de contenu, pour développer ses affaires ou encore pour promouvoir ses produits et services ? Bloc 2 - Bâtir sa stratégie de contenu sur les réseaux sociaux Les réseaux sociaux ne sont pas une fin en soi. Ils doivent servir les aspirations commerciales de l'entreprise, la cause d'une organisation ou encore des objectifs globaux de communication. Par où commencer pour bâtir sa stratégie ? Qui sont les cibles ? Comment trouver, éditer et diffuser du contenu ? Quels sont les formats les plus efficaces ? Comment animer sa communauté ? Bloc 3 - Bâtir et mesurer une campagne sur les réseaux sociaux La plupart des plateformes offrent aujourd'hui d'intéressantes opportunités publicitaires. Ils nous permettent de promouvoir des produits, des services ou des idées de manière très ciblée auprès d'auditoires très segmentés. Comment bâtir une campagne ? Quels sont les pièges à éviter et les opportunités à saisir sur les différentes plateformes ? Comment mesurer le succès des campagnes ? Ce bloc inclut des ateliers pratiques de création de campagne.

Objectifs pédagogiques

1. Utiliser les différentes plateformes disponibles.
2. Identifier et diffuser du contenu pertinent.
3. Interagir sur les différentes plateformes.
4. Utiliser les médias sociaux de manière stratégique et les rendre efficaces au sein de l'organisation.

Contenu

Bloc 1 : Maîtriser les principaux réseaux sociaux

Introduction : Le monde des réseaux sociaux où en sommes nous ?

- Tour d'horizon des principales statistiques par plateforme
- La notion de dialogue sur les réseaux sociaux
- L'Éthique, la netiquette et la protection des données

LinkedIn, un partenaire incontournable dans les communautés d'affaires

- Présentation de la plateforme
- Les paramètres essentiels
- L'optimisation du profil individuel
- L'utilisation des pages entreprises
- La communication dans les groupes
- Les meilleures pratiques de diffusion sur LinkedIn

Facebook, le divertissement au service des affaires

- Présentation de la plateforme
- Les paramètres essentiels
- L'utilisation des pages entreprises
- La communication dans les groupes
- Les onglets spécialisés

Certification en gestion de communauté et des médias sociaux

- Les meilleures pratiques de diffusion sur facebook

Twitter, un outil de diffusion très puissant

- Présentation de la plateforme
- Les paramétrages essentiels
- L'optimisation des profils
- Les outils spécialisés
- Les meilleures pratiques de diffusion sur twitter

Instagram, un incontournable pour promouvoir, ses idées, services ou ses produits

- Présentation de l'application
- Les paramétrages essentiels
- L'optimisation des profils
- Les outils spécialisés
- Les meilleures pratiques de diffusion sur instagram

Bloc 2 : Bâtir sa stratégie de contenu sur les réseaux sociaux

- Les objectifs de communication
- La stratégie de contenu
- Curation de contenu
- Les formats de publication
- Agrégateurs de contenu
- L'animation de communauté
- La gestion de commentaires négatifs
- Les standards selon les plateformes
- Les multidi diffuseurs
- Le calendrier éditorial

Bloc 3 : Bâtir et mesurer une campagne sur les réseaux sociaux

- Préparer sa campagne
- Établir des objectifs
- Les indicateurs de performances (vues, likes, commentaires, etc)
- Facebook Ads manager
- Les publicités sur Twitter
- LinkedIn marketing solutions
- Les suivis de performance de campagne
- Google analytics (survol des principaux indicateurs)

Méthodologie

Exposé interactif (60%), exercices et étude de cas (40%)

Certification en gestion de communauté et des médias sociaux

Clientèle visée

Directeur, gestionnaire, professionnel et technicien

Particularités

Les participants auront à réaliser des exercices de transfert des acquis entre les séances de formation, afin d'optimiser les bénéfices de cette certification.

Durée

6 jour(s)

Coût par participant en formation publique

0 \$ (à déterminer)

ÉTS FORMATION est le leader universitaire en formation continue avec plus de 7 000 participants formés annuellement et une offre de plus de 300 différentes formations. Nos formations sont pratiques et pragmatiques et affichent un taux de satisfaction supérieur à 90 %. Consultez notre programmation complète au <http://www.etsformation.ca/>