



• Devenir CM

# Devenir Community Manager

 Devenir Community Manager - RNCP II 38138 (Bac +3/4)

Vous êtes passionnés par les réseaux sociaux et la communication ?  
Le métier de Community Manager est fait pour vous !

## SÉQUENÇAGE

Durée totale : 3 mois dans nos locaux à Paris ou 6 mois de formation à distance  
Cours : 420h et stage en entreprise optionnel de 3 à 9 semaines

## HORAIRES

Formation intensive 3 mois :  
lundi au vendredi  
de 9h30 à 12h30 et de 13h30 à 17h30

Formation à distance 6 mois  
Lundi et mardi de 9h30 à 17h30  
Le jeudi de 13h30 à 17h30 une semaine sur deux et le vendredi matin de 10h à 12h. (cours disponibles en live et en replay)

## CENTRE DE FORMATION

Paris - 75011  
12 rue de Nice

## 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

## MÉTIERS PRÉPARÉS

Social Media Manager  
Community Manager  
Animateur de communauté

## MODALITÉS D'INSCRIPTION

Dossier d'inscription et entretien

## TARIFS

Formation intensive 3 mois :  
4990€ - Tarif particulier et France Travail  
6300€ - Entreprises  
Formation intensive 6 mois :  
3100€ - Tarif unique

## 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 Social Media Manager / 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

## Programme

### Bloc 1 : Mettre en place une stratégie de communication digitale sur les réseaux sociaux afin de développer ou soutenir une activité professionnelle (4 semaines en centre ou 8 semaines à distance)

#### Objectif

1. Mettre en place une veille sectorielle automatisée en s'appuyant sur les outils appropriés existants afin de collecter les informations nécessaires à l'exercice des différentes activités du métier (évolutions technologiques, bonnes pratiques, accessibilité numérique, réglementations internet...)
2. Conduire un brief client en s'appuyant sur une méthodologie d'entretien permettant de clarifier les attentes et le budget afin de disposer des informations nécessaires à la compréhension des besoins.
3. Réaliser un audit de positionnement digital d'un client en analysant ses présences sur internet et son environnement concurrentiel, afin d'établir une matrice de positionnement.
4. Synthétiser et analyser les informations récoltées en s'appuyant sur le brief client et la matrice de positionnement afin d'établir un cahier des charges.

## Programme

5. Identifier les principaux médias sociaux et leviers de vente ainsi que leurs pratiques actuelles en s'appuyant sur la connaissance de leurs fonctionnalités et usages, afin de les intégrer avec pertinence à une stratégie de communication
6. Définir une stratégie de communication et un budget qui s'inscrivent dans le cadre global d'une campagne en marketing digital en s'appuyant sur le cahier des charges et les possibilités offertes par les réseaux sociaux, afin d'optimiser les présences et la visibilité du client sur internet ou gérer une situation de crise
7. Élaborer le contenu d'un branding digital en s'appuyant sur la stratégie de communication, afin de construire une image numérique globale du client qui fasse vivre sa « marque » de manière cohérente et différenciant dans l'esprit de la cible visée
8. Rédiger une charte éditoriale et graphique propre à chaque réseau social en s'appuyant sur le branding digital et les pratiques actuelles des réseaux, afin de communiquer de manière cohérente sur toutes les présences en ligne
9. Élaborer un rétroplanning en s'appuyant sur la stratégie de communication, afin d'affecter une durée à chaque tâche et d'en mesurer la pertinence.

### Cours

- Marketing digital (1 jour)
- Brand Content (1 jour)
- Veille & outils (1 jour)
- Audit (1 jour)
- TP en visioconférence : Bienvenue à la session (4h)
- Planning Éditorial (1 jour)
- Stratégie Social Media (3 jours)
- TP en visioconférence : Brief client (4h)
- DA & Inspiration (1 jour)
- Gestion de crise & Modération (1 jour)
- Prix et devis (1 jour)
- Juridique – bases (1 jour)
- TP en visioconférence : Stratégie 1 (4h)
- Produire une recommandation client (1 jour)
- Personal Branding & storytelling (1 jour)
- Pitcher son projet (1 jour)
- Cas d'étude (1 jour)
- TP en visioconférence : Permanence CV & LM (4h)
- 4x 2h de Webinaire en visioconférence sur un sujet en lien avec le métier (« talks » du vendredi matin)

## Programme

### Modalités d'évaluation du Bloc 1

Étude de cas en individuelle portant sur la conception d'une stratégie de communication digitale à partir d'un sujet donné.

L'étude de cas est à produire sous format numérique et fait l'objet d'une restitution sous la forme d'une soutenance orale.

L'acquisition du bloc fait l'objet de remise d'un certificat.

### **Bloc 2 : Rédiger des contenus, animer des communautés et mesurer les performances afin de déployer une stratégie de communication digitale (4 semaines en centre ou 8 semaines à distance)**

#### Objectif

1. Créer et configurer un compte ou une page en adéquation avec une charte graphique et les attendus des internautes, afin de créer des expériences utilisateurs fluides et cohérentes avec l'identité visuelle du client
2. Appliquer une charte éditoriale aux réseaux sociaux en s'appuyant sur son message et ses préconisations, afin de maintenir une cohérence entre les différentes présences sur le Web et optimiser la notoriété du client et le taux d'engagement de ses communautés
3. Concevoir des contenus textes attrayants en s'appuyant sur les bonnes pratiques et les enjeux éthiques, les réglementations et les méthodes de référencement naturel, afin d'optimiser la visibilité des publications, son temps de travail et sécuriser la forme des publications
4. Élaborer des contenus vidéos, en s'appuyant sur les outils actuels, afin de créer des animations engageantes tout en optimisant son temps de travail et en respectant un cadre légal
5. Créer des contenus optimisés pour l'accessibilité numérique en s'appuyant sur les fonctionnalités existantes et les réglementations en vigueur afin d'en faciliter l'accès aux personnes en situation de handicap
6. Animer les présences en ligne en mettant en place des stratégies participatives, afin de renforcer le sentiment d'appartenance aux différentes communautés, et attirer de nouveaux membres
7. Modérer les échanges en s'appuyant sur la charte éditoriale afin de gérer les situations de crise

### Programme

8. Mettre en place une stratégie de social media monitoring à l'aide d'outils stratégiques, afin de recueillir des données sur les présences en ligne ciblées

9. Sélectionner des indicateurs de performance (KPI) des présences en ligne, afin d'évaluer l'atteinte des objectifs définis dans la stratégie de communication et mettre en place des actions correctives

10. Faire évoluer une stratégie de communication en s'appuyant sur l'analyse du reporting des résultats des KPI et des données de la stratégie de sociale média monitoring, afin d'être en phase avec les évolutions de son marché et les attentes de sa cible.

#### Cours

Facebook (1 jour)

Instagram (1 jour)

X (1 jour)

LinkedIn (1 jour)

TP en visioconférence : stratégie 2 (4h)

TikTok (1 jour)

Twitch (1 jour)

Youtube (1 jour)

Les « autres » réseaux sociaux (1 jour)

TP en visioconférence :Création de contenu 1 (4h)

Outils de gestions et automatisations (1 jour)

Outils de création (1 jour)

Copywriting (1 jour)

Photographie (1 jour)

TP en visioconférence : Permanence du projet pro (4h)

Captation vidéo (1 jour)

Montage vidéo (1 jour)

Analyse KPI (1 jour)

Théorie des KPI (1 jour)

TP en visioconférence : Création de contenu 2 (4h)

4x 2h de Webinaire en visioconférence sur un sujet en lien avec le métier (« talks » du vendredi matin)

## Programme

### Modalités d'évaluation du Bloc #2

Étude de cas en individuelle portant sur la mise en place et la création d'un contenu texte et vidéo sur au moins deux comptes sur les réseaux sociaux avec le choix des indicateurs de performance à partir d'un sujet donné.

L'étude de cas est à envoyer sous format d'un dossier électronique uniquement et fait l'objet d'une soutenance orale.

L'acquisition du bloc fait l'objet de remise d'un certificat.

### **Bloc 3 : Intégrer des leviers de vente sur les médias sociaux afin de monétiser une stratégie de communication (Bloc 3 : 2 semaines en centre ou 4 semaines à distance)**

#### Objectif

1. Créer un blog « inbound » en s'appuyant sur une stratégie de contenus ciblés, afin d'attirer plus de visiteurs et d'augmenter le potentiel de conversion client
2. Mettre en place une politique de lead nurturing couplée à une campagne d'automatisation, en offrant des contenus personnalisés qui prennent en compte l'accessibilité numérique, afin de consolider la relation entre les clients et la marque et répondre de manière automatisée aux nouveaux comportements de consommation
3. Optimiser le référencement naturel en s'appuyant sur les techniques de SEO, afin d'améliorer le positionnement des pages sur les moteurs de recherche
4. Réaliser un audit de potentiel d'influence, en effectuant une recherche sur les influenceurs du secteur, afin de créer des partenariats qui vont accroître la notoriété du client et son chiffre d'affaires
5. Booster les ventes en respectant les bonnes pratiques et les réglementations (CGV, traitement des données personnelles droit de rétractation...), en actionnant des leviers accessibles par le biais des médias sociaux (social selling, social buying, Google Ads...), afin d'augmenter rapidement la visibilité et le chiffre d'affaires

### Programme

Évènement en ligne (1 jour)

Initiation trafic management (1 jour)

Découverte outils lead marketing (1 jour)

Découverte blogging (1 jour)

TP en visioconférence : Campagne pub & reporting 1 (4h)

Influence (1 jour)

Social Ads (2 jours)

Google Analytics (1 jour)

TP en visioconférence : Campagne pub & reporting 2 (4h)

2x 2h de Webinaire en visioconférence sur un sujet en lien avec le métier (« talks » du vendredi matin)

#### Modalités d'évaluation du Bloc 3

Étude de cas en individuelle portant sur l'élaboration d'une proposition d'intégration de leviers de vente sur les médias sociaux dans le cadre d'une stratégie de communication digitale à partir d'un sujet donné.

L'étude de cas est à produire sous format numérique et fait l'objet d'une restitution sous la forme d'une soutenance orale.

L'acquisition du bloc fait l'objet de remise d'un certificat.

### Programme

**Bloc 4 : Créer et optimiser des textes et images à l'aide de l'intelligence artificielle afin de gagner en efficacité grâce à la maîtrise des prompts (1 semaine en centre ou 2 semaines à distance)**

#### Objectif

1. Concevoir des contenus textes ciblés en s'appuyant sur l'élaboration de prompts spécifiques au fonctionnement de l'intelligence artificielle, afin de générer des réponses qui répondent à la demande
2. Optimiser un texte généré par l'intelligence artificielle en s'aidant d'outils de vérification et de ses compétences d'écriture, afin de rédiger des contenus percutants qui respectent les réglementations et les bonnes pratiques du Web
3. Créer des visuels ciblés en s'appuyant sur l'utilisation des prompts pour l'intelligence artificielle, les bonnes pratiques et les réglementations, afin d'accompagner et d'optimiser la présentation des contenus texte
4. Élaborer des contenus dynamiques en s'appuyant sur l'utilisation de l'intelligence artificielle afin de créer des animations engageantes
5. Créer des contenus optimisés pour l'accessibilité numérique à l'aide des possibilités offertes par l'intelligence artificielle afin d'en faciliter l'accès aux personnes en situation de handicap

#### Cours

- Chat GPT, découverte IA (1 jour)
- Création de contenu IA, image (1 jour)
- Création de contenu IA, vidéo (1 jour)
- Rédaction et optimisation de prompt (1 jour)
- TP en visioconférence : Challenge IA : création de contenu
- 1x 2h de Webinaire en visioconférence sur un sujet en lien avec le métier (« talks » du vendredi matin)

#### Modalités d'évaluation du bloc 4

- Exercice individuel portant sur la création d'un texte ainsi que d'un visuel et d'une courte animation, en s'appuyant sur l'intelligence artificielle à partir d'un sujet donné.
- L'étude de cas est à produire sous format numérique et fait l'objet d'une restitution sous la forme d'une soutenance orale.
- L'acquisition du bloc fait l'objet de remise d'un certificat.

## Pédagogie

### Déroulé pédagogique pour chaque bloc

Bloc 1 : 14 cours, 4 webinaires en visioconférence sur un sujet en lien avec le métier, 4 TP de 4h avec un tuteur/trice en visioconférence.

Bloc 2 : 16 cours, 4 webinaires en visioconférence sur un sujet en lien avec le métier, 4 TP de 4h avec un tuteur/trice en visioconférence.

Bloc 3 : 7 cours, 2 webinaires en visioconférence sur un sujet en lien avec le métier, 2 TP de 4h avec un tuteur/trice en visioconférence.

Bloc 4 : 4 cours, 1 webinaire en visioconférence sur un sujet en lien avec le métier, 1 TP de 4h avec un tuteur/trice en visioconférence.

### Matériel pour la formation

– Avoir un ordinateur PC ou Mac, de préférence avec minimum 8Go de RAM et un SSD de 256Mo. Vous pouvez aussi prendre une tablette, avec la même configuration minimum.  
Modalités de suivi (présentiel)

Logiciels pour la formation

- Première Pro : version d'essai gratuite
- Capcut : logiciel de montage vidéo gratuit
- ChatGPT Plus : 20\$ par mois : <https://chat.openai.com/#pricing>
- MidJourney : Entre 10 et 120\$ par mois selon les versions
- Leonardo : Entre 12 et 60\$ par mois : <https://app.leonardo.ai/buy>
- Lexica : Entre 10 et 60\$ par mois selon les versions.

## Pédagogie

### Modalités de suivi (distance)

Modalités de suivi (présentiel)

- En supplément de vos cours en présentiel, vous avez accès à une plateforme e-learning.
- Vous retrouverez les replays de vos Travaux Pratiques (TP), talks ainsi que des fiches méthode et des tutoriel. Vous aurez vos accès dès votre 1er jour de formation.
- Vous aurez aussi accès à un Drive avec les supports de cours présentés par notre équipe de formateurs ainsi que tous les documents administratifs dont vous aurez besoin.
- Tout au long de la formation, vous aurez l'occasion d'avoir des TP vous permettant de mettre en application vos connaissances, accompagné par votre tutrice. Vous bénéficierez d'un retour sur les TP de la promotion ainsi qu'un exemple par votre tutrice.
- Vous disposez également d'une messagerie instantanée sur Discord avec vos camarades de promotion, les anciens et l'équipe pédagogique.
- En cas de souci technique sur votre Drive ou la plateforme, merci de prendre contact avec les assistantes de formation. Elles feront remonter l'information à la personne en charge des soucis techniques, qui vous répondra dans les 72 heures maximum.

### Modalités de suivi (distance)

- Vous avez accès à une plateforme e-learning sur laquelle vous retrouverez tous les liens dont vous aurez besoin en formation ainsi que votre calendrier, les liens vers vos cours et talks, quelques actualités.
- Vous y retrouverez les replays des cours, de vos Travaux Pratiques (TP), talks ainsi que des fiches méthode et des tutoriels. Vous aurez vos accès dès votre 1er jour de formation.
- Vous aurez aussi accès à un Drive avec les supports de cours présentés par notre équipe de formateurs ainsi que tous les documents administratifs dont vous aurez besoin.
- Tout au long de la formation, vous aurez l'occasion d'avoir des TP vous permettant de mettre en application vos connaissances, accompagné par votre tutrice. Vous bénéficierez d'un retour sur les TP de la promotion ainsi qu'un exemple par votre tutrice.
- Vous disposez également d'une messagerie instantanée sur Discord avec vos camarades de promotion, les anciens et l'équipe pédagogique.
- Vous disposez également d'un rendez-vous individuel de 20 minutes, par mois, en visio avec votre tutrice afin de faire le point sur votre formation et de répondre à toutes vos questions
- En cas de souci technique sur votre Drive ou la plateforme, merci de prendre contact avec les assistantes de formation. Elles feront remonter l'information à la personne en charge des soucis techniques, qui vous répondra dans les 72 heures maximum.

## Pédagogie

### Modalités d'évaluation continue (présentiel)

Pendant chaque module de cours, vous aurez un exercice à faire sur place avec correction immédiate du formateur en charge du cours. Ces exercices ne comptent pas dans la note finale. Modalités d'évaluation continue (distance)

Pendant chaque module de cours, vous aurez un exercice à faire, avec une correction type à regarder en vidéo sur la plateforme. Ces exercices ne comptent pas dans la note finale.

### Modalités finale d'évaluation en vue de la certification

À la fin de votre formation, vous serez évalué par un jury composé de quatre membres dont 1 président de jury (community manager extérieur à l'entité certificatrice), 2 community managers extérieurs à l'entité certificatrice et le/la responsable pédagogique.

Chaque bloc de compétence est évalué de manière indépendante par un correcteur / juré sélectionné, formé, et habilité par le responsable de l'organisation et de la gestion des épreuves. L'obtention totale de la certification est conditionnée à la validation des 4 blocs de compétences.

### Équivalences et passerelles

Vous avez déjà obtenu ailleurs un titre RNCP d'un niveau et d'une spécialité similaire et notre titre vous intéresse ? Vous pouvez nous demander une équivalence totale ou partielle. Prenez contact avec notre équipe commerciale, par téléphone : 09 70 68 95 59 ou par mail : [alice@mimi-deco.com](mailto:alice@mimi-deco.com)

### Suite de parcours

- Cette formation qui délivre une certification de Niveau 6, vous prépare à intégrer le marché du travail ou à rejoindre un autre cursus, dans le cadre de la poursuite de vos études.
- L'obtention de notre titre RNCP 38138 de Community Manager de Niveau 6 (équivalent Bac+3), vous permet d'obtenir 180 crédits ECTS.
- Avec ces crédits ECTS, vous pouvez postuler à des certifications de niveau 7 dans le métier de community manager. Vous trouverez de nombreuses formations en allant sur ce [lien](#).

### Les débouchés métiers après la formation

- Animateur de communautés
- Animateur de réseaux sociaux
- Gestionnaire de communautés
- Chargé de communication digitale
- Chargé webmarketing ou de marketing digital
- Social Média Manager

Pour plus d'informations, vous pouvez vous référer aux fiches métiers suivantes : [E1101](#), [E1103](#) et [E1104](#).

## Accessibilité Handicap

Si vous êtes dans une situation de handicap, n'hésitez pas à nous contacter pour toutes questions. Contacter notre référente handicap, Océane DE SOUZA par mail sur [oceane@imci-formation.com](mailto:oceane@imci-formation.com) au par téléphone : 09 70 68 95 57 / 01 83 56 73 13.

Cliquez sur le lien <https://imci-formation.com/aide/section-handicap> et vous aurez toutes les informations sur l'accessibilité handicap.

## Nos chiffres

Les chiffres de notre formation RNCP 38138 en présentiel sur l'année 2023

Les chiffres de notre formation RNCP 38138 à distance sur l'année 2023

Quelques chiffres sur l'école

- 68% : c'est le taux d'insertion de nos élèves en 2022 dans le métier visé à 2 ans
- 1200 : le nombre d'élèves formés par l'IMCI depuis la création de l'école
- 11 : c'est l'âge de l'école ! 11 ans de bonheur et de passion pour le métier de CM
- 33 : c'est le nombre d'intervenants durant nos formations Community Manager

## Admission & Prérequis

### Admission

Votre admission se déroule en cinq étapes. Votre profil sera validé par le directeur pédagogique.

Étape 1 : Avoir les prérequis pour entrer en formation.

Étape 2 : Réaliser une pré-inscription en bas de page directement sur la période de votre choix ou sur le formulaire de contact plus bas.

Étape 3 : Vous recevrez un mail de confirmation de pré-inscription avec un questionnaire à remplir.

Étape 4 : Vous aurez un entretien téléphonique (ou physique) avec une personne de notre équipe commerciale. Son rôle est de vous accompagner dans votre décision, et vous aiguiller sur les financements (réalisation du devis, accompagnement sur votre dossier de prise en charge, contrat...).

Étape 5 : Votre profil sera validé par le directeur pédagogique.

## Devenir Community Manager

### Prérequis

La certification de Community manager est accessible selon les prérequis suivants

- Être titulaire d'une certification professionnelle de niveau 5 ou équivalent.
- Être titulaire du baccalauréat ou d'une certification professionnelle de niveau 4 et pouvoir justifier d'une expérience significative dans un secteur lié au marketing ou à la communication.

### Certification

Cette formation permet d'obtenir un certificat de Community Manager reconnu par l'état de niveau 6 RNCP (équivalent Bac +3/4). Titre de niveau 6 Enregistré au RNCP (Registre National des certifications professionnelles) et paru au journal officiel le 18/12/18. [Voir le titre sur France compétences](#)

Public visé : vous devez remplir ces conditions

- Niveau de français écrit et oral correct, maîtrise des outils informatiques de base (navigateur web, word, excel)
- Culture du web, des media et du social media
- Compréhension de base du marketing / Communication
- Connaissance des principaux réseaux sociaux (Facebook, X (Twitter), LinkedIn, Instagram, Snapchat).

### Validation des compétences

- Les compétences nécessaires à l'obtention du titre sont validées en fin de formation lors d'un oral de présentation.
- Les candidats présenteront d'abord les différents travaux effectués. Ils répondront ensuite aux questions du jury.
- Pour obtenir le certificat complet, les étudiants doivent valider les 4 blocs.
- Les blocs peuvent être validés séparément.
- Dans le cas d'un ou plusieurs blocs non validés, les candidats pourront alors se présenter à un oral de rattrapage afin de valider les blocs manquants et le certificat complet.

## Employabilité

Depuis 2013 nous avons formé plus de 1200 Community Managers reconnus par l'état.

La formation IMCI évolue chaque session en lien direct avec les professionnels du métier afin d'être le plus en adéquation avec les besoins du marché.

Tous les étudiants effectuent également un stage en entreprise en fin de parcours qui leur permet de mettre application directe les compétences acquises.

## Formation présentielle ou e-learning (live)

■ Identique

■ Variable

### Présentiel - La formule intensive - 12 semaines

■ Cours théoriques

En centre tous les matins du lundi au jeudi (9h30 - 12h30)

■ Exercices pratiques

En centre tous les après-midi du lundi au jeudi (13h30 - 17h30)

■ TP avec le tuteur dédié

En live tous les vendredis après-midi de 13h30 à 17h30

■ Webinar (talks)

Tous les vendredis matins en ligne de 10h à 12h (en live ou en replay)

■ Accès à la plateforme e-learning

Mise à disposition des replays (TP, talks), de fiches méthodes, disponible pendant 1 an

■ Accès au groupe des anciens (programme alumni)

Accès à la communauté des alumni : bon plan, promos, avant-première, opportunités job/stage, réseautage

■ Stage pratique en entreprise

Possibilité de faire un stage de 3 semaines à 6 mois

■ Accompagnement à l'examen

Des webinars de préparation à l'examen animés par le tuteur dédié (live)

■ Cas d'étude

1 semaine pour répondre à la problématique d'un client réel et réaliser une stratégie digitale sur-mesure.

### E-learning - La formule à votre rythme - 24 semaines

■ Cours théoriques

En live tous les lundis et mardis (9h30 - 12h30)

■ Exercices pratiques

A votre rythme, réalisez les exercices corrigés mis à disposition

■ TP avec le tuteur dédié

En live, une semaine sur deux les jeudis après-midi de 13h30 à 17h30

■ Webinar (talks)

Tous les vendredis matins en ligne de 10h à 12h (en live ou en replay)

■ Accès à la plateforme e-learning

Accès à la communauté des alumni, bon plan, promos, avant-première, opportunités de job/stage, réseautage, etc.

■ Accès au groupe des anciens (programme alumni)

Accès à la communauté des alumni : bon plan, promos, avant-première, opportunités job/stage, réseautage

■ Stage pratique en entreprise

Possibilité de faire un stage de 3 semaines à 6 mois

■ Accompagnement à l'examen

Des webinars de préparation à l'examen animés par le tuteur dédié (live)

■ Cas d'étude

1 semaine pour répondre à la problématique d'un client réel et réaliser une stratégie digitale sur-mesure.

# IMCI

## PARIS

01 83 56 73 13  
contact@imci-formation.com  
12 rue de Nice  
75011 Paris, France

## REJOIGNEZ-NOUS

