



Titre certifié RNCP

# Community Manager

**BAC+3 (NIVEAU 6) EN 20 MOIS**

## OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Gérer le développement, l'optimisation et la gestion de la présence sur les médias sociaux d'un produit, d'une organisation ou d'une personnalité
- Evoluer dans le domaine opérationnel mais intégrer également une dimension stratégique pour répondre aux enjeux grandissants des médias sociaux pour les marques

## PRÉ-REQUIS

BAC+2 (Niveau 5)

## ALTERNANCE

Contrat d'apprentissage  
Contrat de professionnalisation  
Finançable et rémunérée  
(selon critères d'éligibilité)

Rythme d'alternance :  
différent selon le centre choisi

## PUBLIC VISÉ

Tout public

## AUTRES POSSIBILITES

Statut Etudiant  
VAE (*Validation des Acquis de l'Expérience*)  
CPF (*Compte Personnel de Formation*)  
PTP (*Projet de Transition Professionnelle*)  
Pro-A (*Reconversion ou promotion par alternance*)  
...

Nous contacter pour plus d'informations

## MODALITÉ PÉDAGOGIQUE

Mix-learning

## MODALITÉS D'ÉVALUATION

Evaluations ponctuelles en cours de formation  
Evaluation finale (*jury / examen / dossier professionnel...*)

## MOYENS ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

Plateforme e-learning

## MODALITÉS D'ACCÈS

Dossier d'inscription  
Entretien

## DÉLAI D'ACCÈS

Entrées / sorties permanentes

## ACCESSIBILITÉ ET HANDICAP

Contactez-nous

## LES + DE LA FORMATION

Des équipes pluridisciplinaires disponibles pour un accompagnement personnalisé  
Des ressources et supports accessibles tout au long du parcours de formation

**87,43%**

DE REUSSITE AUX  
EXAMENS

**89,31%**

DE TAUX DE SATISFACTION  
LAHO FORMATION

Retrouvez toutes les informations sur  
**laho-formation.fr**



## PROGRAMME DE LA FORMATION (détail des blocs de compétences "enseignement professionnel" uniquement)

### Bloc 1 - Développer la stratégie social media de la marque sur les médias sociaux

- Définir et mettre en place un système de veille automatisée
- Analyser les données et les transformer en informations pertinentes
- Présenter et diffuser une veille selon un format adapté
- Analyser une demande
- Effectuer un diagnostic de la présence de la marque sur les médias sociaux
- Analyser les résultats de l'audit et effectuer des préconisations
- Élaborer et formaliser la stratégie de communication de la marque sur les médias sociaux
- La partager
- Définir et caractériser les différents items constitutifs de la charte éditoriale
- Définir les règles de bonnes conduites
- Définir la procédure à mettre en œuvre en cas de crise

### Bloc 2 - Gérer la communication de la marque sur les médias sociaux

- Établir la matrice du calendrier éditorial
- Y intégrer l'ensemble des actions
- Créer des contenus de qualité
- Apprécier la qualité des contenus existants et les moyens de les réutiliser
- Programmer / mettre en ligne les publications
- Concevoir et optimiser une campagne publicitaire standard
- Identifier et mettre en avant un contenu pertinent déjà existant
- Repérer les influenceurs / relais d'opinions pertinents
- Définir les modalités de la collaboration
- Gérer techniquement les comptes et/ou les pages
- Favoriser les échanges et le partage de contenus avec et entre les internautes et la (les) communauté(s)
- Gérer les situations problématiques / de crise
- Organiser un événement communautaire via les réseaux sociaux

### Bloc 3 - Évaluer et optimiser la communication de la marque sur les médias sociaux

- Contrôler en continu l'opérationnalité et la conformité des actions
- Mesurer la performance des campagnes / actions
- Analyser les résultats et définir / proposer des axes d'optimisation
- Établir des rapports de campagnes / actions
- Évaluer la performance globale
- Proposer un plan d'actions

### Bloc 4 - Gérer un projet en community management

- Etablir et formaliser une réponse technique et financière adaptée
- Présenter et argumenter la proposition
- Identifier les besoins en ressources et participer à la sélection des partenaires
- Coordonner la réalisation / mise en œuvre opérationnelle
- Conduire les actions des parties prenantes
- Conduire des échanges
- Assurer des reportings
- Adopter une posture productive et de qualité
- Adopter une posture professionnelle de conseil

## MÉTIERS ET DÉBOUCHÉS

Animateur de réseaux sociaux  
Gestionnaire de communautés  
Chargé de communication social media  
Animateur de communauté virtuelle  
Chargé de projet social media

## POURSUITES D'ÉTUDES POSSIBLES

Titre - Directeur de la communication digitale (BAC+5)

## CETTE FORMATION EST PROPOSÉE DANS NOS CENTRES DE :

**A Distance** 0805 384 384

