Formation Community Management

Chema LABIDI

Plan

01 Le marketing digital

02 Les différents réseaux sociaux

03 Le community manager: rôles et missions

04 Exercices

Le consommateur d’aujourd’hui….

Contexte actuel

La raison et la passion

La dématérialisation

Le réveil de l'hédonisme

L'appétence d'éthique et de transparence

En quête existentielle

De nombreux défis à relever…

Les tendances du comportement du consommateur

Le besoin de l’ultra transparence

Les entreprises et les marques doivent apprendre à mettre en valeur la moindre information.

L’appétence accrue pour les réseaux et médias sociaux

Un consommateur de plus en plus connecté.
Les entreprises doivent être présentes partout

L’attention diminue encore

9s étant le temps d’attention actuellement sur mobile. Aux entreprises de réagir, d’anticiper et de créer un contenu créatif qui arrive plus à focaliser l’attention.

Le marketing digital

Ou encore le E marketing, le marketing en ligne et le web marketing…

Le marketing digital couvre l'ensemble des activités marketing déployées en ligne pour entrer en relation avec des clients ou prospects.

Le marketing digital

Ou encore le E marketing, le marketing en ligne et le web marketing…

Aujourd'hui, il faut aller à la rencontre du consommateur là où il passe le plus clair de son temps : sur internet.

Internet en 2020 : les chiffres clés

Sur 7,75 milliards d'individus dans le monde, on recense :

- ❑ **5,19 milliards d'utilisateurs de téléphones (67%)**
- ❑ **4,54 milliards d'internautes (59%)**
- ❑ **3,8 milliards d'utilisateurs actifs des réseaux sociaux (49%)**
- ❑ **3,75 milliards d'utilisateurs des médias sociaux sur mobile (99%)**

we are social

Hootsuite™

Les types du marketing digital

Le marketing de contenu

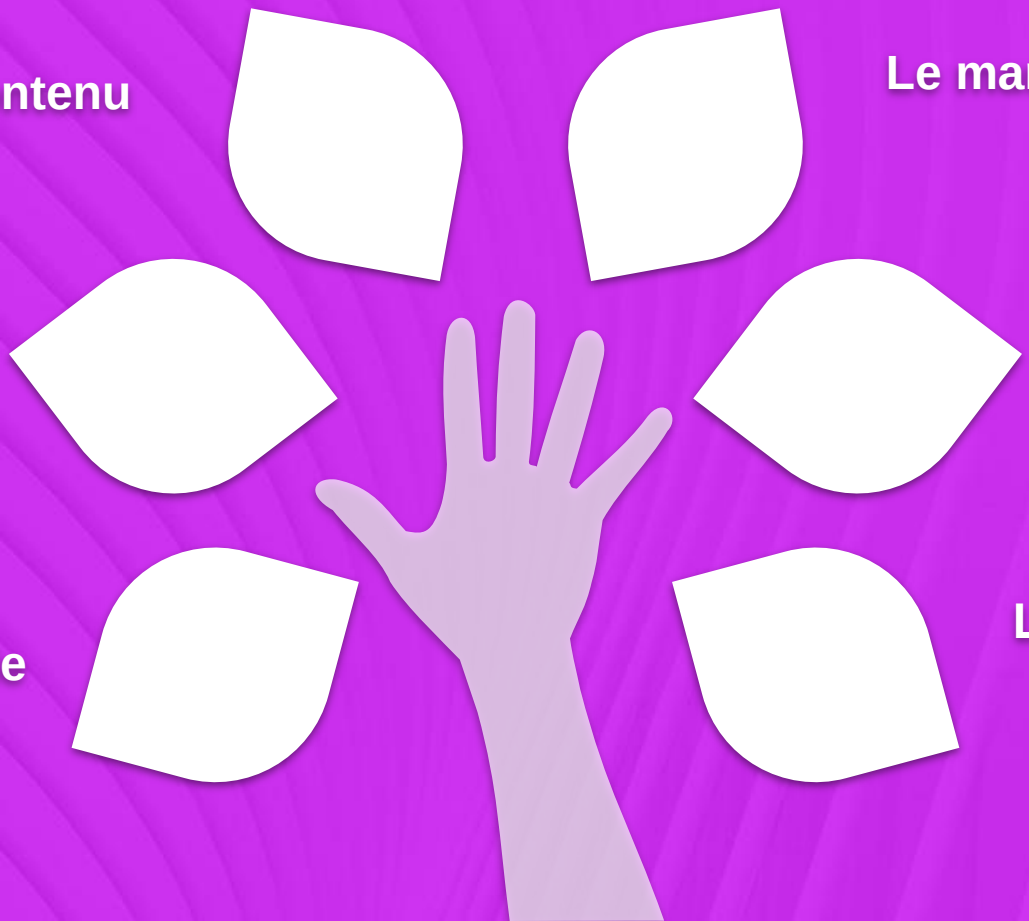
Le marketing des réseaux sociaux

Le search engine marketing (SEM)

Le marketing d’Email

Le marketing mobile

Le marketing d’influence



Today, we are talking Social Media

Les réseaux sociaux

Quelques chiffres...

Fecebook

2,45 milliards d’utilisateurs actifs par mois.

Instagram

1 milliard d'utilisateurs actifs par mois.

LinkedIn

310 millions d’utilisateurs actifs.

Tiktok

625 millions d'utilisateurs actifs.

Source : Chiffres officiels, We are Social / Hootsuite et Statista (octobre 2019)

Comment exploiter ces plateformes quand on est une entreprise/ entrepreneur?

Le sérieux : Les résultats sont conditionnés par l'énergie émise

Le temps: laisser le temps faire ses choses

Se fixer des objectifs à moyen/long terme

Concentrer ses efforts

L'authenticité

La passion/ l'empathie

85% des emplois de 2030 n'existent pas encore

Quelques métiers du digital

Responsable SEO

Le responsable SEO est un spécialiste du référencement. Il a pour mission principale d’améliorer le positionnement d’un site internet dans les résultats des moteurs de recherche sur certains mots clés spécifiques.

Le growth hacker

Le growth hacking est une pratique qui consiste à **adopter tous les moyens marketing possibles pour générer coûte que coûte une croissance rapide.**
Le growth-hacking vise à faire une croissance exponentielle avec le minimum de ressources. Les maîtres mots du growth-hacker seront « **innovation** » et « **tests** ».

UX designer

UX designer Concepteur d’interfaces optimisées pour l’expérience utilisateur. Sur application ou plateforme, l’UX designer (User eXpérience) élabore un profil type d’utilisateur. Puis, il s’attelle à la création d’un storytelling dont l’objectif est de générer de l’émotion chez l’utilisateur. Le projet qu’il met en place doit être adapté à l’image de la marque. Il proposera régulièrement des mock-up (prototypes d’interface utilisateur) et fera ensuite des maquettes des projets retenus..

Community Manager

L'activité de community manager désigne couramment l'activité de gestion de la présence d'une marque ou organisation sur les réseaux sociaux et autres espaces communautaires.

Le Community Manager: rôles et missions

La gestion des réseaux sociaux

-Création d'un contenu adapté à chaque réseau social
-La modération des commentaires et des messages
-La gestion des crises

Participe au développement de la stratégie de communication digitale

Assurer la veille concurrentielle

Elaboration des rapports analysant les KPIs de l'entreprise

La boîte à qualités d’un CM

Une excellente orthographe et une expression écrite irréprochable

Des qualités humaines, notamment de l’empathie pour gérer les relations clients et influenceurs

De la rigueur et de l’organisation

De la disponibilité : « Ce n’est pas un métier dans lequel on compte ses heures ! »

De la créativité afin d’imaginer des contenus viraux

De la curiosité, notamment au niveau de la tech

La capacité à rester calme en situation de stress

Une ou plusieurs langue(s) étrangère(s) est un plus..

Comment créer la publication FB parfaite

Utilisez des visuels variés et pertinents. N'hésitez pas à recourir au Gifs, photos, vidéos. De nombreux outils gratuits existent

Une touche d’humour (avec modération !)/ Un call to action pour faire interagir la communauté

Une accroche captivante: ponctuez vos publications d’emojis qui coloreront votre publication... Vous avez l’embarras du choix, servez-vous-en !

Publiez aux heures de grande affluence de votre communauté!

Ils ont frappé fort…

Tawtaw
9 décembre 2019 ·

Juste pour vous annoncer que notre chef d'oeuvre suprême la Mtabga du sud est de retour sur Tawtaw en livraison... Et qu'elle n'est pas à 120 000 dollars.
#Tawtaw #MaurizioCattelan #Mtabga #Delivery

438 34 commentaires 101 partages

Ooredoo Tunisie
9 décembre 2019 ·

لوحة فنّية عالحيط

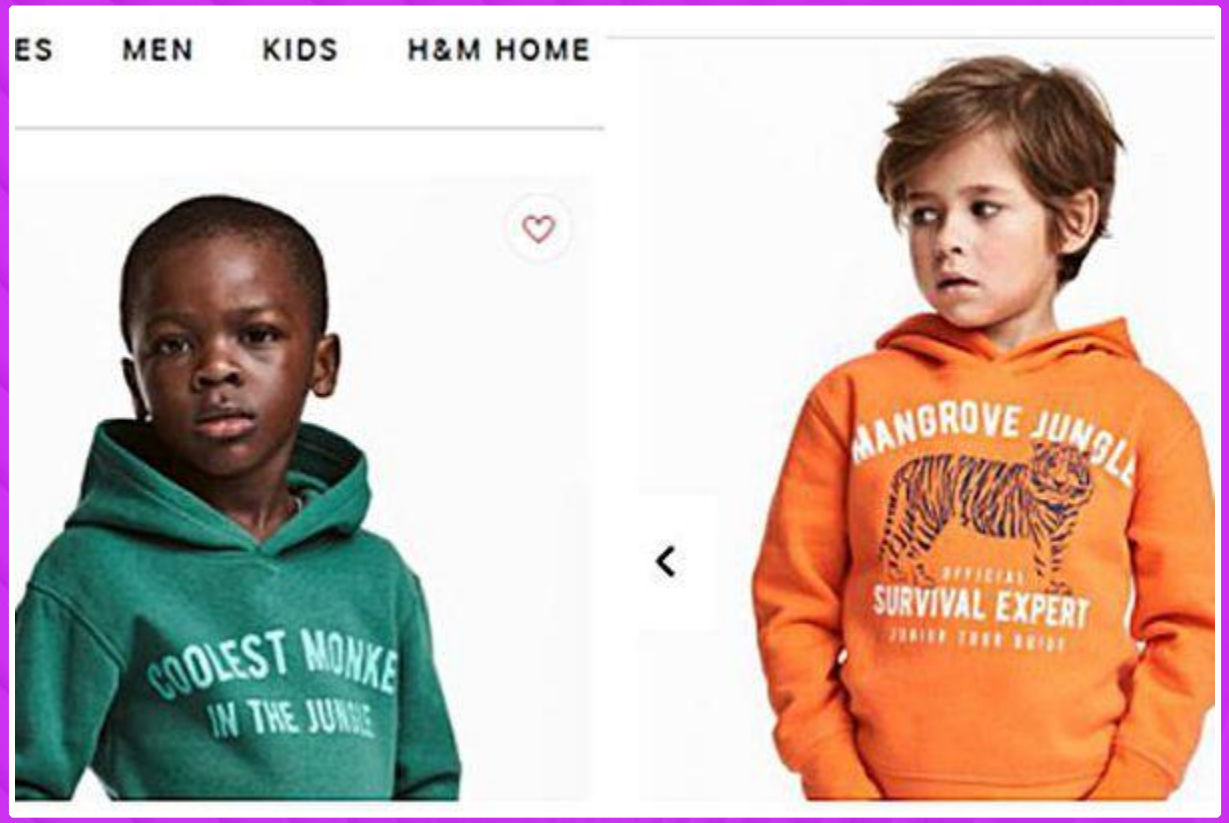
11 K 830 commentaires 409 partages

Burger King
20 février, 17:07 ·

what's really ugly is a burger that looks the same after 30 days. that's why we are rolling out a whopper free from artificial preservatives. coming by the end of 2020 to all restaurants in the U.S.

11 K 2 K commentaires 1,3 K partages

Ils ont frappé fort… (Bad Buzz HM)



Let’s practice

Trouvez la bonne accroche!

Let’s practice

Trouvez la bonne accroche!

Let’s practice

Comment créer votre premier post FB

Proposition de deux posts
Idée du visuel + Accroche

02

03 **Présentation**
En quoi votre idée est créative?

01 **Tirage au sort: une marque**

FACEBOOK

Plan

01 Algorithme Facebook

02 8 étapes simples pour développer sa présence sur Facebook

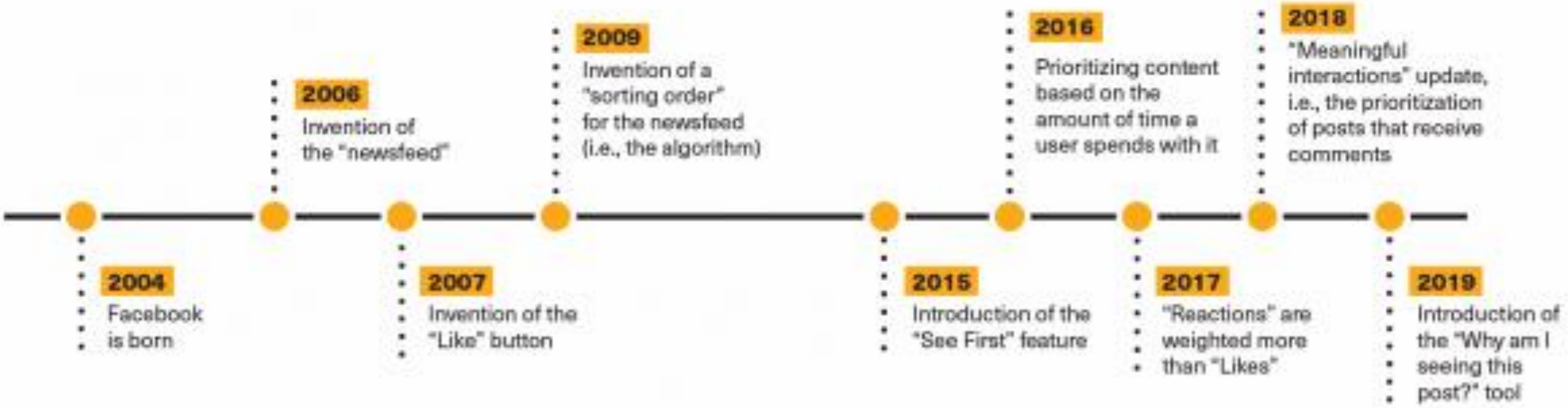
03 Exemple: Rapport Sodexo

05 Fanpage Karma

04 Exercice

Algorithme Facebook : comment fonctionne-t-il ? Comment l’utiliser à votre avantage ?

Key Moments in the History of the Facebook Algorithm



Facebook assure plus de transparence à sa communauté

En 2019, uniquement 5,5% des abonnés voient vos publications

Des chiffres inquiétants mais des répercussions qui peuvent être évitées par les marques…

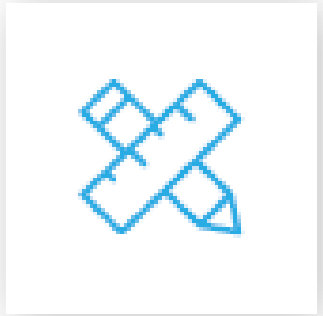
Comment?

8 étapes simples pour développer sa présence sur Facebook

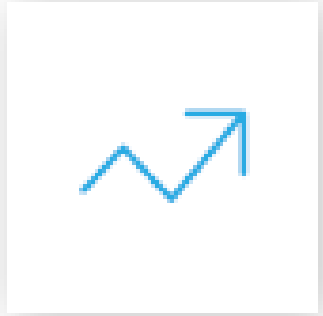
Etape 1

Définir des objectifs de marketing digital qui s’alignent sur vos objectifs commerciaux

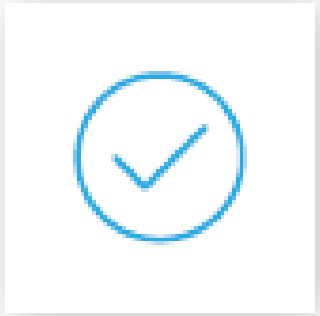
Spécifique



Mesurable



Atteignable



Pertinent

Temporellement défini

Etape 2

Connaître tout ce qu’il y a à savoir sur votre public

Etape 3

Faire des recherches sur vos concurrents

Etape 4

Réaliser un audit des médias sociaux

Etape 5

Configurer les comptes et améliorer les profils existants

Etape 6

Trouver l’inspiration

Etape 7

Créer un calendrier de contenu des médias sociaux

Etape 8

Tester, évaluer et ajuster sa stratégie

Etude de cas: Sodexo tunisie

Let’s practice

03 Recommandations

Analyse des indicateurs 02

01 Choix d’une marque

Instagram & LinkedIn

Plan

01 Instagram: Comment l’utiliser à son avantage?

02 Exercice

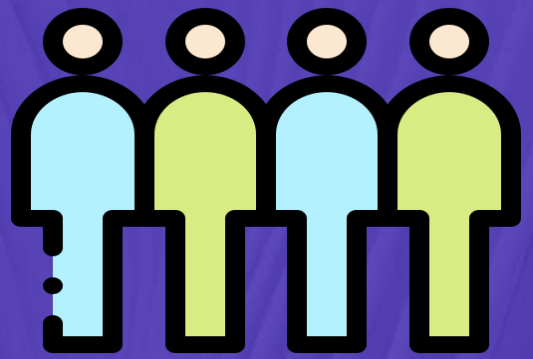
03 Linkedin: Comment l’utiliser à son avantage?

04 Exercice

Instagram

1 milliard d’utilisateurs actifs mensuels en 2019

500 millions d’utilisateurs actifs quotidiens en 2019



31% des internautes entre **18** et **24** ans et **32%** de ceux âgés de **25** à **34** ans utilisent Instagram

90% des comptes suivent une entreprise sur Instagram

25 millions d’entreprises ont un compte Instagram

1/3 des Stories les plus regardées proviennent de marques

22:04

zara

3 003 Publications | 39,7 m Abonnés | 57 Abonneme...

ZARA Official
ZARA Official Instagram account
go.zara/newin-ig
fatmalebib, **ammous.eya** et **64 autres personnes** sont abonné(e)s

Abonné(e) | Écrire | Adresse e-...

in front of | SS20 Cam... | Zara Emoti... | stories | Chillida

22:05

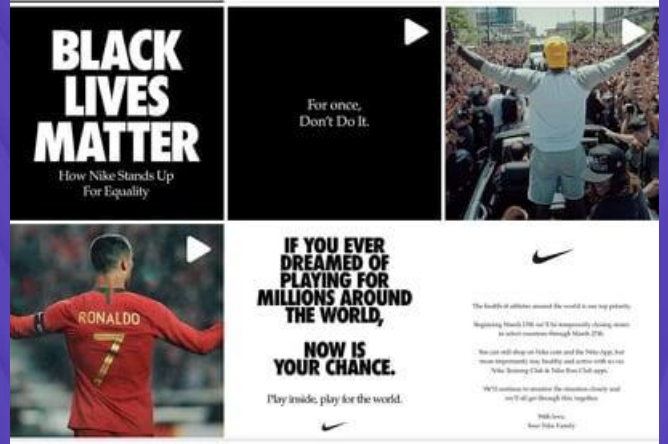
nike

770 Publications | 114 m Abonnés | 54 Abonneme...

Nike
#blacklivesmatter
Voir la traduction
go.nike.com/aK-tflMli0d
One Bowerman Dr, Beaverton, Oregon 97005
thedollbeauty, **deepikapadukone** et **35 autres personnes** sont abonné(e)s

Abonné(e) | Écrire

À la une



22:06

dior

6 605 Publications | 31,3 m Abonnés | 256 Abonneme...

Dior Official
"Women, with their intuitive instinct, understood that I dreamed not only of making them more beautiful, but happier too." Christian Dior
Voir la traduction
on.dior.com/ig-fathersday
127, Avenue des Champs-Elysées, Paris, France 75008
marwa_agrebi_, **myriemboukadida** et **74 autres personnes** sont abonné(e)s

Abonné(e) | Écrire | Adresse e-...

The Femal... | Recomman... | LDASB | Cooking | La Colle No...

MOMENTS-CLÉS DE L'ALGORITHME

2010

Lancement sur iOS

Fil chronologique

2011

Ajout des hashtags

2012

Lancement sur Android

2015

Introduction de la page Découverte

2016

Du fil chronologique au fil algorithmique

Lancememt des stories et vidéos live

2017

Lancement des carousels

Emplacememt et hashtags dans stories

2018

Introduction de IGTV

Partage des posts en story

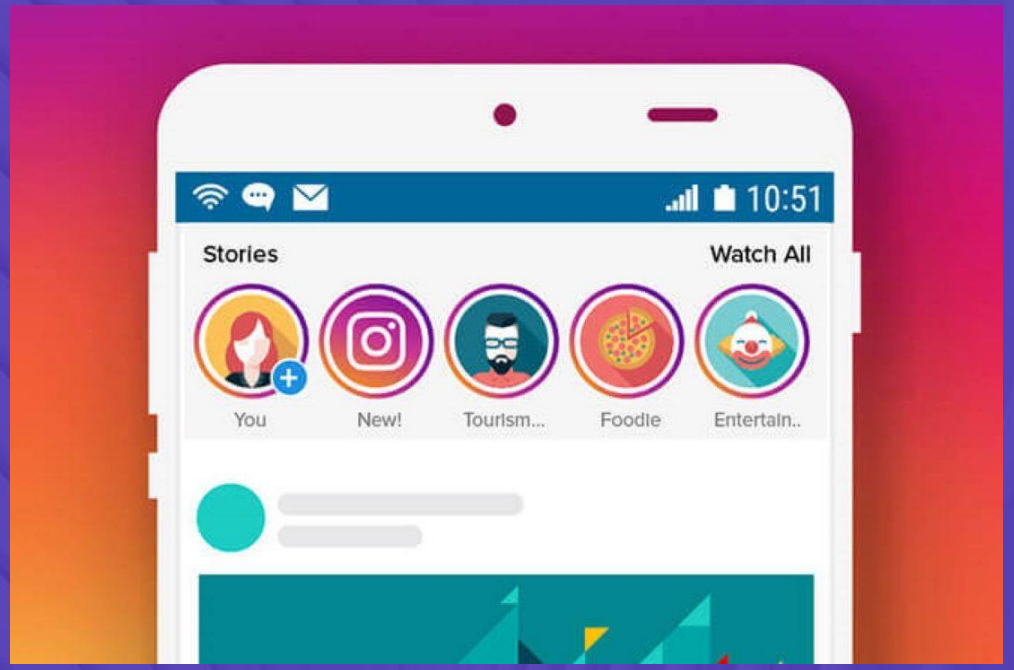
2019

Cache Likes

Changements onglet **Découverte**

Stories, stories, stories!!

Plus de 500 millions de comptes utilisent les Stories Instagram chaque jour.



Vous cherchez des idées pour vos stories Instagram ? En voici une liste

- Faire visiter les coulisses de votre entreprise ou votre atelier.
- Organiser une session de question-réponse avec vos followers.

- Créer une mini-formation ou un tutoriel en plusieurs étapes
- Présenter vos employés et/ou partenaires.

- Dévoiler un nouveau produit ou service.
- Partager le contenu généré par vos utilisateurs sur Instagram.
- Teaser vos futurs produits ou services.

- Dévoiler un ensemble ou une collection de produits qui s’utilisent ensemble.
- Diffuser des lives d’événements internes ou externes, en lien avec votre activité.

Stories…certes mais en musique !

80 % des stories comportant une voix off ou de la musique obtiennent de meilleurs résultats de conversion.

Les “micro-influenceurs” prendront le pouvoir

Plus de popularité pour l’onglet Explorer!!

Alors, comment apparaître dans l'onglet Explorer plus facilement ?

Créez des contenus de qualité

Incitez à l'action : plus vos publications reçoivent de l'engagement, plus elles ont de chance d'apparaître dans Explorer.

Utilisez les filtres tendance

Taguez les comptes populaires.

Publiez régulièrement aux heures de pointe

Utilisez des hashtags recherchés par votre cible

L’avant Linkedin

Quels sont les avantages à publier sur LinkedIn ?

Quels sont les avantages à publier sur LinkedIn ?

Assurer de la veille concurrentielle: Vous observez ce qui se passe chez vos concurrents, comment ils opèrent, quelles sont leurs stratégies, comment ils évoluent

Booster sa visibilité: les autres entrepreneurs font la démarche inverse et accèdent à votre profil. Si vous travaillez bien votre page et votre communication, votre notoriété devrait rapidement croître

Un moyen de suivre votre marché, vos partenaires et vos clients: LinkedIn est un vivier d’entrepreneurs

Développer sa marque personnelle

Quels sont les avantages à publier sur LinkedIn ?

Générer de nouveaux prospects

Favoriser l’engagement et l’intérêt

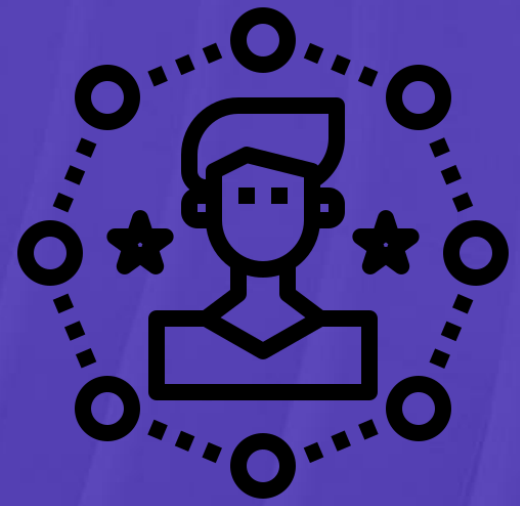
Améliorer son référencement

Se positionner en tant qu’expert

Améliorer son e-réputation et accroître son influence

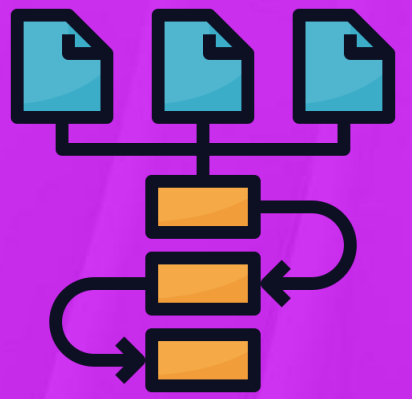
Se construire une audience ou une communauté

LinkedIn tend à optimiser son réseau et à rendre l’expérience utilisateur de plus en plus agréable pour les membres



Algorithme Linkedin : comment fonctionne-t-il ? Comment l’utiliser à votre avantage ?

« Ensemble de règles opératoires dont l'application permet de résoudre un problème énoncé au moyen d'un nombre fini d'opérations. Un algorithme peut être traduit, grâce à un langage de programmation, en un programme exécutable par un ordinateur ».



Quelles sont les premières choses à faire pour utiliser l'algorithme de LinkedIn à votre avantage ?

Etape 1

Publier du bon contenu

Etape 2

Favoriser les interactions

Etape 3

Trouver un équilibre entre publier trop peu souvent et massivement

Etape 4

Se connecter avec les personnes influentes de votre secteur

Quelles sont les erreurs à éviter pour ne pas être blacklisté de l’algorithme de LinkedIn ?

Règle 1

Mettre des liens externes

Règle 2

Publier massivement les mêmes articles

Règle 3

Publier vos contenus au mauvais moment

Publier des articles sur LinkedIn

1er cas: Vous avez un blog!

Certains professionnels ont un blog et sont, de ce fait, réticents à écrire ou dupliquer des articles sur LinkedIn par peur que cela entrave le bon référencement de leur blog. Comment faire pour ne pas entraver le référencement de votre blog ?

1er cas: Vous avez un blog!

Il vous suffit soit : de dupliquer 1/3 voir deux tiers de l’article et de faire un renvoi vers votre blog pour en connaître la suite. En plus de ramener du trafic sur votre blog, vous ne risquez pas de mettre à mal votre référencement, soit d’écrire des articles inédits sur LinkedIn.

2ème cas: Vous n’avez pas de blog!

LinkedIn est un bon moyen pour faire du micro-blogging. En publiant des articles de qualité et à forte valeur ajoutée pour les professionnels de votre secteur d’activité vous allez renforcer votre crédibilité et votre identité numérique, qui plus est, si vous n’avez pas d’autres plateformes de blogging pour publier votre contenu

Quels sont les inconvénients ?

Le marketing de contenu prend du temps. Publier du contenu ne se fait pas à la légère, cela demande que vous y passiez du temps de la conception jusqu'à la publication. Si vous avez un blog et que vous souhaitez publier sur LinkedIn, cela vous prendra du temps, parfois de l'argent. La clé réside dans la gestion du temps et dans le fait de trouver un équilibre entre les différentes plateformes que vous utilisez.

LinkedIn étant une plateforme essentiellement pour le B2B, publier sur LinkedIn dans l’esprit de vendre ne fonctionnera donc pas. Par contre, vous cherchez à développer de nouveaux partenariats ou cherchez après de nouveaux collaborateurs, LinkedIn est la plateforme idéale.

Thank you!