



PROGRAMME DE FORMATION

Développer son activité avec le community management
Programme de formation préparant à la certification
RS6452



DERMA FIT CENTER DFC, Organisme de formation professionnelle

SIREN : 879 455 210

244 Boulevard Barthélémy Abbadie - Immeuble Le Boeing - 13700 Saint-Victoret

contact@dermafitcenter.com - +33 4 99 62 84 82



Intitulé exact de la certification : Développer son activité avec le community management

Format : Syndrome et asynchrone

Durée : 21 heures, réalisables sur une durée maximale de 3 mois

Effectif : 20 stagiaires maximum par session

Tarif : à partir de 1200€ HT

Objectifs pédagogiques

- Élaborer une stratégie de community management
- Organiser l'application opérationnelle d'un projet de community management
- Suivre et évaluer l'impact de ses actions de community management

Prérequis et public cible

Prérequis : Être utilisateur des réseaux sociaux, avoir un projet de communication sur les réseaux sociaux ainsi qu'un an d'expérience professionnelle.

Public cible : La formation et la certification s'adressent aux dirigeants de petites entreprises et collaborateurs directs chargés de la communication marketing souhaitant mettre en place une stratégie de community management en vue de développer l'activité de leur entreprise.

Mention à la certification

Cette formation vous prépare à la certification "Développer son activité avec le community management" enregistrée à France Compétences sous le numéro RS6452 par l'organisme certificateur Webmarketing & co'm .

A l'issue de la formation, le stagiaire s'engage à passer l'examen préparant à la certification.

Modalité d'évaluation : mise en situation réelle portant sur l'élaboration d'une stratégie de community management avec remise de rapport et soutenance orale. Le candidat a 15 jours de préparation avant la remise de ses écrits. L'écrit est ensuite suivi d'une présentation orale de 20 minutes devant un jury.

Processus de candidature : afin de s'inscrire à la certification, le candidat devra transmettre son dossier de candidature accompagné d'un CV à jour.

Adaptation des conditions d'examen pour les personnes en situation de handicap : le référent handicap prendra en compte dès l'inscription du candidat sa situation de handicap, si celle-ci est mentionnée. Il sera alors proposé au candidat un entretien afin d'envisager avec lui les aménagements qui pourront être apportés.

Programme détaillé de la formation

<i>Chapitre</i>	<i>Durée</i>	<i>Contenus pédagogiques</i>
1. Définir la stratégie de community management (C1)	4h	• Définir sa cible et ses objectifs sur les réseaux sociaux. • Définir sa stratégie et son budget de community management. • Intégrer le community management à sa communication globale. • Sélectionner le ou les réseaux sociaux en adéquation avec sa stratégie. • Cas pratique : formaliser les objectifs marketing, les cibles, les ressources et le choix des réseaux sociaux.
2. Créer ses comptes sur les réseaux sociaux (C2)	2h	• Créer une charte graphique pour ses réseaux sociaux. • Configurer les champs et informations attendus sur les comptes sociaux. • Créer ses comptes sur les réseaux sociaux dans le respect de la charte graphique et des règles propres aux plateformes. • Cas pratique : contrôler la cohérence et la visibilité des comptes créés
3. Animer les comptes sociaux (C3)	8h	• Mettre en place un calendrier éditorial. • Planifier et programmer ses publications. • Rédiger pour les réseaux sociaux. • Créer les visuels pour ses publications. • Créer du contenu audio. • Créer du contenu vidéo. • Créer du contenu texte. • Collaborer avec les influenceurs. • Tenir compte des situations de handicap dans la création des contenus : lisibilité, sous-titres, textes alternatifs, contrastes, accessibilité des formats. • Comprendre le fonctionnement des algorithmes des réseaux sociaux. • Susciter l'engagement dans ses publications. • Cas pratique : produire un calendrier éditorial et des contenus adaptés aux réseaux sociaux visés.

Chapitre	Durée	Contenus pédagogiques
4. Mettre en place une stratégie d'acquisition d'abonnés à ses comptes sociaux (C4)	3h	• Développer sa communauté de façon naturelle. • Développer sa communauté via la publicité sociale. • Définir des actions d'acquisition d'abonnés en cohérence avec la visibilité naturelle et payante. • Cas pratique : concevoir un plan d'acquisition d'abonnés.
5. Mobiliser les compétences dans un projet de community management (C5)	2h	• Piloter son projet de community management. • Identifier et organiser le travail des intervenants internes et externes. • Identifier les outils utiles à sa stratégie. • Cas pratique : organiser les rôles, outils et modalités de coordination du projet.
6. Analyser les résultats de la stratégie de community management (C6)	2h	• Analyser les performances de son community management. • Identifier les points bloquants et préconiser la des axes d'amélioration. • Suivre les retombées de ses actions et apprécier le ROI via un tableau de bord de suivi. • Cas pratique : construire un tableau de bord de suivi et proposer des optimisations.

Nombre d'heures dédiées à la préparation de la certification via les cas pratiques fournis par Webmarketing & co'm : 2 heures minimum, intégrées aux chapitres ci-dessus.

Méthodes, moyens et supports pédagogiques

- Méthodes pédagogiques variées : expositive, démonstrative, interrogative, heuristique et expérimentielle, favorisant une montée en compétences progressive.
- Alternance d'activités individuelles et collaboratives : mises en situation professionnelles, exercices guidés, études de cas, ateliers pratiques et production de livrables en lien avec les compétences de la certification.
- Supports pédagogiques numériques mis à disposition : diaporamas, fiches pratiques, modèles de calendrier éditorial, trames de stratégie, modèles de tableaux de bord, exercices et cas pratiques de préparation à la certification.
- Outils pédagogiques accessibles en ligne permettant le suivi de la formation dans de bonnes conditions, y compris pour les personnes en situation de handicap.

Moyens pédagogiques et encadrement

- Formation en distanciel synchrone : classes virtuelles animées en direct par le formateur, comprenant les apports théoriques, démonstrations, échanges, mises en situation et corrections des exercices.
- Formation en distanciel asynchrone : accès sécurisé à une plateforme de formation disponible 24h/24 et 7j/7, permettant de consulter à son rythme les ressources pédagogiques (vidéos, supports PDF, fiches pratiques, modèles, exercices et cas pratiques).
- Mise en application des compétences acquises à partir des réseaux sociaux ou du projet professionnel du participant.
- Accompagnement pédagogique individualisé assuré par le formateur tout au long du parcours, via visioconférence, messagerie de la plateforme et courrier électronique.
- Assistance technique dédiée pour l'accès à la plateforme et l'utilisation des outils numériques.
- Suivi individualisé de la progression de chaque participant, avec retours personnalisés sur les travaux réalisés et accompagnement dans la préparation à la certification.
- Outils professionnels mobilisés selon les besoins de la formation : Canva, Meta Business Suite, Facebook, Instagram, LinkedIn, Sales Navigator, ainsi que tout autre outil utile à la mise en œuvre d'une stratégie de community management.

Assistance technique et pédagogique

- La formation est proposée en distanciel synchrone et asynchrone. Les classes virtuelles sont animées en direct par le formateur, tandis que les ressources pédagogiques sont accessibles sur une plateforme de formation disponible 24h/24 et 7j/7. Les liens de connexion ainsi que les consignes techniques sont transmis avant l'entrée en formation.
- Assistance technique : accompagnement à la connexion, vérification des équipements (audio, vidéo), prise en main de la plateforme de formation et assistance technique disponible pendant toute la durée du parcours.
- Assistance pédagogique : accompagnement individualisé assuré par le formateur, échanges en direct, correction des exercices, réponses aux questions, suivi de la progression et accompagnement à la réalisation des cas pratiques préparant à la certification.
- Activités à distance : classes virtuelles, modules e-learning, exercices d'application, études de cas, productions de livrables, quiz et évaluations formatives. Le parcours comprend 21 heures de formation, dont 6 heures d'activités de préparation à la certification (cas pratiques, quiz et mises en situation) intégrées tout au long de la formation.
- Accompagnement des personnes en situation de handicap : recueil des besoins dès l'inscription, adaptation des supports pédagogiques et des modalités de suivi, aménagement des évaluations lorsque cela est possible et orientation vers le référent handicap si nécessaire.

Modalités d'évaluation

- Évaluations formatives : cas pratiques de préparation à la certification, associés à chaque compétence et pouvant être découpés en plusieurs exercices.
- Évaluation certificative : mise en situation réelle portant sur l'élaboration d'une stratégie de community management, remise d'un rapport et soutenance orale de 20 minutes devant un jury.

Moyens d'encadrement et profil du formateur

- Un formateur est mobilisé pour une session de 20 participants maximum.
- Le formateur dispose d'au moins 2 ans d'expérience dans le domaine du community management ; son CV ou profil LinkedIn en version PDF est fourni dans le dossier d'habilitation.
- Un suivi individualisé est assuré pendant le parcours, notamment pour les questions liées aux cas pratiques et à la préparation à la certification.

Objectifs de la formation

Cette formation vous prépare à la certification « Développer son activité avec le community management », enregistrée au Répertoire Spécifique de France Compétences sous le numéro RS6452, par l'organisme certificateur Webmarketing & co'm. À l'issue de la formation, vous serez en mesure de :

- Élaborer une stratégie de community management adaptée aux objectifs de votre entreprise.
- Organiser et piloter un projet de community management.
- Créer, configurer et animer des comptes professionnels sur les principaux réseaux sociaux.
- Développer une communauté engagée grâce à des actions d'acquisition organiques et payantes.
- Produire des contenus adaptés aux spécificités des différentes plateformes et accessibles aux personnes en situation de handicap.
- Mesurer les performances de vos actions grâce aux indicateurs clés (KPI), analyser les résultats et mettre en œuvre des actions d'amélioration.