



FORMATION 75 JOURS

DEVENIR COMMUNITY MANAGER – RNCP NIVEAU (BAC +3/4)

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 € - Prix particulier
6300 € - Prises en charge

RESTONS EN CONTACT

- Site : imci-formation.com
- Twitter : @imciformation
- Facebook : ImciFormation



Datadock



C.P.F

À noter : À l'issue de cette formation, vous pourrez obtenir une certification de la Formation Community Manager TITRE DE NIVEAU II ENREGISTRÉ AU RNCP, après avoir réalisé une évaluation de vos acquis.

OBJECTIF DE LA FORMATION

La formation de community manager 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 CONFIEES

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

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 événements 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)

2/2