



FORMATION 75 JOURS

# DEVENIR COMMUNITY MANAGER

**01 83 56 73 13**

contact@imci-formation.com

## SÉQUENÇAGE

Durée totale : 525h - 15 semaines

Cours : 420h - Examen : 7h

Stage en entreprise : de 3 à 9 semaines

Horaires : lundi au vendredi

de 09H30 à 12H30 et 13H30 à 17H30

## CENTRES DE FORMATION

- 207, rue du Faubourg Saint Martin  
75010 **Paris**

- 130 Rue Frédéric Joliot  
13290 **Aix-en-Provence**

## PUBLIC VISÉ

- Reconversion professionnelle

- Montée en compétences

## PRÉREQUIS

- Sens de la communication

- Organisation et travail en équipe

- Curiosité et ouverture d'esprit

- Aisance informatique et web

## MÉTIER PRÉPARÉ

- Community manager

- Animateur de communauté

## MODALITÉS D'INSCRIPTION

- Dossier d'inscription et entretien

## MONTANT

- 4990 €

## RESTONS EN CONTACT

- **Site** : imci-formation.com

- **Twitter** : @imciformation

- **Facebook** : ImciFormation

## OBJECTIF DE LA FORMATION

La formation de community manager éligible au CIF a pour objectif de former de véritables professionnels de la communication digitale grâce à une formation opérationnelle alliant apports théoriques, études de cas et ateliers pratiques.

### > OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Acquérir les fondamentaux du marketing et de la communication digitale
- Connaître les réseaux sociaux, leurs fonctionnements et leurs usages
- Établir, déployer et gérer une stratégie social média
- Créer, animer et développer des communautés en ligne
- Créer et diffuser des contenus sur le web (vidéo, photo, ...)
- Savoir écrire pour le web et animer un blog
- Mesurer et suivre la performance de ses actions
- Apprendre à mettre en place une veille

### > MISSIONS CONFIÉES

Le community manager a pour responsabilité de gérer et de développer l'image et la notoriété de clients dans le cadre d'une stratégie social média s'inscrivant dans une stratégie globale de communication.

### > MÉTHODE ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

La formation s'articule autour de 5 grands axes détaillés dans le programme de la page suivante.

- 1 - COMPRENDRE LE WEB SOCIAL
- 2 - CONCEVOIR & ORGANISER SA STRATEGIE
- 3 - CREER DES PRESENCES ET DES CONTENUS
- 4 - ANIMER ET DEVELOPPER SES COMMUNAUTES
- 5 - SURVEILLER ET MESURER

### En parallèle, la formation est enrichie par :

- Des interventions d'experts qui partagent leur expérience de terrain
- Un travail sur votre projet professionnel et votre personal branding
- Des partages transversaux entre les participants et les formateurs.
- Un stage de 3 semaines à 9 semaines

# PROGRAMME DES 75 JOURS

## 1 - COMPRENDRE LE WEB SOCIAL

- Ecosystème Web : découvrir et comprendre les médias sociaux
- Comprendre et auditer l'e-réputation
- Marketing & Communication à l'heure du web social
- Culture mobile : Mobile Is Eating the World
- Culture technique et numérique
- Enjeux juridiques du web social

## 2 - CONCEVOIR & ORGANISER SA STRATEGIE

- Développer et Innover sa pensée créative
- Concevoir et déployer une stratégie social média de A à Z
- Le brand content et la stratégie éditoriale sur le web social
- Travail 2.0 : outils et travail collaboratif
- Gestion de projet et organisation interne (Google Apps, Trello, etc.)

## 3 - CREER DES PRESENCES ET DES CONTENUS

- Ecrire pour le web
- Veille créative et curation de contenus (Feedly, Scoop-it, etc.)
- Référencement naturel et social pour le CM
- Créer des images et des vidéos pour le web
- Photoshop pour le community Manager
- Wordpress : intérêts et utilisation d'un Blog
- Conception et création d'un site internet vitrine
- Création de présences sur les réseaux sociaux principaux

## PROJETS TUTEURES & PARTAGES D'EXPERIENCES

- Un projet professionnel en groupe en fin de formation sur un cas client permettant de mettre en pratique les acquis et de favoriser le partage de connaissances entre les participants.
- Retours d'expériences : CM Freelance, CM et Gestion de crise dans une grosse entreprise, Créer son entreprise.

## 4 - ANIMER ET DEVELOPPER SES COMMUNAUTES

- Motion et Picture Marketing
- Maitriser l'usage des réseaux sociaux principaux (Facebook, Twitter, Google plus, Instagram, Pinterest, LinkedIn, etc.)
- Community management de terrain et organisation d'événements IRL (meetup, apéro, etc.)
- Organiser des évènements sur les réseaux sociaux (jeux, concours, livetweets, etc.)
- Relation de presse en ligne (E-RP) et relation blogueurs
- Gérer ses e-mailing avec MailChimp : de la conception à la publication
- Référencement payant : les bases de la campagne Google Adwords
- Usages et pratique de la publicité sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest)
- Gestion de crise et Social CRM
- Outils de gestion et d'automatisation des réseaux sociaux avec Hootsuite et Overgraph
- Automatiser les RS avec Socialymap, Buffer et IFTTT

## 5 - SURVEILLER ET MESURER

- Veille e-réputation (Mention, etc.)
- Outils de monitoring des Réseaux Sociaux (Hootsuite, etc.)
- Social Media metrics & reporting : mesure de performance
- Web Métrics (Google Analytics, Webmaster tools)

## EN FIN DE FORMATION

- Fiche d'analyse individuelle
- Attestation de fin de formation
- Évaluation théorique
- Évaluation Pratique en continue

Notre centre  
de formation  
est certifié  
par la :



Fédération de la  
Formation Professionnelle

Siret - 800 680 845 00016 - NAF - 8559A - Numéro déclaration d'activité : 11 75 54212 75 (ce numéro ne vaut pas pour accréditation de l'Etat)