

Devenir Community Manager



Lieu de Travail :

20 heures

(18h E-learning et 2h Coaching)



Lieu de Travail :

Distanciel et e-learning



Profil :

Ouvert à tous



Modalité d'accès :

14 jours

après délai scrivner



Pré-requis :

Aucun pré-requis



Modalité d'évaluation :

PRÉSENTIEL DEVANT JURY
PRÉVOIR DÉPLACEMENT



Certification :

RNCP 35634

BLOC 02

Certifier par le Ministère du travail
et de l'insertion

Vous serez capable

- o Les fondamentaux du Community Manager.
- o Mettre en place une stratégie Social Média.
- o La base des réseaux sociaux.
- o Développer les compétences collectives de son équipe face au changement.

Objectif de la formation

- o Mettre en œuvre une stratégie webmarketing.
- o Assurer une veille professionnelle et développer les compétences collectives de son équipe.

Information sur la formation

Les inscriptions sont ouvertes toute l'année. Pour toute information, n'hésitez pas à nous contacter.

Moyens pédagogiques : Accès en ligne à des ressources, travaux pratiques individuels (quiz et exercices), ainsi que des vidéos.

Elle comprend également 2h de formation en distanciel avec un formateur professionnel. Une évaluation initiale et finale vous sont proposées en début et fin de parcours afin de tester les connaissances acquises.

Moyens techniques : Les sessions se déroulent via (nom de la plateforme). Un support technique est assuré par Advizzeo.

Modalités d'évaluation : mise en situation professionnelle ou d'une présentation d'un projet réalisé en amont de la session, éventuellement complétée par un entretien technique, questionnaire professionnel, questionnement à partir de production(s)

Modalités de validation : Une attestation de fin de formation vous sera délivrée.

Tarif : 2 200 € (auto-financement). Prix nets de TVA.

Possibilité de financement via le CPF.

Liste des compétences :

- o Mettre en œuvre une stratégie webmarketing
- o Assurer une veille professionnelle et développer les compétences collectives de son équipe

Modalité d'examen :

Les compétences des candidats (VAE ou issus de la formation) sont évaluées par un jury au vu :

- a) D'une mise en situation professionnelle ou d'une présentation d'un projet réalisé en amont de la session, éventuellement complétée par d'autres modalités d'évaluation : entretien technique, questionnaire professionnel, questionnement à partir de production(s)
- b) d'un dossier faisant état des pratiques professionnelles du candidat
- c) des résultats des évaluations passées en cours de formation pour les candidats issus d'un parcours de formation

Contenu détaillé du programme

Module 1 : Comprendre les fondamentaux du Community Manager (1h50min)

- **Module 1.1 : L'évolution des réseaux sociaux**
 - o L'histoire des réseaux sociaux 19'07
 - **Module 1.1 : L'évolution des réseaux sociaux**
 - o L'histoire des réseaux sociaux 19'07
 - o Les tendances 2021- Partie 1 / Les chiffres clés 9'56
 - o Les tendances 2021- Partie 2 / Les chiffres clés 10'18
 - o Pourquoi miser sur les réseaux sociaux 9'39
 - **Module 1.2 : Le Community Manager**
 - o Qui est le Community Manager ? 6'04
 - o Les qualités du Community manager 12'45
 - o Les bonnes pratiques – 1 : choisir le bon format 4'39
 - o Les bonnes pratiques – 2 : création de contenu 4'26
 - o Les bonnes pratiques – 3 : penser mobile first 2'19
 - o Les bonnes pratiques – 4 : socials Ads 4'04
 - o Les bonnes pratiques – 5 : engagement 4'45
 - o La veille quotidienne 8'01
 - **Module 1.3 : La communauté du Community manager**
 - o Comprendre et entretenir sa communauté 7'40
 - o Construire et développer sa communauté 18'23
 - **Quiz module 1 6'00**

Module 2 : Comprendre la base des réseaux sociaux (3h12min)

- **Module 2.1 : Facebook**
 - o La présentation de Facebook 6'26
 - o La différence entre un profil, une page et un groupe 3'21
 - o La création d'une page Facebook 15'02
 - o Définir les objectifs de sa page 3'58
 - o Quelques conseils pour animer votre page Facebook 1'40
 - o L'algorithme Facebook 2'24
 - o La sponsoring Facebook 4'48
- **Module 2.2 : Instagram**
 - o Les bases d'Instagram – Partie 1 17'29
 - o Les bases d'Instagram – Partie 2 14'43
- **Module 2.3 : LinkedIn**
 - o LinkedIn 17'23
- **Module 2.4 : YouTube**
 - o Les bases de YouTube – Partie 1 11'33
 - o Les bases de YouTube – Partie 2 16'38
- **Module 2.5 : Twitter**
 - o Les bases de Twitter 13'27
- **Module 2.6 : TikTok**
 - o Les bases de TikTok 12'32
- **Module 2.7 : Pinterest**
 - o Pinterest : Comment mettre en place une stratégie 1'49
 - o Pinterest : Anatomie 4'28
 - o Pinterest : Marketing – Partie 1 3'01
 - o Pinterest : Marketing – Partie 2 6'08
 - o Pinterest : 7 étapes 17'27
- **Module 2.8 : Snapchat**
 - o Les bases de Snapchat 7'58
- **Quiz module 2 6'00**

Module 3 : Cerner les enjeux comportementaux des internautes pour construire votre projet social media (2h07min)

- o Les indicateurs clés de performance à analyser 16'24
- o La e-réputation 14'16
- o La veille concurrentielle et la veille sociale médias 10'10

- **Module 3.1 : Le projet social media**
 - o Le projet social média 10'44
 - o Chef de projet 12'23
 - o Planification 5'58
 - o Le Cycle de vie du projet – Exploration 8'00
 - o Le Cycle de vie du projet – Préparation 9'13
 - o Le Cycle de vie du projet – Mise en œuvre 6'03
 - o Le Cycle de vie du projet – Finalisation 3'04
 - o Le reporting 8'46
 - o Exemples de projets social média 5'28
 - o Création de contenus et budgets 11'05
 - o Diffusion du contenu 9'34
- **Quiz module 3 6'00**

Module 4 : Mettre en place une stratégie Social Média (1h52min)

- o Les acteurs de la stratégie digitale et opérationnelle 5'52
- o Faire des médias sociaux un outil d'acquisition client pour l'entreprise 3'47
- o Le Brand content et le modèle POEM – Partie 1 9'09
- o Le Brand content et le modèle POEM – Partie 2 12'52
- o Les outils d'organisation 17'41
- o Les outils de veille – partie 1 10'44
- o Les outils de veille – partie 2 11'02
- o Les outils de création – partie 1 10'33
- o Les outils de création – partie 2 12'13
- o Les outils de création – partie 3 8'42
- o Les outils de planification 14'38
- **Quiz module 4 6'00**

Module 4 : Mettre en place une stratégie Social Média (1h52min)

- o Les acteurs de la stratégie digitale et opérationnelle 5'52
- o Faire des médias sociaux un outil d'acquisition client pour l'entreprise 3'47
- o Le Brand content et le modèle POEM – Partie 1 9'09
- o Le Brand content et le modèle POEM – Partie 2 12'52
- o Les outils d'organisation 17'41
- o Les outils de veille – partie 1 10'44
- o Les outils de veille – partie 2 11'02
- o Les outils de création – partie 1 10'33
- o Les outils de création – partie 2 12'13
- o Les outils de création – partie 3 8'42
- o Les outils de planification 14'38
- **Quiz module 4 6'00**

Module 4 : Mettre en place une stratégie Social Média (1h52min)

- o Les acteurs de la stratégie digitale et opérationnelle 5'52
- o Faire des médias sociaux un outil d'acquisition client pour l'entreprise 3'47
- o Le Brand content et le modèle POEM – Partie 1 9'09
- o Le Brand content et le modèle POEM – Partie 2 12'52
- o Les outils d'organisation 17'41
- o Les outils de veille – partie 1 10'44
- o Les outils de veille – partie 2 11'02
- o Les outils de création – partie 1 10'33
- o Les outils de création – partie 2 12'13
- o Les outils de création – partie 3 8'42
- o Les outils de planification 14'38
- **Quiz module 4 6'00**

Module 5 : Mettre en œuvre des campagnes publicitaires sur Pinterest Ads (4h32min)

• Introduction du module 3'05

• Module 5.1 : Premier pas sur Pinterest

- o L'histoire de Pinterest 11'13
- o Les tendances Pinterest 8'55
- o Le fil d'actualité 12'30
- o Les fonctionnalités Pinterest 11'40
- o L'algorithme Pinterest – Partie 1 8'16
- o L'algorithme Pinterest – Partie 2 13'36
- o L'algorithme Pinterest – Partie 3 14'00
- o L'algorithme Pinterest – Partie 4 11'49

Cas pratiques

- o Exercice 1 5'27
- o Correction de l'exercice 1 6'28
- o Comment s'autoévaluer / Auto-évaluation 11'06

• Module 5.2 : le moteur de recherche Pinterest

- o La recherche par mot-clé 6'17
- o La recherche visuelle 15'06

Cas pratiques

- o Exercice 2 1'46
- o Correction de l'exercice 2 5'33
- o Comment s'autoévaluer / Auto-évaluation 9'44

• Module 5.3 : Pinterest, pour quel type d'entreprise ?

- o Blogueur 8'32
- o Commerce de détail local ou service local 9'34

Cas pratiques

- o Exercice 3 1'53
- o Correction/ Auto-évaluation – Exercice 3 10'57

• Module 5.4 : La sponsoring sur Pinterest

- o Créer une annonce 8'14
- o Utiliser les outils Pinterest pour suivre les performances 16'17
- o Analyser les performances – Partie 1 19'28
- o Analyser les performances – Partie 2 10'32
- o Analyser les performances – Partie 3 9'37

Cas pratiques

- o Exercice 5 3'41
- o Correction de l'exercice 5 9'33
- o Comment s'autoévaluer / Auto-évaluation 16'57

• Quiz : Pinterest 6'00

Module 6 : Mettre en œuvre des campagnes publicitaires sur TikTok Ads (3h38min)

• Module 6.1 : Origine de l'application TikTok

- o Introduction 3'59
- o L'histoire de TikTok 6'46
- o Comment fonctionne TikTok ? – Partie 1 13'34
- o Comment fonctionne TikTok ? – Partie 2 13'41

Cas pratiques

- o Exercice 6 5'15
- o Correction/Auto-évaluation Exercice 6 15'14

• Module 6.2 : Comment créer un TikTok Ads

- o Annonces – Partie 1 12'15
- o Annonces – Partie 2 13'04
- o Mesures – Partie 1 13'09
- o Mesures – Partie 2 7'54

Cas pratiques

- o Exercice 8 4'13
- o Correction/Auto évaluation exercice 8 – Partie 1 11'48
- o Correction/Auto évaluation exercice 8 – Partie 2 5'43

• Module 6.3 : Quels contenus créer sur TikTok Ads ?

- o Créer une vidéo TikTok sur Canva 12'04
- o Comment créer un TikTok Ads 14'11
- o Outil de création disponible sur TikTok Ads – Partie 1 12'17
- o Outil de création disponible sur TikTok Ads – Partie 2 18'38

• Cas pratiques

1. Exercice 9 4'33

2. Correction/Auto évaluation exercice 9 – Partie 1 12'21

3. Correction/Auto évaluation exercice 9 – Partie 2 12'27

4. Exercice 10 3'48

5. Correction/Auto évaluation exercice 10 16'44

• Quiz : TikTok 6'00

Module 7 : Mettre en œuvre des campagnes publicitaires sur SnapChat Ads (3h12min)

• Module 7.1 : Snap, comment ça fonctionne ?

- o Introduction du module 2'37
- o L'histoire de Snapchat – Partie 1 8'05
- o L'histoire de Snapchat – Partie 2 9'37
- o Le logo de Snapchat 6'20
- o Les chiffres clés 13'31
- o Bien démarrer Snapchat – Partie 1 15'26
- o Bien démarrer Snapchat – Partie 2 10'22
- o Les fonctionnalités 12'00
- o Snapchat, pour quel type d'entreprise ? 16'16

• Module 7.2 : Comment créer une annonce sur SnapChat

- o Pourquoi utiliser la publicité SnapChat 16'45
- o Le tableau de bord SnapChat Ads – Partie 1 12'38
- o Le tableau de bord SnapChat Ads – Partie 2 5'06
- o Le tableau de bord SnapChat Ads – Partie 3 13'22
- o Le tableau de bord SnapChat Ads – Partie 4 9'59
- o Le tableau de bord SnapChat Ads – Partie 5 11'57
- o Le tableau de bord SnapChat Ads – Partie 6 14'30

• Module 7.3 : Comment élargir son influence sur SnapChat

- o Comment élargir son influence sur Snapchat 12'38
- o Quelle stratégie de communication ? – Partie 1 7'21
- o Quelle stratégie de communication ? – Partie 2 11'29
- o Comment mesurer votre influence sur Snapchat 5'19

• Quiz : SnapChat 6'00

Module 8 : Développer les compétences collectives de son équipe face au changement (1h19min)

• Module 8.1 : Manager le changement

- o Mettre en place une culture du changement 7'30
- o Agilité organisationnelle 1'42
- o Accompagner les transformations 2'50
- o Gérer les résistances du changement 9'25

• Module 8.2 : La réunion

- o Les bénéfices d'une réunion 1'30
- o Conduite de réunion 12'29
- o Le brainstorming 5'52
- o La gestion du temps 10'05
- o Les règles simples pour gagner du temps 11'43
- o Le développement par le travail collaboratif 3'20
- o Le compte rendu de réunion 14'34