

The e-Commerce Academy
28 bd Poissonnière
75009 Paris
T. +33 (0) 1 45 63 19 89
contact@ecommerce-academy.fr
<http://www.ecommerce-academy.fr/>

Formation e-Commerce : Community Management – Les clés pour créer et animer vos communautés

Le web 2.0 a complètement changé la relation entre entreprises et consommateurs. Ces derniers sont passés de spectateurs à acteurs de votre communication. Vous produisez du contenu, votre communauté va le critiquer, l'enrichir et le partager. Si ces contenus constituent des points d'appuis peu onéreux pour l'entreprise, vous devez maîtriser leurs évolutions. Plus encore, vous devez être capable d'animer les échanges de votre communauté, de les fédérer et de les orienter de manière à ce qu'ils valorisent votre image.

Une journée complète pour apprendre à créer et gérer vos communautés.

Description

Votre boutique en ligne est lancée, vous avez généré du trafic et vous êtes confiants dans votre capacité à convertir. Mais est-ce que vous avez pensé à la fidélisation ? Le Community Management est une formidable solution pour maintenir le contact one-to-one/one-to-many avec vos clients, afin de recueillir leurs encouragements, leurs remarques et critiques. Il permet également de faire jouer à plein le « bouche-à-oreille » sur Internet, et montera votre niveau de dynamisme et de réactivité. Vos résultats n'en seront que décuplés ! Mais encore faut-il connaître toutes les spécificités de la gestion communautaire et savoir gérer votre présence sur les réseaux sociaux...

Alors rejoignez-nous pour une formation d'une journée complète sur le Community Management !

Objectifs

- Connaitre les fondamentaux du Community Management
- Maîtriser les différents outils liés à la gestion communautaire et aux réseaux sociaux
- Savoir créer, animer et développer sa communauté
- Comprendre son rôle de e-Relations Publiques et établir une stratégie de présence digitale
- Mettre en place un plan d'actions de gestion des médias sociaux

Mesurer et optimiser sa performance web 2.0

Prérequis

Connaissances sommaires de l'environnement Web

Avoir suivi au-préalable la formation « Webmarketing : les fondamentaux » est un +

Profils : responsables (web)marketing, gérants, professionnels du web, étudiants

À l'issue de la formation

Une assistance professionnelle d'une durée de deux heures est assurée par les experts de l'Academy dans les six mois suivant la formation.

Plan de formation

Jour 1

Introduction au Community Management

- Génèse des réseaux sociaux et du Web 2.0
- Du monopole de la parole à la démocratisation des échanges
- Environnement du web social : état des lieux en France à l'international
- Chiffres-clés
- Quel outil pour quel objectif ? Blogs, Wiki, Réseaux sociaux, communautés de partage, plateformes collaboratives...
- La communauté : caractéristiques et sociologie

Le Community Management aujourd'hui

- Qu'est-ce que le Community Management ?
- Enjeux du Community Management
- Le métier de Community Manager : ses différents rôles
- Le profil idéal du community manager
- Des activités polyvalentes : surveiller les contenus et les tendances, animer les échanges, récolter l'information
- Les interlocuteurs du community manager : le service communication & le service marketing
- Evolutions du métier : processus d'amélioration à intégrer
- Recruter un Community Manager : pourquoi embaucher un spécialiste, comment déceler le bon candidat, quels sont les salaires ?

La communauté

- Créer sa communauté : stratégie et pré-requis
- Les règles d'or pour démarrer une communauté
- Quelle forme adopter pour votre communauté ?
- Quelle valeur ajoutée pour votre communauté ?
- La Charte de communication & guide des bonnes conduites

La Veille communautaire et sociale

- Pourquoi effectuer une veille ?
- Comment effectuer sa veille ? (principaux outils d'alertes et sources de veille)
- Automatiser une partie de sa veille
- Partager en interne les infos récoltées et remonter les alertes

Animer sa communauté et ses réseaux sociaux

- Pourquoi animer sa communauté et ses réseaux sociaux ?
- Les membres de la communauté : typologie
- Répondre aux besoins de ses membres
- Le planning éditorial
- Comment gérer et modérer ?
- Générer avis, commentaires et partages : les moyens à employer (concours, jeux, tests, sondages, défis, ...)
- A quelle fréquence doit-on animer ?
- Comment écrire sur les réseaux sociaux ? Les annonces et les réponses à formuler.
- Les outils pratiques pour administrer et modérer
- Les outils pratiques pour animer au quotidien
- Faire participer les autres services de l'entreprise à l'animation de la communauté et des réseaux sociaux
- Faire du buzz : principes et cas d'école
- Eviter la crise et le bad buzz : préparer des scénarios
- Que faire en cas de crise inopinée ? Comment réagir en urgence
- Comment identifier les profils "à valeur ajoutée" : ambassadeurs, influenceurs...
- Comment gérer les profils "à risques" : trolls, militants, fanatiques, etc...
- Assurer la promotion de sa communauté et de ses réseaux sociaux

Récolter de l'information sur sa communauté et ses réseaux sociaux

- Pourquoi mesurer ?
- Comment mesurer ? Les outils d'analyse et de statistiques
- Quels sont les objectifs à poser ?
- Quels sont les indicateurs-clés ?
- Quels sont les outils disponibles pour mesurer ?

Les plateformes et outils pour sa communauté et ses réseaux sociaux

- Facebook, Twitter, Google+, Foursquare et autres...
- Les spécialistes : Pinterest, Instagram, LinkedIn, Viadeo et autres...
- Quel outil/plate-forme pour ma stratégie ?

Focus sur Facebook

- Création d'une page pro sur Facebook
- Personnaliser sa page pro
- Comment fonctionne l'algorithme publicitaire de Facebook ?
- Créer des publicités sur Facebook : best practices

Focus sur Twitter

- Création d'un compte pro sur Twitter
- Personnaliser son compte pro
- Spécificités d'utilisation & cas réels

Ethique et juridique du Community Management

- Transmettre les valeurs et l'image de l'entreprise
- Les devoirs du Community manager
- Générosité, Transparence et Cohérence
- Le Droit à l'Oubli
- Personne réelle ou personne imaginaire ?
- Les voies de recours juridiques possibles, et les risques associés

L'Academy s'engage

Centre de formations e-Commerce de référence

Centre de formations e-Commerce de référence, l'Academy s'engage à proposer des formations e-Commerce garantissant le meilleur retour sur investissement possible. Une méthodologie de travail rigoureuse, une constante adaptation à la réalité des projets, un investissement communautaire constant, garantit un haut niveau d'expertise en formation, conseil et audit.

Professionnalisme et expertise

Certifiés et reconnus par les éditeurs et fortement investis dans la Communauté Francophone, les experts de l'Academy sont en mesure de garantir un niveau d'expertise sans équivalent. Cette expertise, combinée à leurs valeurs de rigueur et d'exigence, est transmise sans aucune rétention d'information dans le cadre des formations. Ainsi, les stagiaires bénéficient des conseils issus des différentes expériences des experts formateurs.

Retour sur investissement

Grâce à des formations adaptées, complètes et en phase avec la réalité des projets e-Commerce, l'Academy est en mesure de garantir un retour sur investissement rapide : une semaine de formation permet ainsi d'économiser 3 à 4 mois d'apprentissage autodidacte. Le support de formation, riche et complété des conseils avisés des experts de l'Academy, permet de retrouver par écrit les points travaillés pendant la formation. De plus, toutes les formations sont accompagnées de deux heures d'assistance professionnelle, dans les six mois suivant la formation.

Approche sur-mesure

Dès votre premier contact avec l'Academy, un expert e-Commerce analyse vos besoins et détermine avec vous la meilleure réponse à y apporter. Une offre de formation riche et adaptée aux besoins de chacun nous permet de communiquer des propositions de formations toujours strictement guidées par les besoins et adaptées à ceux-ci. De plus, les dernières journées des formations dispensées sont dédiées à un travail en détail sur des sujets concrets au choix du stagiaire. Cette approche sur-mesure garantit l'acquisition de connaissances spécifiques tout en ayant parfaitement assimilé l'ensemble des connaissances préalables.

Indépendance et transparence

Centre de formation uniquement, l'Academy n'a aucunement vocation à réaliser des prestations de développement ou d'intégration. L'Academy s'engage donc sur un principe de non-concurrence, et garantit la confidentialité des informations stratégiques qui lui sont communiquées. Centre e-Commerce de référence, l'indépendance de l'Academy vis-à-vis des éditeurs garantit des formations, du conseil et des audits transparents, sans complaisance.