



Sommaire

| | |
|---|------|
| Les auteurs | V |
| Remerciements | VI |
| Préface | XIII |
| Introduction – Nouvelle économie digitale : quels enjeux ? | XV |
| 1 Le métier de <i>community manager</i> | 1 |
| La fonction | 2 |
| Les outils | 8 |
| 2 La communauté | 13 |
| 3 La stratégie digitale | 23 |
| La e-réputation | 24 |
| Généralités sur les réseaux sociaux | 27 |
| Les influenceurs | 42 |
| Le <i>blog</i> | 48 |
| 4 Les réseaux sociaux | 49 |
| Facebook | 50 |
| Instagram | 73 |
| Twitter | 84 |

| | |
|---|------------|
| LinkedIn..... | 92 |
| Snapchat..... | 99 |
| Conclusion - Nos ultimes conseils pour un <i>community management</i> réussi | 107 |



Sommaire des 100 questions

- 1) Qu'est-ce qu'un *community manager* ?
- 2) Quelles sont les différences entre le *community manager* et le *social media manager* ?
- 3) Quelles sont les compétences requises pour exercer ce métier ?
- 4) Quels sont les objectifs et enjeux du *community manager* ?
- 5) Quelles sont les difficultés auxquelles peut être confronté le *community manager* ?
- 6) Quelles sont les perspectives d'évolution du métier de *community manager* ?
- 7) Qu'est-ce qu'un calendrier éditorial et quel est son intérêt ?
- 8) Quels outils puis-je utiliser pour la mise en place de mon planning éditorial ?
- 9) Quels outils me permettent de planifier et/ou publier sur plusieurs réseaux sociaux simultanément ?
- 10) Quelles banques d'images, photos et vidéos libres de droit utiliser pour partager du contenu de qualité ?
- 11) Comment faire de la veille concurrentielle sur les réseaux sociaux ? Avec quels outils ?
- 12) Qu'est-ce qu'une communauté ?
- 13) Comment la communauté peut-elle participer au développement d'une entreprise ?
- 14) Pourquoi son aval est-il précieux et primordial ?
- 15) Pourquoi est-il important de bien définir le profil de l'internaute à qui s'adresser ?

- 16) Quels sont les différents profils d'internautes ?
- 17) Comment prendre la parole sur les réseaux sociaux ?
- 18) Quel est le rôle d'une communauté d'influence ?
- 19) Quel est le rôle d'une communauté de partage ?
- 20) Qu'est-ce qu'une communauté de collaboration ?
- 21) Qu'est-ce que la e-réputation ?
- 22) Qu'est-ce qu'un *bad buzz* ?
- 23) Comment gérer un *bad buzz* ?
- 24) Quels sont les réseaux sociaux qui sont mis à ma disposition ?
- 25) Facebook : qu'est-ce que c'est ?
- 26) Instagram : qu'est-ce que c'est ?
- 27) Twitter : qu'est-ce que c'est ?
- 28) LinkedIn : qu'est-ce que c'est ?
- 29) Snapchat : qu'est-ce que c'est ?
- 30) Quel réseau social privilégier pour quelle tranche d'âge ?
- 31) Comment définir la pertinence d'un réseau social ?
- 32) Quelles sont mes options si je n'ai pas ou peu de budget ?
- 33) Est-ce que la fréquence et le nombre de mes posts tous réseaux confondus conditionnent réellement l'agrandissement de mon réseau ?
- 34) Qu'est-ce que le *growth hacking* ?
- 35) Pourquoi la vidéo est-elle plus impactante que l'image ou le texte ?
- 36) *Autoplay* : quels sont les avantages et les limites ?
- 37) Comment fonctionnent les *hashtags* ?
- 38) Qu'est-ce qu'un influenceur ?
- 39) Comment trouver des influenceurs liés à son secteur d'activité ?
- 40) Comment bien les sélectionner ?
- 41) Comment approcher les influenceurs ?
- 42) Quels sont les types de partenariats possibles ?
- 43) Quels sont les types de rémunération envisageables ?
- 44) Quelle est l'importance d'un *blog* dans le cadre du *community management* ?
- 45) Quel nombre de mots moyen dois-je utiliser dans mes publications pour qu'elles soient efficaces ?
- 46) Quelle est l'heure idéale pour poster mon contenu sur Facebook ?
- 47) Comment optimiser la diffusion de mon contenu de façon organique ?

- 48) Comment être informé des interactions sur mes publications en direct ?
- 49) Comment gérer mes *ads* Facebook ?
- 50) Quels sont les différents formats d'*ads* ?
- 51) Quels sont les différents emplacements ?
- 52) Quelles sont les étapes de la mise en place de mes publicités Facebook ?
- 53) Quelle est la différence entre une campagne, un ensemble de publicités et une publicité ?
- 54) Comment bien définir mon audience ?
- 55) Quels sont les différents objectifs de campagne ?
- 56) Qu'est-ce qu'un *boost* ?
- 57) Qu'est-ce que la portée ?
- 58) Qu'est-ce que l'impression ?
- 59) Qu'est-ce que l'interaction ?
- 60) Qu'est-ce que l'indice de pertinence ?
- 61) Qu'est-ce qu'une enchère ?
- 62) Quelles sont les stratégies d'enchères ?
- 63) Qu'est-ce que le CPC et le CPM ?
- 64) Quelles sont les erreurs à éviter sur Facebook ?
- 65) Qu'est-ce qu'un *chatbot* et pourquoi ont-ils tant de succès ?
- 66) Quelle est la taille des images que je dois utiliser ?
- 67) Comment analyser mon audience et mes statistiques sur Facebook ?
- 68) Quelle est l'heure idéale pour poster mon contenu sur Instagram ?
- 69) Comment bien utiliser les *hashtags* sur Instagram ?
- 70) En quel nombre ?
- 71) Quelle est la taille des images que je dois utiliser ?
- 72) Qu'est-ce que les *stories* sur Instagram ?
- 73) Les *stories* peuvent-elles être stratégiques pour mon *community management* ?
- 74) En quoi l'utilisation récurrente d'un même filtre est-elle importante pour mon profil ?
- 75) Comment analyser mon audience et mes statistiques sur Instagram ?
- 76) Comment gagner des abonnés rapidement de façon organique ?
- 77) Comment utiliser la publicité sur Instagram ?
- 78) Quelles sont les erreurs à éviter sur Instagram ?

- 79) Quel nombre de caractères moyen dois-je utiliser dans mes publications pour qu'elles soient efficaces ?
- 80) Quelle est l'heure idéale pour poster mon contenu sur Twitter ?
- 81) Comment analyser mon audience et mes statistiques sur Twitter ?
- 82) Comment gagner des abonnés rapidement de façon organique ?
- 83) Comment utiliser la publicité sur Twitter ?
- 84) Comment utiliser la sponsorisation sur Twitter ?
- 85) Quelles sont les erreurs à éviter sur Twitter ?
- 86) Quelle est la taille des images que je dois utiliser ?
- 87) À qui est destiné LinkedIn ? Pour quels secteurs d'activité et typologies d'entreprise ?
- 88) Quel est le moment idéal pour poster mon contenu sur LinkedIn ?
- 89) Comment analyser mon audience et mes statistiques sur LinkedIn ?
- 90) Comment gérer et développer ses *followers* de manière précise et efficace ?
- 91) Comment utiliser la publicité sur LinkedIn ?
- 92) Quelles sont les erreurs à éviter sur LinkedIn ?
- 93) Quelle est la taille des images que je dois utiliser ?
- 94) Quelle est l'heure idéale pour poster mon contenu sur Snapchat ?
- 95) Qu'est-ce que les *stories* sur Snapchat ?
- 96) Comment analyser mon audience et mes statistiques sur Snapchat ?
- 97) Comment gérer et développer ses abonnés de manière précise et efficace ?
- 98) Comment utiliser la publicité sur Snapchat ?
- 99) Quelle est la taille des images que je dois utiliser ?
- 100) Quelles sont les erreurs à éviter sur Snapchat ?



Préface

Aujourd'hui le digital fait partie intégrante de nos vies. Nous sommes et serons tous amenés à étendre notre capacité à retirer le meilleur du digital dans nos vies personnelles et professionnelles. Cela représente pour beaucoup des nouvelles pratiques et, que nous soyons experts ou junior, nous apprenons tous en faisant. Dans cet ouvrage, vous trouverez des bonnes pratiques qui reviennent sur les essentiels du *community management* et permettent à un utilisateur averti d'optimiser son savoir-faire et à un utilisateur plus junior d'accélérer son apprentissage. Je ne peux qu'encourager chacun à prendre l'initiative et à faire du management de sa communauté personnelle et/ou professionnelle un levier de succès pérenne.

Renaud Grand-Clément

Vice-président *Le Point*