

WEB - COMMUNITY MANAGER

DURÉE

35 heures
(5 journées de 7 heures)

LIEU

IHECS
58-60 rue de l'Etuve
1000 Brussels

INSCRIPTION

www.ihecs-academy.be

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

info@ihecs-academy.be
+32 2 274 28 10

Métier émergent en plein essor, le rôle du community manager est désormais crucial pour assurer le lien entre l'entreprise et les consommateurs. Mais être Community manager ne s'improvise pas, il faut connaître le jargon, les pratiques des réseaux sociaux et communautaires, les techniques de veille...

CONTEXTE

L'importance du rôle du Community Manager au sein d'une entreprise est évidente. Désormais, les consommateurs ont le loisir d'exprimer librement leurs avis sur les produits, la marque, le service de l'entreprise. Ces avis ont un immense impact. Le rôle du Community Manager est d'être le lien entre l'entreprise et les consommateurs. Il est chargé de gérer la communauté Internet. Il sera à la fois médiateur, animateur, manager, modérateur et influenceur. Mais être Community Manager ne s'improvise pas. Il faut connaître le jargon, les pratiques des réseaux sociaux et communautaires, les techniques de veille,...

OBJECTIFS

Tout au long de cette formation, vous pourrez acquérir les connaissances et pratiques suivantes :

- Utiliser les médias sociaux tels que Facebook, Twitter, LinkedIn... que ce soit dans le cadre de vos objectifs B2B ou B2C ;
- Choisir les plateformes adaptées ;
- Définir votre stratégie éditoriale et mettre en avant les objectifs atteints à l'aide de rapports clairs.

CONTENU

- Les médias sociaux : lesquels, pour qui, pourquoi ? Ne pas être présent sur les médias sociaux, c'est ne pas exister. Quels sont les principaux médias ? Quels sont leurs différents taux de pénétration en Belgique Francophone ?
- Le contenu est roi : créer un contenu de qualité et driver des visites sur vos plateformes.
- Pourquoi et comment créer du contenu de qualité ?
- La publicité sur les médias sociaux : comment doper votre visibilité ?
- les concours : comment agrandir votre communauté rapidement ? Pourquoi faut-il ou ne faut-il pas se servir de ce levier ? Quelles sont les possibilités de concours sur les médias sociaux ? Règlement et huissiers.
- Modération et monitoring : mise en place d'une escalation procedure.
- Pourquoi et comment mettre en place un calendrier éditorial pour les comptes média sociaux ?
- Analytics : comment mettre en avant l'impact de vos actions ? Rapide analyse des outils d'analytics. Comment établir un rapport type en fonction de ses objectifs ?
- Outils : ces applications qui peuvent vous faciliter la vie. Les apps et programmes qui peuvent vous aider au jour le jour dans votre gestion social media.

WEB - COMMUNITY MANAGER

DURÉE

35 heures
(5 journées de 7 heures)

LIEU

IHECS
58-60 rue de l'Étuve
1000 Brussels

INSCRIPTION

www.ihecs-academy.be

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

info@ihecs-academy.be
+32 2 274 28 10

METHODOLOGIE

Formation théorique suivie d'exercices pratiques et d'une mise en situation réelle pour l'application des outils.

PUBLIC CIBLE

Vous travaillez dans le domaine de la communication ou vous vous lancez dans un projet indépendant et souhaitez mieux comprendre et maîtriser les médias sociaux pour booster votre business.

Cette formation est pour vous !

FORMATEUR

Laurent Righetti a obtenu son diplôme de journalisme à l'IHECS en 2007. Il intègre la jeune équipe de 3Dduo (Lille) en 2009 où il devient «Community Manager», un métier encore marginal mais déjà reconnu dans le milieu du jeu vidéo. Après 2 ans de loyal service, il quitte l'entreprise et rentre en Belgique. Il lance le blog jesuis.cm qui devint une référence pour de nombreuses personnes souhaitant se lancer dans le métier. Après une courte expérience dans le monde du jeu web pour le studio «Talented Frogs», il effectue une mission de consulting pour la Coopération Technique Belge (CTB/BTC) et «kickstart» leur présence sur les médias sociaux. En 2011, il rejoint les bureaux de TBWA Brussels, agence publicitaire connue et reconnue, où il officie en tant que Community Manager/Social Media creative dans le département Social Media, pour des clients tels que MINI, Bru ou encore Brico. Il quitte TBWA en 2015 pour commencer chez DDB Brussels comme créatif/concepteur-rédacteur.