

CERTIFICAT DE COMPETENCES # COMMUNITY MANAGER

Durée 70h – Prix 5990 €



PROGRAMME

MODULE 1

du 12 au 13 février 2014
ou du 07 au 08 octobre 2014
Durée 14h – Prix 1490 €

MODULE 2

du 11 au 12 mars 2014
ou du 05 au 06 novembre 2014
Durée 14h – Prix 1490 €

MODULE 3

du 08 au 09 avril 2014
ou du 03 au 04 décembre 2014
Durée 14h – Prix 1490 €

MODULE 4

du 14 au 15 mai 2014
ou du 07 au 08 janvier 2015
Durée 14h – Prix 1490 €

MODULE 5

du 11 au 12 juin 2014
ou du 04 au 05 février 2015
Durée 14h – Prix 1490 €

EN PARTENARIAT

Le Community Manager est un des éléments centraux de la **stratégie de marque** de l'entreprise, il est aussi le garant de l'**e-réputation**. Au-delà des règles d'animation de communauté, cette formation dispense les outils pour **guider les communautés animées vers le ROI**

MODULE 1

LES FONDAMENTAUX & LE COMMUNITY MANAGER

➔ Le Programme

Evoluer dans le Social Media ne s'improvise pas. Tantôt chez l'annonceur, tantôt en agence ou encore en Free-Lance, Le Community Manager est au cœur des stratégies de marques, qu'il s'agisse d'une activité BtoB ou BtoC.

Ce module aborde l'écosystème digital et l'ensemble des médias sociaux qui le constituent :

- histoire, chiffres clés, panorama des tendances,
- les différents contextes d'exercice de la fonction de Community Manager.
- les enjeux pour les marques et individus de recourir à un Community Manager,
- la communication, le marketing et la publicité à l'heure du web,
- le travail collaboratif et l'impact sur les différentes générations du Web

Compétences visées :

- Maîtriser les dernières tendances et chiffres clés des médias sociaux
- Savoir proposer une offre de Community Management adapté au contexte, aux enjeux et aux objectifs de l'entreprise ou de la personne

MODULE 2

LA STRATEGIE & LE COMMUNITY MANAGEMENT

➔ Le Programme

Répartir les rôles, identifier le périmètre des actions, fixer les objectifs, identifier les bons indicateurs et définir les responsabilités est fondamental pour que la marque tire pleinement profit de sa ou de ses présences digitales.

Ce module traite dans le détail :

1/ de l'élaboration d'une stratégie et du plan d'actions

- les marques et leur e-réputation :
- objectifs, enjeux, indicateurs, contrat,
- de la stratégie à l'opérationnel,
- études de cas d'entreprises,
- comment et pourquoi assurer la paix digitale ?

2/ les différents contextes d'exercice du Community Management

- le cas du Community Management externalisé,
 - le cas du Community Manager interne et salarié,
 - Community Manager interne et salarié,
- Exposés théoriques et études de cas.

Compétences visées :

- Maîtriser le concept et les implications de l'e-réputation
- Savoir conseiller une entreprise ou une personne pour la définition d'une stratégie digitale

MODULE 3

LES TECHNIQUES ET OUTILS DU COMMUNITY MANAGER

→ Le Programme

Le Community Manager est un communicant qui doit maîtriser des techniques de communication spécifiques et s'appuyer sur des solutions performantes.

Ce module est consacré à la découverte des techniques et des outils spécifiques à ce métier et aussi à la mise en application de conseils et d'exercices pratiques.

- Panel et typologie d'outils gratuits, payants, tabous...
- les techniques et outils pour diffuser/promouvoir,
- les techniques et outils de l'e-réputation,
- les techniques de fidélisation,
- les bonnes pratiques et erreurs à ne pas commettre.

Alternance d'exposés et d'exercices pratiques.

Compétences visées :

- Maîtriser l'utilisation des outils indispensables au Community Management
- Connaître les erreurs à ne pas commettre en situation de communication en ligne

MODULE 4

LA PRODUCTION DE CONTENU & WORDPRESS

→ Le Programme

La production et la publication de contenu sur le web doit respecter certaines règles qu'il est essentiel de connaître et de respecter.

Ce module concerne :

1/ la production de contenu et les règles d'écriture / diffusion sur le web :

- de la demande à la validation du contenu livré par le client,
- choix des thématiques, des mots et des illustrations,
- syntaxe, grammaire et orthographe,

2/ la découverte de la plateforme de blogging wordpress

- choisir son hébergeur, réserver un nom de domaine,
- installer et configurer des plugins utiles,
- optimiser son référencement naturel,
- du brouillon à la publication.

Alternance d'exposés et d'exercices pratiques.

Compétences visées :

- Maîtriser les paramètres essentiels de la plateforme Wordpress et savoir personnaliser un thème wordpress
- Savoir rédiger un texte destiné à une publication au format web

→ Notre partenaire

SpotPink est une agence de communication digitale créée en Août 2011 par **Carole Blancot**, qui délivre des services de **Community Management**, de production de contenu, de publicité, de communication événementielle et de **conseil en stratégie web-marketing**. Son offre s'adresse plus particulièrement aux acteurs et professionnels RH, mais pas uniquement. SpotPink compte parmi ses clients : ADP, RH info, Aragon-eRH, HR Speaks, Danaé, Le Cercle SIRH, ANDRH, CXP, Talentéo, e-Paye, ConseilRH, Kaba, Cofas, Peak LifeCyclesHR, Naos Immobilier, emailstrategie...

Twitter @spotpink

MODULE 5

DASHBOARD ET GESTION DE CRISE

→ Le Programme

Un reporting régulier permet au Community Manager d'analyser, de mettre en valeur ses résultats et d'ajuster sa stratégie.

Ce module répond à quatre questions fondamentales

- Pour quelles raisons s'astreindre à un reporting ?
- Quel type de reporting élaborer et réaliser, pour quel type de client, avec quels outils, quelle fréquence, quelle apparence finale et quel mode de transmission ?
- Comment prévenir l'apparition d'une crise et protéger la marque contre un bad buzz (actions préventives et erreurs à ne pas commettre) ?
- Comment participer à la gestion d'une crise sur le web et/ou orchestrer celle-ci ? (actions correctives et erreurs à ne pas commettre) ?

Alternance d'exposés, d'exercices pratiques et d'études de cas.

Témoignage d'un Community Manager

Compétences visées :

- Maîtriser les outils, modalités de collecte des informations et la rédaction d'un reporting d'activité
- Maîtriser les cycles d'une crise et savoir déployer les actions de communication adaptées aux caractéristiques de la crise vécue

Les certificats fBS c'est aussi :
le SIRH, l'économie sociale et solidaire,
la santé et les industries
pharmaceutiques, le management,
Offensiv'PME, la performance
commerciale, le management commercial

→ CONTACT

Florian Dagniaux
+33(0) 1 40 64 52 37
florian.dagniaux@france-bs.com

New World. New School.