

# MAN13 - LE SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

## Objectifs de la formation

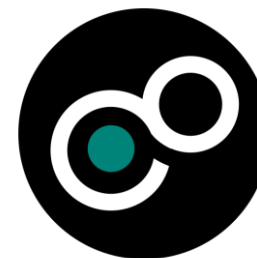


- Comprendre et définir la gestion des médias sociaux
- Appréhender le rôle du « social media » manager
- Elaborer une stratégie sur-mesure qui correspond à votre image de marque et à vos objectifs
- Augmenter sa notoriété sur le web
- Optimiser la gestion de ses réseaux sociaux
- Assurer les différentes veilles « social media »



# MAN13 - LE SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

Durée : 14 heures - 9h00-12h00/13h00-17h00



## Programme

### Accueil

- Accueil et présentation
- Evaluation théorique et pratique
- Positionnement et attentes des stagiaires

### Contenu

- Déroulé de la formation sur votre droite

### Conclusion

- Débriefing, critiques et auto critiques constructives
- Évaluation de fin de formation
- Remise des certificats de réalisation

### 1. Généralités

- Définitions et notions
- Objectifs
- Enjeux et avantages
- Statistiques

### 2. Le « social media » manager

- Le rôle
- Les missions
- Les compétences nécessaires
- Le « social media » manager et l'entreprise

### 3. La stratégie « social media »

- Déterminer les objectifs S.M.A.R.T.
- Créer une stratégie de contenu
- « Social monitoring » et « Social listening »
- Mesure des résultats de la stratégie
- Les outils utiles de gestion des médias sociaux

### 4. La notoriété sur le web

- La gestion d'un site internet
- Le référencement
- Notoriété, visibilité et trafic
- La « e-réputation »
- Outils et astuces

### 5. La gestion des réseaux sociaux

- Les principaux réseaux sociaux
- La création de contenu
- Affichages et publications
- Suivi et gestion de la communauté
- L'influence des réseaux sociaux sur l'entreprise
- Outils et astuces

### 6. La veille « social media »

- Les objectifs de la veille
- Les types de veille
- L'analyse des tendances
- Les types de données à surveiller
- Outils et astuces

**SHAREMAN propose un éventail de modules de formation**  
 qui optimisera la productivité des structures  
 tout en augmentant l'adhésion et l'implication des salarié(e)s



<b>Domaine</b>	Management
<b>Thématique</b>	Social media management
<b>Formacode</b>	46252
<b>Modalité</b>	Présentielle
<b>Durée</b>	14 heures soit 2 jours
<b>Type de formation</b>	Intra-entreprises / Mini 1 – Maxi 12
<b>Public cible</b>	Tout public
<b>Lieu</b>	Site client
<b>Modalités d'accès</b>	Inscription sous 72h
<b>Prérequis</b>	Aucun
<b>Tarif</b>	Consulter la grille tarifaire sur <a href="http://www.shareman.fr">www.shareman.fr</a> ou sur demande

**MODALITÉS  
 TECHNIQUES  
 PÉDAGOGIQUES  
 & D'ENCADREMENT**



- **Modalités techniques** : supports pédagogiques, ordinateur et vidéoprojecteur, visuels, paperboard. Un livret synthétique de la formation et des documents annexes seront remis aux stagiaires.
- **Modalités pédagogiques** : Pédagogie démonstrative avec travaux pratiques
- **Modalités d'encadrement** : Le formateur enseigne les fondamentaux théoriques, accompagne le travail individuel et en groupe, vérifie la compréhension et procède aux ajustements en cours de formation.

**MODALITÉS  
 D'ÉVOLUTION  
 D'ATTEINTE DES  
 OBJECTIFS DE LA  
 FORMATION**



En début de formation, un QCM détermine le niveau de connaissance des stagiaires. Tout au long de la formation, le formateur accompagne individuellement les stagiaires. Il s'assure de la bonne compréhension et de la satisfaction des attentes en début de formation. En fin de formation un débriefing permet de faire le point sur le travail réalisé. Un QCM permet également de valider les acquis en fin de formation

**MOYENS PERMETTANT  
 LE SUIVI, L'ÉVALUATION  
 DES RÉSULTATS &  
 L'APPRÉCIATION  
 DES STAGIAIRES**



Feuille d'émargement par demi-journée signée des stagiaires et du formateur. Certificat de réalisation et d'assiduité mentionnant les objectifs, la nature et la durée de l'action et les résultats de l'évaluation des acquis de la formation. Évaluation de fin de formation remplie par le stagiaire.