

CFA+ **FORE**



COMMUNITY MANAGER



www.fore.fr

**600H
SUR 1 AN**

2 jours/Semaine

PRÉREQUIS

De niveau Bac +2 ou plus.
Sens de l'écoute et du contact, empathie, bonne dimension relationnelle. Curiosité intellectuelle, très bonne culture générale. Goût prononcé pour les nouveaux médias, les réseaux sociaux et bien sûr le net. Compréhension des enjeux économiques de l'entreprise et de ses pouvoirs.

FINANCEMENT

Formation éligible au CPF N° 2643

FINANCEMENTS OPCO des Entreprises,
FONGECIF, AIF POLE EMPLOI et REGION ...

CERTIFICATION

Diplôme de Niveau 6 (BAC+3/+4), enregistré et inscrit au Répertoire National des Certifications Professionnelles.

Code RNCP : 24223/46235/46341

CONTACT

Christine GUENIOT 0690 48 26 50 / 0590 38 71 36

christine.gueniot@fore.fr

Jacqueline JIOUT 0690 25 59 28 / 0590 38 71 31

jacqueline.jiout@fore.fr

LE OU LA TITULAIRE DU COMMUNITY MANAGER DOIT ÊTRE CAPABLE DE :

- . Piloter l'activité de communication de l'entreprise sur les réseaux sociaux
- . Fédérer une communauté d'internautes au tour d'une marque ou d'un produit
- . Assurer une veille technologique
- . Être présent sur les sites, les blogs ou forums en rapport avec l'activité de l'entreprise
- . Analyser des informations et proposer des actions et des solutions aux problématiques rencontrées
- . Être garant de l'image de l'entreprise sur les réseaux sociaux et veiller à l'e-réputation de l'entreprise sur le Web.

METHODES PEDAGOGIQUES :

Active et participative – Mises en situation – Travaux dirigés – Etudes de cas

Evaluations : Réalisation d'un dossier professionnel montrant les applications concrètes

effectuées pendant la période en entreprise – Présentation lors d'un exposé oral d'un projet

face à un jury de professionnels – Evaluation par le tuteur en entreprise – Contrôles continus

et soutenance terminale.



COMMUNITY MANAGER

PROGRAMME

1 ACCOMPAGNEMENT FIL ROUGE FORMATION (50H)

- MFR Community manager
- Tutorat projet CM



2 ELABORER UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION (100H)

- Fondamentaux du marketing
- Webmarketing
- Recherches et veille sur internet
- Stratégies des médias communautaires

3 CRÉER DES OUTILS DE COMMUNICATION WEB (250H)

- Html / Css
- Configuration des réseaux sociaux
- Photoshop
- Cahier des charges
- CMS (WordPress)
- Storytelling
- Réaliser des vidéos pour une diffusion sur les réseaux sociaux

4 ANIMER DES SUPPORTS DE COMMUNICATION WEB (150H)

- Référencement naturel, E-publicité, Storytelling
- Animation de communauté
- Référencement payant
- Gestion de contenu éditorial
- E-Réputation

5 EVALUER LA PERFORMANCE DE LA STRATÉGIE (50H)

- Statistiques et mesures d'audience
- Axes d'amélioration et plan de progrès



CONTENUS ET THÈMES ABORDÉS

ACCOMPAGNEMENT, FIL ROUGE FORMATION

MFR Community manager, Powerpoint, Trello Tutorat, Projet CM, Manipulation des outils CM.

ÉLABORATION D'UNE STRATÉGIE DE PRÉSENCE SUR LE WEB

Environnement web et Droit Internet/Netiquette
Marketing stratégique, Référencement naturel
Référencement payant E-publicité, Gestion de contenu éditorial.

CRÉATION/ ANIMATION DE SITES, BLOGS

Html / Css, Bootstrap, Photoshop
Cahier des charges, CMS WordPress, Storytelling, Vidéo.

VEILLE À LA BONNE RÉPUTATION NUMÉRIQUE DE L'ORGANISATION

E-Réputation

SUIVI ET OPTIMISATION DE L'ACTIVITÉ

Webmarketing, recherches et Veille sur Internet, Stratégies des médias communautaires, Animation de communautés, Statistiques et mesures d'audience Pratique du Community Manager.



Le Community Manager (ou de communautés digitales) est garant de l'identité numérique de l'entreprise ou des produits (e-réputation).

Il fédère, développe, anime des communautés on-line et offline via des réseaux sociaux pour développer la notoriété d'une marque, d'un produit, d'un projet.



Il interagit avec les clients et les prospects. Il crée un réseau de prescripteurs au service de son objectif. Il les incite à produire du contenu favorable à la marque. Il crée l'animation virale (buzz) via des opérations marketing (débat, jeux, concours, réunions off-line...) nécessaires à la valorisation du contenu du site.



Il possède une très bonne connaissance des plateformes communautaires et fait de la veille technologique pour identifier leur évolution. Il assure une veille concurrentielle (benchmarking) et participe au référencement du site via les réseaux sociaux