

« Community Manager »



Le métier de community manager apparu depuis une dizaine d'années en France n'arrête pas d'évoluer. Avant son apparition, les entreprises, sceptiques sur l'utilité de communiquer sur le web, confiaient cette mission à un subalterne ou à un stagiaire. Devant l'ampleur du phénomène WEB 2.0 qui a permis aux clients et utilisateurs de communiquer directement avec elles, les entreprises ont pris conscience qu'il était essentiel d'être présent sur les médias sociaux. Depuis, le community management est au cœur de la stratégie de communication et de marketing des marques et entreprises. Cette mission est confiée à un professionnel rompu à toutes les techniques d'animation et de modération d'une communauté. C'est ainsi que sont apparues les premières formations de community manager dans les universités françaises et les formations en ligne. Aujourd'hui, le community manager est un acteur majeur du web chargé de gérer la présence de marques, d'entreprises, d'organisations ou de personnalités sur internet ; il est la voix, les yeux et les oreilles d'une entreprise ou d'une organisation sur le web.

Cette formation de community manager en ligne s'adresse à un large public. À tous ceux qui travaillent ou veulent travailler sur le web, diplômés ou autodidactes, professionnels de la communication et du marketing, étudiants, blogueurs, salariés, patrons, demandeurs

Document actualisé le 01/03/2023

d'emploi ou personnes en reconversion professionnelle. La formation e-learning aborde les principales missions exercées par un community manager :

- Créer, diffuser et relayer du contenu sur les réseaux, le blog ou le site de la marque.
- Rédiger des articles pertinents et attractifs.
- Recenser les communautés existantes, les blogueurs, influenceurs et tous les sites ou forums en rapport avec l'entreprise ou son activité.
- Animer et modérer les échanges et les conversations entre membres d'une communauté.
- Choisir les bons supports et les bons réseaux pour assurer la présence de la marque et accroître sa visibilité et sa notoriété.
- Veiller et surveiller l'e-réputation de l'entreprise, de ses produits ou services et des dirigeants, pratiquer le « benchmarking » ou effectuer une veille concurrentielle.
- Gérer les situations de crise, notamment le bad buzz.
- Analyser le suivi de ses actions de community manager et évaluer le retour sur investissement ou ROI avec les bons outils.
- Transformer les meilleurs clients en ambassadeurs de la marque pour en faire des relais d'information et fidéliser les autres membres.
- Assurer une relation client de premier niveau, notamment pour la gestion de SAV.
- Participer à l'élaboration de la ligne éditoriale et d'autres documents, comme la charte de modération ou le guide d'utilisation des médias sociaux en interne.
- Organiser des événements sur internet et dans le monde physique pour les membres de la communauté...

Pour être complète, cette formation consacre tout un chapitre aux premiers pas du community manager dans le monde professionnel : quelles démarches faire pour trouver un emploi ou comment se lancer en freelance et sous quel statut ; comment se faire connaître et se bâtir un solide réseau professionnel.

Cette formation permet à l'apprenant d'appréhender les différentes facettes du métier de community manager.

Public :

Tout public

Prérequis :

Aucun

Durée de formation :

40 heures

Document actualisé le 01/03/2023



Inscription :

Pour toute demande d'inscription, veuillez vous rendre sur le site : <https://elearningformalis.fr>
ou nous contacter par email : equipepedagogique@elearningformalis.fr

Objectifs :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de maîtriser les notions fondamentales pour devenir community manager

Moyen et modalité :

FOAD

Alternance de théorie et de cas pratiques

À l'issue de la période de formation le stagiaire se verra remettre son relevé de connexion certifié par le centre de formation pour contre-signature.

Moyens Techniques :

10 modules au format PDF

10 fichiers audio au format mp3

Un examen final

Notre support qui est là pour répondre à toutes vos questions

Adaptation et suivi de la formation :

Un suivi de la formation et un accompagnement seront réalisés tout au long de la formation. La formation pourra être adaptée pour pallier des difficultés majeures rencontrées par l'apprenant.

Évaluation de parcours :

Le contrôle de connaissances permettant de vérifier le niveau de connaissances acquis par

Document actualisé le 01/03/2023



les Stagiaires est effectué selon les modalités suivantes :

QCM

Délai d'accès :

Un délai minimum et incompressible de 24 heures entre l'inscription et l'accès à la formation est appliqué.

Handicap :

Toutes les formations dispensées à FORMALIS sont accessibles aux personnes en situation de handicap. Lors de l'inscription à nos formations, nous étudions avec le candidat en situation de handicap et à travers un questionnaire les actions que nous pouvons mettre en place pour favoriser son apprentissage.

Pour cela, nous pouvons également nous appuyer sur un réseau de partenaires nationaux préalablement identifiés.

Coordonnées des partenaires handicap :

AGEFIPH

Bastien GIESBERGER M'Ballo SECK

Contact mail uniquement

rhf-idf@agefiph.asso.fr

MDPH

MDPH 75 de Paris 69 rue de la Victoire 75009 Paris

0 805 800 909

contact@mdph.paris.fr

Évaluation du besoin :

Un questionnaire sera proposé pour analyser l'adéquation du besoin de formation avec les formations dispensées.

Document actualisé le 01/03/2023



Le Prix :

590 €

Contact :

MARIN JONES Harriet
equipepedagogique@elearningformalis.fr
+ 33 1 87 20 06 98

« Community Manager »

PROGRAMME DE FORMATION DÉTAILLÉ

Module 1 : Comprendre le rôle du community manager

Durée : 4 heures

Objectif : A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable d'identifier les qualités et les compétences d'un community manager

Chapitre 1: Le community management

Chapitre 2 : Les compétences et formations

Chapitre 3 : Évolution du community manager dans le monde digital

...

Évaluation module 1

Module 2 : Médias et réseaux sociaux

Durée : 4 heures

Objectif : A l'issue de ce module, le stagiaire sera capable d'identifier les différents médias sociaux et leurs caractéristiques propres à chacun

Document actualisé le 01/03/2023

Chapitre 1 : Les médias sociaux

Chapitre 2 : Outils collaboratifs et technologies fréquemment utilisés sur les médias sociaux

Chapitre 3 : Les réseaux sociaux

Chapitre 4 : Les caractéristiques des réseaux sociaux

Chapitre 5 : Les réseaux sociaux utilisés par les community managers

Chapitre 6: Les principaux réseaux sociaux

...

Évaluation module 2

Module 3 : Définir une stratégie sur les médias sociaux

Durée : 4 heures

Objectif : A l'issue de ce module, le stagiaire sera capable d'identifier les forces et les faiblesses des réseaux sociaux ainsi que leur potentialité pour définir une stratégie adaptée

Chapitre 1 : Quels réseaux choisir ?

Chapitre 2 : Les forces et opportunités que représentent les réseaux sociaux

Chapitre 3 : Les risques et faiblesses des réseaux sociaux

Chapitre 4 : Les potentialités des réseaux sociaux

Chapitre 5 : Les caractéristiques des réseaux

Chapitre 6 : Les mots et expressions employés fréquemment par les community managers

...

Évaluation module 3

Module 4 :Veiller. Organiser sa présence sur les médias sociaux

Durée : 4 heures

Objectif : A l'issue de ce module, le stagiaire sera capable de surveiller la réputation en ligne d'une marque ou d'une entreprise et de mettre en place un processus de veille

Chapitre 1 : Qu'est-ce que la veille ?

Chapitre 2 : Qu'est-ce que l'e-réputation ?

Chapitre 3 : Trouver les bons mots-clés et identifier les sources d'information

Chapitre 4 : Les outils de veille

Chapitre 5 : Penser et organiser sa présence sur les réseaux sociaux

...

Évaluation module 4

Module 5 : Les différents types de communautés et d'utilisateurs. La communauté de marque

Durée : 4 heures

Objectif : A l'issue de ce module, le stagiaire sera capable d'identifier les différents types de communautés et d'utilisateurs pour élaborer une charte encadrant les interactions.

Chapitre 1 : Les différentes communautés

Chapitre 2 : Les différents types d'utilisateurs que peut rencontrer un community manager

Document actualisé le 01/03/2023

Chapitre 3 : Les différents niveaux d'engagement des utilisateurs d'une page Facebook

Chapitre 4 : La communauté de marque

Chapitre 5 : Avoir un objectif de communication

Chapitre 6 : Le temps de la communication conversationnelle sur les médias sociaux

...

Évaluation module 5

Module 6 : Comment animer une communauté. La modération

Durée : 4 heures

Objectif : A l'issue de ce module, le stagiaire sera capable de maîtriser les techniques d'animation d'une communauté et d'adopter les bonnes méthodes de modération de l'espace communautaire

Chapitre 1 : Les conseils et techniques pour animer sa communauté

Chapitre 2 : Donner la parole

Chapitre 3 : Favoriser les interactions

Chapitre 4 : Le crowdsourcing ou la production participative

Chapitre 5 : Organiser des jeux concours

Chapitre 6 : Identifier de nouveaux thèmes pour assurer l'animation

Chapitre 7 : La modération de l'espace communautaire

Chapitre 8 : Procédures pour répondre sur Facebook et Twitter

Chapitre 9 : Procéder à une remontée d'informations vers les services concernés

...

Évaluation module 6

Module 7 : Gérer les crises. Le bad buzz. Le rôle des ambassadeurs

Durée : 4 heures

Objectif : A l'issue de ce module, le stagiaire sera capable de maîtriser la gestion de crise et d'identifier le rôle des ambassadeurs et des influenceur pour l'image de marque

Chapitre 2 : La gestion de crise : généralités

Chapitre 3 : Dix règles d'or de la gestion de crise

Chapitre 4 : Le bad buzz

Chapitre 5 : Comment gérer un bad buzz et désamorcer la situation

Chapitre 6 : Les ambassadeurs

Chapitre 7 : Les influenceurs

...

Évaluation module 7

Module 8 : Créer et diffuser du contenu. La charte éditoriale

Durée : 4 heures

Document actualisé le 01/03/2023

Objectif : A l'issue de ce module, le stagiaire sera capable de maîtriser la production et la diffusion de contenus de qualité

Chapitre 1 : La création de contenu

Chapitre 2 : Les différentes formes de contenu

Chapitre 3 : Le référencement SEO

Chapitre 4 : SEO la bonne pratique rédactionnelle

Chapitre 5 : La charte éditoriale

...

Évaluation module 8

Module 9 : Mesurer les effets des actions du Community Manager sur les médias sociaux

Durée : 4 heures

Objectif : A l'issue de ce module, le stagiaire sera capable de maîtriser l'élaboration et l'adaptation d'une stratégie social média et l'analyse des actions de community management

Chapitre 1 : La stratégie « social media » au cœur de l'entreprise

Chapitre 2 : Les KPI

Chapitre 3 : Mesurer le retour sur investissement des actions menées

...

Évaluation module 9

Module 10 : Toutes les facettes du métier de community manager

Durée : 4 heures

Objectif : A l'issue de ce module, le stagiaire sera capable de mettre en place une activité professionnelle de community management.

Chapitre 1 : Le community manager interne

Chapitre 2 : Démarrer en freelance

Chapitre 3 : Le réseau LinkedIn et le community manager

Chapitre 4 : Les autres méthodes pour trouver un job de Community manager

...

Évaluation module 10

ACCESSIBILITÉ

En application de l'article 47 de la loi n° 2005-102 du 11 février 2005 et du décret n° 2019-768 du 24 juillet 2019 ce document présente la politique de FORMALIS en matière d'accessibilité numérique.

Document actualisé le 01/03/2023

1. RESPONSABLE ACCESSIBILITÉ NUMÉRIQUE

Pour veiller continuellement à l'accessibilité des contenus numériques, FORMALIS a nommé un responsable de l'accessibilité numérique.

Celui-ci a pour missions :

- De veiller à la mise en place de processus pour l'accessibilité des contenus numériques ;
- De rendre compte au responsable de la formation des contenus et des services numériques, ainsi que de tout besoin d'amélioration ;
- De s'assurer que la sensibilisation aux exigences de l'accessibilité est encouragée dans l'établissement ;
- D'être l'interlocuteur premier sur tous les sujets d'accessibilité numérique.

2. ACTION DE FORMATION ET DE SENSIBILISATION

Pour répondre au besoin de sensibilisation et de formation des membres de FORMALIS, un plan de formation sera déroulé sur les trois prochaines années. Ces formations seront réalisées selon la méthode la plus appropriée pour répondre aux spécificités de la formation, soit par des dispositifs à distance synchrones ou asynchrones, soit par des dispositifs en présentiel.

3. GUIDE DES BONNES PRATIQUES

Pour que la prise en compte de l'accessibilité dans la fabrication des contenus et la mise en place des services numériques deviennent des éléments de la qualité, chaque pôle intègrera les bonnes pratiques de l'accessibilité adaptées à ses contenus et outils. Cette adaptation sera issue des expériences faites lors de nos formations.

CGV disponibles sur ce lien :

<https://elearningformalis.fr/wp-content/uploads/2021/04/CGV-Formalis.pdf>

Document actualisé le 01/03/2023



Document actualisé le 01/03/2023

FORMALIS 165 Quai de Valmy, 75010 - Paris – Siret : 50334974800031 – Enregistré sous le n°11755630075 auprès du préfet de région : Ile de France – Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'État. – Naf : 5911C – TVA : FR10503349748 – RCS : Paris Paris B 503 349 748 – Capital : 45 000€ – Tel : + 33 1 87 20 06 98 – Email : equipepedagogique@elearningformalis.fr – Site internet : <https://elearningformalis.com/>