



COMMUNITY MANAGER : UN NOUVEAU MÉTIER POUR L'ENTREPRISE

PROGRAMME

Objectifs

- Comment faire vivre son site web et générer trafic et achats ?
- Connaître les outils du Web 2.0 et les mettre en oeuvre pour créer et gérer une communauté autour de la marque de son entreprise.

Public concerné

Service communication, manager, force de vente, marketing.

Pré-requis

La convergence des médias.

Durée : 1 jr(s)

Découvrir ou créer sa communauté

L'évolution du web et l'arrivée du Web 2.0.
Caractéristiques et spécificités du Web 2.0.
Ce qui change.
Les prochaines étapes : le Web 3.0 et 4.0.

Quelles sont les influences générées 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-communauté : les règles à suivre

Pourquoi ?
Les règles à respecter absolument pour bâtir sa e-communauté..
Pérenniser sa communauté : animation, modération.
Les limites.

Comment utiliser les communautés 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.

Gérer sa communauté

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.