

# Gérer une communauté - Webmastering & Community Management

2 jours (14 heures)

Délai maximum : 2 mois.

Parcours concourant au développement des compétences. Action de formation réalisée en application des articles L 6313-1 et L 6313-2 du Code du travail.

Si vous êtes en situation de handicap, contactez-nous avant le début de votre formation pour que nous puissions vous orienter efficacement et vous accueillir dans les meilleures conditions.

## Objectifs pédagogiques

- Utiliser les principaux sites d'échanges et de partage d'images, photos et vidéos (Facebook, Flickr, Youtube, Twitter, ...)
- Communiquer selon les règles du web 2.0
- Connaître la législation en matière de mise en ligne
- Élaborer un plan de présence sur les médias sociaux
- Mettre en place des outils d'analyse de retour sur investissement



## Pré-requis

- Pratiquer la navigation Internet
- Avoir suivi "Rédiger pour le Web" serait un plus



## Modalités pédagogiques

Modalités de formation:

- Formation réalisée en présentiel, à distance ou mixte,
- Toutes nos formations peuvent être organisées dans nos locaux ou sur site
- Feuille de présence signée en demi-journée, questionnaires d'évaluation de la satisfaction en fin de stage et 60 jours après, attestation de stage et certificat de réalisation.
- Horaires de la formation: 9h - 12h30 et 13h30 - 17h.
- Les horaires de la formation sont adaptables sur demande.



## Moyens pédagogiques

- Formateur expert dans le domaine,
- Mise à disposition d'un ordinateur, d'un support de cours remis à chaque participant,
- Vidéo projecteur, tableau blanc et paperboard,
- Formation basée sur une alternance d'apports théoriques et de mises en pratique
- Formation à distance à l'aide du logiciel Teams pour assurer les interactions avec le formateur et les autres stagiaires, accès aux supports et aux évaluations. Assistance pédagogique afin de permettre à l'apprenant de s'approprier son parcours. Assistance technique pour la prise en main des équipements et la résolution des problèmes de connexion ou d'accès. Méthodes pédagogiques : méthode expositive 50%, méthode active 50%.

## Public visé

Tout public

## Modalités d'évaluation et de suivi

- Evaluation des acquis tout au long de la formation : QCM, mises en situation, TP, évaluations orales...



## Programme de formation

### 1. Découvrir ou créer sa communauté

- L'évolution du web et l'arrivée du Web 2.0

---

## Contacts



Notre centre à **Mérignac**

14 rue Euler  
33700 MERIGNAC

☎ 05 57 92 22 00

✉ [contact@afib.fr](mailto:contact@afib.fr)



Notre centre à **Périgueux**

371 Boulevard des Saveurs,  
24660 COULOUNIEUX CHAMIERES

☎ 05 64 31 02 15

✉ [contact@afib.fr](mailto:contact@afib.fr)

# Gérer une communauté - Webmastering & Community Management



- Caractéristiques et spécificités du Web 2.0
- Les prochaines étapes

## **2. 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

## **3. 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

## **4. Monter sa propre e-communauté : les règles à suivre**

- Opportunités
- Bonnes et mauvaises pratiques : règles à respecter pour bâtir sa e-communauté
- Pérenniser sa communauté : animation, modération
- Les limites

## **5. 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

## **6. 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