

Gérer une communauté - Webmastering et Community Management



OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- 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



PUBLIC CONCERNE

- Tout public



PREREQUIS

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



MOYENS PEDAGOGIQUES

- 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
- Alternance entre apports théoriques et exercices pratiques (en moyenne 30 à 50%)
- Remise d'un support de cours.



MODALITES D'EVALUATION

- Feuille de présence signée en demi-journée,
- Evaluation des acquis tout au long de la formation,
- Questionnaire de satisfaction,
- Attestation de stage à chaque apprenant,
- Positionnement préalable oral ou écrit,
- Evaluation formative tout au long de la formation,
- Evaluation sommative faite par le formateur ou à l'aide des certifications disponibles



MOYENS TECHNIQUES EN PRESENTIEL

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation équipée à minima d'un vidéo projecteur et d'un tableau blanc et/ou paperboard.
- Pour les formations nécessitant un ordinateur, un PC est mis à disposition de chaque participant.



MOYENS TECHNIQUES EN DISTANCIEL

- A l'aide d'un logiciel (Teams, Zoom...), d'un micro et éventuellement d'une caméra les apprenants interagissent et communiquent entre eux et avec le formateur.
- Sessions organisées en inter comme en intra entreprise.
- L'accès à l'environnement d'apprentissage ainsi qu'aux preuves de suivi et d'assiduité (émargement, évaluation) est assuré.
- Pour toute question avant et pendant le parcours, assistance technique à disposition au 04 67 13 45 45.



ORGANISATION

- Délai d'accès : 5 jours ouvrés (délai variable en fonction du financeur)
- Les cours ont lieu de 9h à 12h30 et de 13h30 à 17h



ACCESSIBILITE

- Les personnes en situation de handicap sont invitées à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivre la formation.
- Pour tout renseignement, notre référent handicap reste à votre disposition : mteyssedou@ait.fr



PROFIL FORMATEUR

- Nos formateurs sont des experts dans leurs domaines d'intervention
- Leur expérience de terrain et leurs qualités pédagogiques constituent un gage de qualité.



CERTIFICATION POSSIBLE

- Aucune

Gérer une communauté - Webmastering et Community Management

PRESENTATION DE LA FORMATION, DES PARTICIPANTS ET DE LEURS ATTENTES SPECIFIQUES

DECOUVRIR OU CREER SA COMMUNAUTE

- Découvrir ou créer sa communauté
- 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 GENEREES 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-COMMUNAUTE : LES REGLES A 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 COMMUNAUTES EXISTANTES

- 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

GERER SA COMMUNAUTE

- 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

BILAN, EVALUATION ET SYNTHESE DE LA FORMATION