

## COMMUNITY MANAGEMENT

Les actions de formation proposées par Numélink sont exclusivement réservées aux entreprises adhérentes au cluster

**Durée :** 2 jours soit 14 heures

**Lieu de la formation :**  
Numélink St Etienne

**Coût de la formation :**  
600, 00 € HT / participant  
- 30% pour un 2ème participant

**Les repas de midi sont inclus  
dans le coût de la formation**

**Dates prévisionnelles :**  
Jeudi 26 et vendredi 27 janvier 2012

**Pré-requis :**  
Toute personne ayant des  
connaissances en site Internet

**Public Visé :**  
Salariés de SSII, de Web  
Agency, d'agences de conseil en  
communication, ...

**Objectif de la formation :**  
Maîtriser l'ensemble des connaissances  
et des outils du Community Management  
afin de pouvoir définir une stratégie de  
présence et de gestion de réputation sur  
Internet

**Groupe de stagiaires**  
Le nombre de stagiaire est limité à  
**10 participants** pour préserver la qualité  
de l'échange

**Les stagiaires sont invités à apporter  
leur portable**

**Supports pédagogiques**  
Le support est fourni en début de session

### Thèmes abordés

- Définir sa stratégie webmarketing,
- Les différents médias sociaux,
- La veille sur les réseaux sociaux,
- Le référencement Google,
- Déréférencement et gestion d'un bad buzz.

### Programme résumé

- **Jour 1** : les fondamentaux du webmarketing
- **Jour 1 après midi : Ecouter**
  - o Mettre en place une structure de veille,
  - o Les dispositifs de veille en temps réel,
  - o Les dispositifs de reporting web
- **Jours 2 : Parler**
  - o Définir une stratégie de contenu sur le web
  - o Ecrire pour le web
  - o Le référencement
  - o Les plateformes : facebook, twitter, les blogs, les forums, ...
- **Jour 2 après midi : Répondre**
  - o L'animation de la communauté,
  - o Gérer un bad buzz
  - o Le rôle pédagogique du community manager

### Inscriptions

Armand LULKA - alulka@numelink.com - Tél. : 04 77 79 07 07

## LES FORMATEURS

### Laurent Galichet

**Fondateur et dirigeant de Tamento**, Laurent a une expérience de plus de **17 ans dans la vente et le marketing**. A la tête de Tamento depuis sa création, Laurent a en charge la production et le pilotage des prestations de développement d'activité, de community management et de communication web de nos clients. De sensibilité plutôt B2C, il a été l'un des premiers à mettre en place une activité de community management avec cmanage.fr.



ou

### Christophe Menani

Christophe est associé chez Tamento et **en charge du pôle conseil**. De formation initiale technique (télécoms) et marketing (développement en milieu industriel), Christophe a passé **12 ans dans des missions de vente et de marketing au sein de grandes SSII** (SCC, Atos Origin, ...). Récemment Directeur Marketing et consultant spécialisé Entreprise 2.0 pour Atos Origin, il a bénéficié d'un poste d'observation idéal pour comprendre à la fois les évolutions du web et les opportunités pour les Entreprises.



## PROGRAMME DETAILLE

### Jour 1

#### 9h30 – 10h00 : introduction

- Accueil café,
- Déroulement des journées,
- Présentation stagiaires,
- Les intervenants, \* **Démo**
- Les supports de cours.

#### 10h00 – 10h30 : le web communautaire

*Ce qui a changé, les fondamentaux, les chiffres...*

- L'état des lieux,
- Les chiffres,
- Les fondamentaux du web communautaire,
- L'influence d'internet sur la consommation.

#### 10h45 – 12h30 : du marketing au webmarketing

*Qu'est-ce qu'une communauté, les différents types de communauté et les bases du social CRM*

- Les fondamentaux du marketing,
- Les nouvelles règles du web,
- Le webmarketing en pratique, \* **Pratique**
- Le social CRM,
- Les différents types de communauté.

#### 14h00 – 15h30 : le community management

*Les métiers, les responsabilités, la méthode EcPaRe*

- Pourquoi le community management ?
- Le rôle du community manager,
- Qui porte le community management ?

#### 15h45 – 18h00 : Ecouter

*Comprendre et mettre en place une logique de veille*

- Définir son état initial, méthodes et outils,
- Les outils de statistiques,
- Les outils de veille,
- Les outils de feedback,
- Mettre en place une veille automatisée. \* **Démo**  
\* **Pratique**



## Jour 2

### 9h00 – 10h30 : Parler

*La conception, la diffusion et la promotion de votre contenu*

- Le référencement
  - o Le fonctionnement des moteurs de recherche,
  - o Les techniques de SEO, SEM, référencement naturel, ...
  - o Les liens sponsorisés et Adwords. \* Démo

### 10h45 – 12h30 : Parler (suite)

*La conception, la diffusion et la promotion de votre contenu*

#### - Facebook

- o Prenons un peu de recul sur facebook...
- o Comment utiliser facebook quand on est une entreprise ? \* Démo
- o Créer et animer un groupe, \* Démo
- o Créer et animer une page fan, \* Démo
- o Les outils autour de facebook, \* Démo
- o Le suivi de l'activité,
- o Les entreprises qui utilisent facebook.

#### - Twitter

- o Qu'est-ce que twitter ?
- o Comment tirer profit de twitter ?
- o Mettre en place une stratégie d'animation et d'engagement automatisée sur twitter ! \* Pratique

### 14h00 – 15h30 : Parler (suite)

*La conception, la diffusion et la promotion de votre contenu*

- Les outils de géo localisation (focus sur Foursquare), \* Démo
- Les plateformes de partage,
- Les sites participatifs d'avis,
- Les sites d'achats groupés,
- Les réseaux privés professionnels,

### 15h45 – 17h30 : Répondre (suite)

*L'animation de la communauté, comment tenir les conversations*

- L'animation de la communauté,
- La gestion d'un bad buzz,
- Les processus de réponse,
- Le rôle pédagogique du community manager,
- **Conclusion et échanges sur le community management.**