



**PLAN DE FORMATION**

**FORMATION COMMUNITY MANAGER :  
LES FONDAMENTAUX**

Il est désormais impossible de communiquer sans passer par les réseaux sociaux ! Si vous aussi êtes persuadé.e qu'une communication efficace passe obligatoirement par ces canaux et que vous souhaitez monter en compétences sur le sujet, vous êtes au bon endroit !



## DURÉE

**140 heures de cours**



## CERTIFICATION

Titre (IFOCOP) Community Manager, bloc 2  
(<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36467/>) – “Produire des contenus et animer des communautés” – Niveau VI



## MODALITÉS

**100% téléprésentiel**



## MÉTIERS

Community Manager  
Social Media Manager  
Content Manager  
Traffic Manager  
Chargé(e) de communication digitale  
Animateur de communautés

# QU'ALLEZ VOUS APPRENDRE DANS LA FORMATION COMMUNITY MANAGER ?



**Katia LACOURTE**

Référente de la formation

La communication des entreprises a été transformée par l'avènement des médias sociaux et des plateformes en ligne. Ces espaces numériques sont devenus des lieux **d'échange, d'interaction** et **d'influence** sans précédent. Les entreprises, les marques, les personnalités publiques et même les organisations à but non lucratif sont désormais présentes sur ces plateformes pour établir des connexions de qualité avec leur audience.

Le Community Management, c'est bien plus qu'une simple gestion de comptes sur les réseaux sociaux. C'est l'art de cultiver et de développer des communautés en ligne, de créer des relations authentiques avec les membres, et de susciter l'engagement. C'est un rôle dynamique et crucial dans l'entreprise, où la réputation et la visibilité en ligne sont essentielles pour le succès d'une marque ou d'une organisation.

Les **communautés en ligne** sont devenues des piliers de la société numérique. Elles rassemblent des individus partageant des intérêts, des passions et des objectifs communs. Les **réseaux sociaux**, les **forums**, les groupes en ligne, et même les plateformes de jeux vidéo sont des exemples de ces espaces où les communautés prospèrent. Les personnes se connectent, discutent, partagent et influencent mutuellement leurs opinions et leurs décisions.

Pour les entreprises et les marques, ces communautés représentent des opportunités inestimables. Elles permettent d'atteindre un public ciblé, de collecter des informations précieuses sur les clients, et de promouvoir des produits ou des idées de manière authentique. Mais pour tirer pleinement parti de ces avantages, il faut des professionnels compétents et dédiés.

Notre formation au Community Management a été soigneusement conçue pour vous initier aux fondamentaux du métier.

# LE PROGRAMME

## Objectifs

- 👉 Comprendre l'importance de la gestion de la marque entreprise
- 👉 Explorer les principes fondamentaux du marketing en ligne.
- 👉 Apprendre à promouvoir efficacement des produits ou des services sur le web.
- 👉 Développer une stratégie de contenu efficace pour attirer et engager votre public en ligne.
- 👉 Analyser les tendances actuelles des médias sociaux et leur impact.
- 👉 Utiliser différentes plates-formes de médias sociaux de manière stratégique.
- 👉 Créer des contenus visuels attrayants pour le web et les médias sociaux.
- 👉 Surveiller et gérer les interactions en ligne, y compris les commentaires et les discussions.
- 👉 Fédérer et engager une communauté en ligne autour de votre marque ou de votre projet.
- 👉 Comprendre les bases du référencement naturel pour augmenter la visibilité en ligne.
- 👉 Écrire de manière efficace et adaptée aux médias sociaux et aux plateformes en ligne.
- 👉 Savoir gérer les crises et les problèmes de e-réputation de l'entreprise
- 👉 Savoir travailler avec les influenceurs
- 👉 Créer des publicités sur Meta
- 👉 Savoir créer et administrer des emailings sous Brevo
- 👉 Créer des tableaux de reporting
- 👉 Analyser les statistiques liées aux plateformes de l'entreprise

## Pré-requis

La formation est ouverte à tous, **sans condition de diplôme.**

## Déroulé

Nos formations sont basées essentiellement **sur la pratique** et **l'accompagnement individuel** de l'équipe pédagogique ce qui permet d'adapter la courbe d'apprentissage aux capacités de chacun.e.

---

#### Comprendre Votre Public (4 jours - 28 heures)

- Reprendre les bases du webmarketing
- Apprendre à construire son image de marque
- Savoir construire une cible et un persona

---

#### Créer un Engagement Authentique (5 jours - 35 heures)

- Communiquer via les réseaux sociaux
- Animer une communauté en ligne
- Travailler avec les influenceurs

---

#### Développer des Contenus Engageants (6 jours - 42 heures)

- Apprendre les bases du référencement naturel (SEO)
- Savoir utiliser Canva, pour créer rapidement et aisément du contenu de qualité
- Appréhender les notions de storytelling et de copywriting propres à la rédaction web
- Savoir appliquer les notions de référencement naturel (SEO)
- Créer des publicités Facebook

---

#### Utiliser les Outils de Gestion (2 jours - 14 heures)

- **Trello et Notion** : outils indispensables pour travailler en mode projet
- Savoir programmer ses publications sous META

---

#### Gérer les Crises et les Conflits (2 jours - 14 heures)

- Mettre en place une solution de veille pour son entreprise
- Gérer l'image et la e-réputation en cas de crise

---

#### Mesurer et Améliorer (1 jour - 7 heures)

- Créer des reporting
- Analyser les statistiques des plateformes stratégiques

---

#### Créer sa marque personnelle

---

Fil rouge sur 3 semaines

# **LE PARCOURS DE CANDIDATURE**

Prenons le temps de vous accompagner vers votre nouvelle vie professionnelle.

## **ETAPE 1**

### **Webinaire d'infos**

Chaque semaine, nous organisons un webinaire d'informations vous permettant d'avoir plus de détails et surtout de pouvoir poser vos questions.

## **ETAPE 2**

### **Parcours Welcome**

Quelques challenges à réaliser en autonomie à la maison pour se tester et nous permettre de vérifier si vous êtes fait.e pour cette formation.

## **ETAPE 3**

### **Entretien**

Dès la fin de votre parcours welcome, vous pouvez prendre un RDV en ligne pour faire connaissance plus finement et comprendre votre projet.

En fonction de votre niveau technique, le temps de réalisation de ce parcours est variable selon les candidat.e.s. Mais en moyenne compter entre 10h et 15h de travail personnel.

# SITUATION DE HANDICAP



**Philippe Lemaire**

Référent accessibilité du CEFIM

## **Vous avez une reconnaissance RQTH et vous vous demandez si nous pouvons vous accueillir ?**

Nous accueillons régulièrement des étudiants avec différents handicaps sur nos formations. Pour les handicaps moteurs, nos locaux et nos équipements sont tout à fait adaptés aux normes en vigueur.

Pour les autres handicaps, l'accessibilité peut être adaptée.

L'inclusion de tous et toutes dans la formation est une valeur importante pour nous et nous prendrons toujours le temps de vous accueillir spécifiquement pour évaluer avec vous notre capacité à nous adapter à votre empêchement.

Vous pouvez dès maintenant **prendre un rendez-vous** avec notre référent accessibilité qui saura vous accueillir et être à votre écoute.

Ou vous pouvez lui passer un message directement : **referent-handicap@cefim.eu**

Et au-delà du premier rendez-vous, il sera la personne à votre écoute tout au long de la formation.

# INFOS PRATIQUES

Certification

Certification « community Manager » délivrée par France Compétence

## **Bloc CCP 2 / RNCP36467BC02**

(<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36467/>)

### **Produire des contenus et animer des communautés**

#### **Liste des compétences**

- Rédiger des posts en utilisant des techniques de marketing et en optimisant le référencement naturel pour les moteurs de recherche (SEO – Search Engine Optimization) dans l'optique d'optimiser son trafic et améliorer ses taux de conversion
- Construire un storytelling basé sur les valeurs de l'entreprise et l'imaginaire de l'utilisateur afin de sensibiliser puis fidéliser ce dernier
- Illustrer ses articles avec des visuels accrocheurs en vue d'augmenter la viralité et l'engagement
- Faire vivre et réguler les espaces d'échanges avec les communautés en adoptant le style de communication de la marque en vue de garantir l'e-reputation et dans une logique de brand content
- Favoriser l'engagement de la communauté en organisant des événements pour optimiser la génération et la gestion de leads

Suite de parcours

Infos légales

Modalités pédagogiques

Moyens pédagogiques

Passerelles



Page mise à jour le 8 septembre 2023