

« 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 13/10/2025

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

Inscription :

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

Objectifs :

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de gérer et développer la présence digitale d'une marque, entreprise ou organisation sur les réseaux sociaux, en créant, animant et mesurant des actions de communication adaptées à chaque plateforme, dans le but d'accroître la visibilité et l'engagement de la communauté en ligne.

Les acquis seront évalués à travers un test de 10 questions à la fin de chaque module et un QCM final, permettant de vérifier la compréhension des compétences clés du community management.

La formation, d'une durée de 40 heures, devra être complétée dans un délai maximum de 18 mois à compter de l'inscription.

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

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 :

Document actualisé le 13/10/2025



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

Le Prix :

590 €

Document actualisé le 13/10/2025

Contact :

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

« Community Manager »

Module 1 : Comprendre le rôle du community manager

Durée : 4 heures

Objectif : À l'issue de ce module, le stagiaire sera capable d'expliquer les missions principales du community manager, d'identifier les compétences clés du métier, et de décrire son évolution dans l'écosystème digital actuel.
Évaluation : test de 10 questions.

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 : À l'issue de ce module, le stagiaire sera capable de reconnaître les différents médias et réseaux sociaux, d'analyser leurs spécificités techniques et comportementales, et de sélectionner les plateformes adaptées à une stratégie de marque.
Évaluation : test de 10 questions.

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

Document actualisé le 13/10/2025

Module 3 : Définir une stratégie sur les médias sociaux

Durée : 4 heures

Objectif : À l'issue de ce module, le stagiaire sera capable de concevoir une stratégie social media cohérente, en analysant les forces, faiblesses et opportunités de chaque réseau, et en définissant des objectifs mesurables d'engagement et de visibilité.

Évaluation : test de 10 questions.

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 : À l'issue de ce module, le stagiaire sera capable de mettre en place une veille stratégique, de surveiller la réputation en ligne d'une marque, et d'utiliser des outils professionnels pour suivre et analyser les mentions et tendances.

Évaluation : test de 10 questions.

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

Document actualisé le 13/10/2025

Durée : 4 heures

Objectif : À l'issue de ce module, le stagiaire sera capable d'identifier les types de communautés et de profils d'utilisateurs, de déterminer les niveaux d'engagement, et de élaborer une charte de communication adaptée à la communauté de marque.

Évaluation : test de 10 questions.

Chapitre 1 : Les différentes communautés

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

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 ?

Durée : 4 heures

Objectif : À l'issue de ce module, le stagiaire sera capable d'animer efficacement une communauté en ligne, de favoriser les interactions et la participation, et de appliquer des techniques de modération pour maintenir un climat constructif et respectueux.

Évaluation : test de 10 questions.

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 : À l'issue de ce module, le stagiaire sera capable d'identifier les signaux faibles de crise, de gérer un bad buzz de manière professionnelle, et de mobiliser les ambassadeurs et influenceurs pour renforcer l'image de marque.

Évaluation : test de 10 questions.

Chapitre 1 : La gestion de crise : généralités

Chapitre 2 : Dix règles d'or de la gestion de crise

Chapitre 3 : Le bad buzz

Chapitre 4 : Comment gérer un bad buzz et désamorcer la situation

Chapitre 5 : Les ambassadeurs

Chapitre 6 : Les influenceurs

...

Évaluation module 7

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

Durée : 4 heures

Objectif : À l'issue de ce module, le stagiaire sera capable de produire et planifier des contenus attractifs et cohérents avec la stratégie de communication, d'optimiser leur visibilité grâce aux bonnes pratiques SEO, et de rédiger une charte éditoriale claire.

Évaluation : test de 10 questions.

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 : À l'issue de ce module, le stagiaire sera capable de analyser les performances de ses actions social media, d'interpréter les indicateurs clés de performance (KPI), et de ajuster sa stratégie en fonction des résultats observés.

Évaluation : test de 10 questions.

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 : À l'issue de ce module, le stagiaire sera capable de développer une activité professionnelle de community manager, d'choisir entre statut salarié ou freelance, et de mettre en œuvre une stratégie personnelle de visibilité et de prospection.

Évaluation : test de 10 questions.

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.

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 intégrera 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 13/10/2025

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/>