

Cycle Responsable Réseaux Sociaux et Community Management

Lien : https://maroc-performance.com/formation/cycle-responsable-reseaux-sociaux-et-community-management

DURÉE
10 jours (70h)

RÉFÉRENCE
MC05

CATÉGORIE
Cycles Métiers Marketing

Maroc Performance

OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Acquérir les leviers pour proposer une stratégie de communication sur les médias sociaux
- Comprendre et surveiller les composantes de l'e-réputation
- S'approprier les principes clés de l'animation d'une communauté
- Identifier et savoir mettre en œuvre les modalités du Brand Content
- Intégrer le modèle POEM avec médias sociaux
- Animer/piloter les actions. Analyser les résultats

👥 POUR QUI ?

- ✔ Community manager. Responsable marketing/marketing digital
- ✔ Responsable communication/communication digitale
- ✔ Chef de projet web/marketing digital

Maroc Performance



Programme détaillé

1 / Le Web social : nouveaux usages, nouveaux métiers

- Les nouveaux comportements d’achat (ZMOT) en BtoC et en BtoB, les usages des collaborateurs
- Opportunités et risques pour les entreprises
- Les nouveaux métiers de la communication : responsable médias sociaux, social media manager, community manager, brand content manager, asset manager...

2 / Panorama des médias sociaux

- Usages clés des médias sociaux par les socionautes et par les entreprises
- Les réseaux sociaux
- Twitter : le micro-blogging
- Les médias sociaux visuels : Instagram, Snapchat...
- Les plateformes de partage de contenus : YouTube, DailyMotion, ...
- Le rôle des Blogs
- Les plateforme de crowdsourcing, communauté selfcare...

3 / Concevoir une stratégie médias sociaux

- Structurer un diagnostic médias sociaux (modèle 3C, modèle POEM)
- Intégrer les médias sociaux dans sa stratégie globale de communication
- Page Facebook, compte Twitter ou Instagram, page LinkedIn, chaîne Youtube, blogs... comment faire ses choix
- Construire son plan d’actions opérationnel : plan de recrutement, programme influenceur

4 / Sécuriser l'e-reputation de l'entreprise

Maroc Performance

- Analyse et surveillance de la e-réputation de l’entreprise :
- les outils d’analyse et de contrôle
- Gérer les avis clients négatifs
- Les sites d'avis et la marque employeur
- Du fail à gestion de crise : les typologies de crise sur Internet
- Anticiper une crise sur Internet

5 / Organiser un dispositif social media

- Veille de e-reputation, management des communautés... connaître et choisir les outils de Social Media Management (SMM)
- Internaliser ou externaliser son dispositif et ses ressources
- Définir les critères de performance (KPI)
- Gouvernance des média et social média guidelines

6 / Animer efficacement les principaux médias sociaux

- Animer une page Facebook : facteurs clés de succès
- Comment optimiser l’engagement sur un compte Twitter
- Animer une page entreprise sur LinkedIn
- Créer et animer un compte Instagram
- Optimiser le SEO de sa chaîne YouTube ou SlideShare
- Utiliser le Picture marketing : Pinterest, Instagram, Snapchat

7 / Brand content, Curation, UGC : développer un contenu impactant

- Facteurs clés de succès d'une stratégie de contenu
- Définir son mixte : brand content, curation, UGC
- Contenu de marque en BtoB et BtoC :
- les mécaniques de la viralité : émotion, socialproof, newsjacking, story telling,...
- format de contenus : rich media, video, live video, gif animé, réalité augmentée, infographie, livres blancs...
- Décliner vos contenus, penser snacking content et evergreen content

Maroc Performance

- La vidéo en direct : Facebook live, YouTube Live
- Quels contenus créer pendant les événements réels

8 / Mettre en place un programme influenceurs digitaux (earned media)

- Définir les typologies d’influenceurs pertinents pour vous
- Identifier les influenceurs référents
- Concevoir un véritable programme influenceurs pérenne
- Synergies entre les relations presse, Twitter et le programme influenceurs

9 / Motiver et mobiliser un réseau d’ambassadeurs (earned media)

- Mobiliser clients et fans ambassadeurs (Customer Advocacy)
- Monter un programme collaborateurs ambassadeurs (Employee Advocacy)

10 / Comprendre les enjeux des social ads

- Quels objectifs pour la publicité sur les médias sociaux ?
- Pourquoi renforcer et compléter la stratégie éditoriale avec la publicité ?
- Quel impact sur le shared media et le earned media ?
- Outils et indicateurs d’audience et d’influence

11 / Mettre en place des campagnes publicitaires

- Comprendre l’offre publicitaire des principaux médias sociaux
- Connaître leurs plateformes publicitaires (Ads manager)
- Utiliser le ciblage comportemental
- Monter une campagne publicitaire. Les annonces sur mobile
- Atelier pratique : concevoir une campagne pour une page Facebook

12 / Enrichir vos contenus pour les réseaux sociaux

- Organiser une campagne de communication sur les réseaux sociaux

Maroc Performance

- Définir une ligne éditoriale
- Optimiser le référencement naturel (SMO)
- Suivre, analyser les indicateurs et calculer le ROI
- Créer du contenu à valeur ajoutée pour susciter l’engagement
- Utiliser les principaux outils pour créer images, vidéos et infographies

Approche pédagogique

- Support Ecrit et Projection
- Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- Brainstorming et Jeux de Rôle
- Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- Test de Validation des Acquis des Connaissances

Prochaines dates programmées

01 au 12 Fév. 2027	Présentiel - Casablanca
29 Mars au 09 Avr. 2027	Présentiel - Casablanca
24 Mai au 04 Juin 2027	Présentiel - Casablanca
19 au 30 Juil. 2027	Présentiel - Casablanca
13 au 24 Sep. 2027	Présentiel - Casablanca

Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

Maroc Performance

Réservation & Renseignements

Téléphone : +212 522 247 210
Email : contact@maroc-performance.com
Web : https//www.maroc-performance.com

Maroc Performance — Tous droits réservés