



ODYSSÉE DÉVELOPPEMENT



Community Manager

Qualiopi 
processus certifié

 RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

La certification qualité a été délivrée au
titre de la catégorie d'action suivante :
L.6313-1 - 1^{er} Actions de formation



DataDock



pôle emploi

COMMUNITY MANAGER

Intitulé de la formation : Community Manager

Format de formation : 100% e-learning

Durée de la formation : 100 heures

Prérequis : Il n'est pas nécessaire de posséder, avant l'entrée en formation, de connaissances ou prérequis de niveau de formation spécifique.

Public visé : Toute personne souhaitant exercer le métier de Community Manager. Il n'y a pas de diplôme nécessaire pour s'inscrire à la formation.

Objectifs :

- Comprendre le rôle et l'importance du Community Manager dans les entreprises.
- Acquérir les connaissances nécessaires pour développer une stratégie de communication digitale efficace.
- Apprendre à gérer et animer une communauté en ligne.
- Maîtriser les techniques de création de contenu adapté aux médias sociaux.
- Savoir mesurer les performances et analyser les résultats des actions menées.
- Être capable de gérer les crises et les situations délicates sur les médias sociaux.
- Apprendre à surveiller les tendances et rester à jour dans le domaine du Community Management.
- Comprendre les aspects éthiques et déontologiques liés à la profession de Community Manager.

Compétences et aptitudes visées :

- Développer et mettre en œuvre une stratégie de communication digitale cohérente.
- Créer et gérer du contenu attractif et engageant pour les médias sociaux.
- Animer et interagir avec une communauté en ligne de manière efficace.
- Utiliser les outils d'analyse et de mesure des performances pour évaluer l'impact des actions menées.
- Gérer les situations de crise et les commentaires négatifs sur les médias sociaux.
- Effectuer une veille active pour détecter les tendances et opportunités pertinentes.
- Respecter les principes éthiques et déontologiques liés à la profession de Community Manager.
- Communiquer de manière claire et professionnelle sur les différentes plateformes sociales.

Bloc de compétences : Cette formation n'est pas accessible par blocs de compétences.

Débouchés :

- Community manager
- Responsable de la stratégie numérique

Documents remis à l'issue de la formation :

- Diplôme de « Community Manager »
- Attestation de formation
- Attestation d'assiduité sous forme de relevé de connexion

Tarif : 690,00 € TTC (exonérée de TVA en application de l'article 261 - 4.4 du Code Général des Impôts.)

Modalités d'accès : Inscription à tout moment sur notre site internet www.odyssee-developpement.fr ou au 03 54 24 81 11

Délais d'accès :

- Accès immédiat (Financement personnel)
- Accès à réception de l'accord de prise en charge

Accessibilité aux personnes en situation de handicap :

Plateforme LMS : Les fonctionnalités et les contenus sont adaptés aux personnes à mobilité réduite et aux personnes ayant un handicap auditif. Les vidéos peuvent être visionnées en activant les sous-titres.

Pour toute autre personne en situation de handicap, un référent est à votre disposition par mail à contact@odyssee-developpement.fr, par téléphone au 03 54 24 81 11, ou sur l'outil e-learning.

Méthode et moyens pédagogiques, techniques et d'encadrement :

Au moyen d'un accès e-learning à notre plateforme en ligne disponible 24h/24 et 7j/7 sur tout support (ordinateur, tablette, mobile, ...), le stagiaire étudiera l'ensemble des savoirs et techniques nécessaires au métier de Community Manager. Le temps minimum de formation est de 100 heures. Ce temps prend en compte :

- L'étude des cours sur e-learning
- Les contrôles de connaissances et études de cas fournis par l'organisme de formation

Votre formateur Marc FLON est à la disposition de chaque stagiaire pour toute question, par mail à contact@odyssee-developpement.fr, par téléphone au 03 54 24 81 11 du lundi au vendredi de 9h à 18h, ou sur l'outil e-learning.

Modalités d'évaluation :

A l'issue de la formation, chaque apprenant devra passer un contrôle de connaissances.

Chaque cours est validé lorsque l'apprenant a obtenu une note supérieure à 70% sur le contrôle de connaissance du cours.

Taux de réussite à la formation :

Consulter le détail des taux de réussite en temps réel de cette formation sur le lien **Indicateurs de qualité** de notre site internet.

Programme : La formation se compose comme suit :

- Introduction au rôle de Community manager
- Stratégie de communication digitale
- Gestion de communauté
- Création de contenu pour les médias sociaux
- Mesure des performances et analyse
- Gestion de crise et modération
- Veille et tendances
- Études de cas et bonnes pratiques
- Éthique et déontologie du Community manager
- Mise en pratique et exercices
- Conclusion et perspectives

1. INTRODUCTION AU RÔLE DE COMMUNITY MANAGER

- 1.1 Définition et objectifs du Community Manager
- 1.2 Évolution du paysage des médias sociaux
- 1.3 Importance du Community Manager pour les entreprises

2. STRATÉGIE DE COMMUNICATION DIGITALE

- 2.1 Comprendre l'identité de marque et la voix de l'entreprise
- 2.2 Développer une stratégie de contenu efficace
- 2.3 Choix des plateformes sociales appropriées
- 2.4 Planification et calendrier éditorial

3. GESTION DE COMMUNAUTÉ

- 3.1 Construction et développement d'une communauté en ligne
- 3.2 Gestion de l'engagement et des interactions avec les utilisateurs
- 3.3 Gestion des commentaires et des messages
- 3.4 Résolution des problèmes et gestion des conflits

4. CRÉATION DE CONTENU POUR LES MÉDIAS SOCIAUX

- 4.1 Techniques de rédaction pour les médias sociaux
- 4.2 Utilisation d'images et de vidéos attractives

- 4.3 Création et optimisation des profils sociaux
- 4.4 Utilisation des hashtags et des tendances

5. MESURE DES PERFORMANCES ET ANALYSE

- 5.1 Suivi des indicateurs clés de performance (KPIs)
- 5.2 Analyse des données et interprétation des résultats
- 5.3 Rapports de performance et présentation des résultats
- 5.4 Optimisation de la stratégie en fonction des analyses

6. GESTION DE CRISE ET MODÉRATION

- 6.1 Prévention et gestion des crises en ligne
- 6.2 Modération des contenus et des commentaires
- 6.3 Réponses aux avis négatifs et gestion des situations délicates
- 6.4 Maintien de la réputation en ligne de l'entreprise

7. VEILLE ET TENDANCES

- 7.1 Surveillance des médias sociaux et veille concurrentielle
- 7.2 Identification des tendances et des opportunités
- 7.3 Utilisation d'outils de veille et de gestion des médias sociaux
- 7.4 Adaptation aux évolutions du paysage des médias sociaux

8. ÉTUDES DE CAS ET BONNES PRATIQUES

- 8.1 Exemples de stratégies réussies de Community Management
- 8.2 Études de cas sectorielles
- 8.3 Partage de bonnes pratiques et d'astuces

9. ÉTHIQUE ET DÉONTOLOGIE DU COMMUNITY MANAGER

- 9.1 Respect de la confidentialité et de la vie privée
- 9.2 Gestion des données personnelles et conformité aux réglementations
- 9.3 Utilisation responsable des médias sociaux
- 9.4 Éthique de la représentation de la marque

10. MISE EN PRATIQUE ET EXERCICES

- 10.1 Création d'une stratégie de contenu pour une entreprise fictive
- 10.2 Gestion d'une crise fictive sur les médias sociaux
- 10.3 Analyse des performances d'une campagne réelle
- 10.4 Exercices pratiques de modération et de gestion de communauté

11. CONCLUSION ET PERSPECTIVES

- 11.1 Récapitulatif des compétences acquises
- 11.2 Conseils pour continuer à se former et rester à jour