

Community Management



PRÉSENTATION

Les réseaux sociaux représentent une belle opportunité de visibilité en ligne pour les entreprises. Ils font partie depuis quelques années des outils d'optimisation du référencement à condition d'être investis de façon réfléchie, autrement dit de faire l'objet d'une réelle stratégie.

COMPÉTENCES VISÉES

À l'issue de la formation, vous serez en capacité de :

- Connaître et comprendre les principaux réseaux sociaux et leurs enjeux.
- Mettre en oeuvre une stratégie social média en fonction de ses objectifs marketing.
- Établir une veille sur les réseaux sociaux avec des outils appropriés.



MODALITÉS D'INSCRIPTION

- 1 - [Télécharger le bulletin d'inscription](#)
- 2 - [Nous contacter](#)



INFOS



PUBLICS

- Professionnelles du marketing, du commercial ou de la communication : responsable marketing PME/PMI, chef de produit, chargée de communication
- Salarié·e·s de PME et/ou associations ayant dans leur fonction une mission de communication commerciale ou de promotion



PRÉ REQUIS

- Connaissances fondamentales en marketing et communication



INTERVENANT·E·S

Sarah MACHAT : Maître de conférences à l'IUT Techniques de commercialisation - La Rochelle Université



DURÉE

- 2 jours 1/2, 20 heures



DATES

- Nous consulter



TARIFS

- Tarif : 950 euros net de taxes



LIEU DE FORMATION

La Rochelle Université

CONTENU



Introduction aux médias sociaux

- Définitions et typologie des réseaux sociaux existants
- Intérêt pour les marques et les individus d'être présents sur ces réseaux
- Les dernières tendances

Stratégie social media et KPIs

- Rappel de la démarche marketing (de l'analyse à l'action en passant par la définition d'une stratégie marketing)
- Le comportement du consommateur sur les réseaux sociaux
- La stratégie social media : les grandes étapes à suivre pour une présence optimale
- Les principaux KPIs à retenir pour un bon retour sur investissement

Les principaux outils du Web social : présentation des différents réseaux sociaux, leur audience et l'intérêt d'y être en fonction des objectifs marketing visés

- Facebook, Instagram, Twitter
- Snapchat
- LinkedIn
- Google+
- Pinterest
- Youtube...

Le community management : les bonnes pratiques

- Les principaux objectifs du CM
- Les outils du community manager



MODALITÉS et MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques
- Étude de cas
- Exercices de mise en pratique



MODALITÉS DE VALIDATION

Une attestation de fin de formation est remise aux stagiaires à l'issue de la formation.



À NOTER

Cette formation est issue du
[Diplôme d'Université Marketing digital](#)

À ce titre, les participants seront intégrés aux stagiaires du DU.



CONTACT

MAJ 21/08/2019

La Rochelle Université
Pôle Formation continue

formationcontinue@univ-lr.fr
05 16 49 65 18

N° Siret : 19170032700189
Code APE : 8412Z
N° de déclaration d'activité : 5417P001817

univ-larochelle.fr/formation/formation-continue/

Nous rencontrer :

2, Passage Jacqueline de Romilly
La Rochelle - Face à la Maison de l'Étudiant - Parvis de la BU

Nous écrire :

Université de La Rochelle - Pôle Formation continue
23, Avenue Albert Einstein - BP 33060 - 17031 LA ROCHELLE

