

# Se former au métier de **COMMUNITY MANAGER**

## **PUBLIC ET PRÉREQUIS :**

Chargé de communication, commercial digital, animateur de communautés et toute personne souhaitant évoluer vers un poste de community manager.

Pré-requis : Avoir une excellente culture web, disposer de capacités rédactionnelles et connaître informatique.

## **DURÉE :**

315h en centre

## VERSION

V24.1  
maj 10.24



## Lieu :

Espace Emeraude 33150 CENON

Communication / PAO / Web

## **Objectifs :**

- Animer une communauté web
- Alimenter des réseaux sociaux
- Mettre en oeuvre la stratégie de publication sur les réseaux sociaux
- Maitriser les outils web & multimédia

## **Méthode Pédagogique :**

- Formation présentielle animée par des formateurs professionnels.
- Apprentissage dynamique à partir de techniques d'animations variées, mise en situation, échanges, ateliers divers.
- L'animateur s'assurera de rendre le groupe acteur de sa formation.

## **Évaluation des objectifs :**

- Objectifs de compétences théoriques évalués en s'assurant que les participants auront compris les concepts, les stratégies et qu'ils sont capables de les restituer
- Objectifs de compétences pratiques (savoir faire) évalués à travers des cas pratiques, jeux de rôle...
- Objectifs de compétences assertives (prendre conscience de) évalués en testant la capacité à expliquer une problématique.
- Les objectifs portant sur les compétences de savoir faire-faire seront évalués en demandant aux participants d'animer eux-mêmes certaines parties de cas concrets.

## **Moyens matériel :**

- PC dernière technologie
- Logiciels de gestion et bureautique
- Imprimante laser couleur
- Vidéo projecteur
- Tableaux
- Supports de cours



**Aptitudes 21**

# COMMUNICATION



## Programme

### 14h **Créer une newsletter**

Mettre en place une stratégie Newsletter  
Concevoir sa newsletter : typo et structure  
Définir les objectifs de sa newsletter  
Newsletter promotionnelle et newsletter éditoriale  
Constituer sa base de données  
Définir sa cible  
Les sources  
Les techniques pour développer le nombre d'abonnés à sa newsletter  
Respecter les règles juridiques  
Rédiger sa newsletter  
Stratégie éditoriale et outils journalistiques  
Charte graphique et rubriques  
Améliorer l'efficacité de sa newsletter  
Fréquence et volume des envois  
Période des envois  
Optimiser les coûts et mesurer le retour sur investissement  
Routage  
Prestataires et budget  
Indicateurs et ratios de performance  
Faire un tableau de bord

### 98h **Les fondamentaux de la communication**

**21h Indesign**  
Construction d'un document  
Les blocs  
Traitement de texte  
Images  
Les attributs graphiques

**21h Illustrator**  
Interface  
Outils  
Travail sur les calques  
Création et transformation des objets  
Aspect graphique  
Texte

**21h Photoshop**  
Document  
Retouches  
Techniques  
Sélection  
Les calques  
Transformations  
Modes colorimétriques et gestion des couleurs  
Masque  
Scripts

**Canva 14h (version gratuite)**  
Gestion des flux de travail  
Création de documents  
Importation de contenu  
Utilisation de texte  
Elaboration d'une identité visuelle  
Composition et création de visuels

Dynamiser ses créations  
Exportation de projets

### 21h **Dynamiser ses supports de communication**

**Comprendre la structure graphique**  
Comment optimiser la mise en page de vos documents ?  
Comment placer le titre, le texte et l'image ?  
Comprendre les règles de lecture d'un document  
Analyser les tendances de la création graphique  
**Connaître les règles de typographie**  
Maîtriser les règles de base : lisibilité, confort de lecture et erreurs à éviter  
Découvrir les familles de typographie et leur utilisation  
Comprendre l'influence de la typographie sur le sens des créations  
Savoir optimiser les espaces de son document : doser les espaces vides et remplis  
**Harmoniser ses couleurs**  
Maîtriser l'utilisation du cercle chromatique pour assembler les couleurs  
Utiliser les codes couleurs et les contrastes  
Découvrir la signification symbolique et culturelle des couleurs  
Savoir utiliser les couleurs en fonction de son secteur d'activité  
**Étudier le sens des formes**  
Connaître le sens des formes selon le secteur d'activité  
Savoir quelle forme choisir par rapport à la dynamique que l'on souhaite donner à sa création  
**Appréhender le langage de l'image**  
Utiliser les principes de lecture des images et les parcours visuels pour atteindre l'œil  
**Analyser un visuel**  
Connaître les codes et fonctions visuels  
Intégrer les visuels dans les documents  
Établir les priorités en fonction du message à transmettre  
Les erreurs à éviter

### 49h **Stratégie marketing**

#### 14h **Elaborer sa stratégie marketing digital**

**Les spécificités du marketing digital**  
Les règles  
Les indicateurs  
Les fichiers ou base de données  
Les outils  
Les réseaux : réseaux sociaux, forums, blogs, newsletter...  
Le référencement  
Les exigences

#### **Stratégie marketing digital**

Réflexion sur les objectifs : acquisition d'une nouvelle clientèle, travail de la notoriété, fidélisation...  
Travail sur la veille de marché et la veille concurrentielle  
Analyser le comportement de ses consommateurs  
Définir ses actions en fonction de sa cible  
Définir les plateformes de communication

#### **Panoramas des actions de marketing digital**

Créer du contenu et le partager  
Tenir un blog professionnel  
Travailler à partir de son site web  
Gérer sa présence sur les réseaux sociaux  
Utiliser l'E-mailing  
Gérer l'E-réputation  
Analyser les retombées de votre communication digitale

#### **14h Inbound marketing**

La communication digitale  
Communication multicanale  
Communication multi-acteurs  
Communication communautaire  
**Mettre en place une stratégie de communication digitale**  
Réaliser un audit stratégique  
Définir une cible  
Fixer les objectifs et définir un budget  
Choisir les canaux et établir un calendrier  
**Le marketing de contenu**  
Les principes de l'Inbound marketing  
L'Outbound marketing  
Mettre en place une stratégie de marketing de contenu  
Les mots clés  
**La rédaction sur le Web**  
Règles de rédaction générales  
Le cadre légal  
La ligne éditoriale  
La charte éditoriale

#### **7h Gérer sa e-reputation**

Le contexte de l'ère du web 2.0  
L'évolution du web  
Stratégie pour gérer les avis client  
Mise en place d'un dispositif de veille  
Réponse aux avis



**Aptitudes 21**

# COMMUNICATION

## Programme

### 14h Choisir et rédiger ses outils de communication

#### Connaître son marché

Segmentation du marché

Notion de cibles, zonage

Choix des cibles

Comportements d'achats

#### Définir ses objectifs

Lancer un produit ou service

Trouver de nouveaux prospects

Atteindre un nouveau marché

Fidéliser sa clientèle

Développer des partenariats

#### Choisir les bons outils de communication

Annonces publicitaires

Mailings

Courriers électroniques

Newsletters

Publications réseaux sociaux

Prospection téléphonique

Blogs

Prospectus...

Avantages / Inconvénients

Quoi, pourquoi, pour qui ?

#### Concevoir le support

L'accroche

Illustration de l'annonce / du plan

Rédaction de l'annonce / du plan

Inclure les astuces promotionnelles, nouveautés...

Techniques pour faciliter les réponses

Les mots clés

La rédaction sur le Web

Règles de rédaction générales

Le cadre légal

La ligne éditoriale

La charte éditoriale

112h

## Réseaux sociaux

### 14h Rédiger pour le web

Définir l'éditoriale

Spécificité technique du web

Organisation des contenus

Appliquer les techniques d'écriture pour le web

### 7h Créer et animer son compte Facebook

#### Présentation de Facebook

Comprendre le rôle de Facebook sur les réseaux sociaux

Analyser l'intérêt du réseau social Facebook par rapport à son activité, à sa cible, à ses objectifs

Mesurer le potentiel commercial et relationnel de Facebook

Intégrer les enjeux de la e-réputation

#### Différencier le profil et la page, les créer

Faire la différence entre un profil et une page Facebook

Créer un profil et intégrer toutes les informations pour se mettre en valeur

Savoir pourquoi et pour qui créer un profil

Faire la différence entre profil personnel et profil professionnel

Paramétrer et administrer sa page (sélectionner une catégorie de page, créer une description, etc...)

Remplir sa page : insérer un logo, une photo de couverture et présenter son entreprise

Définir les paramètres de confidentialité et intégrer les différences entre profil et page

#### Publier du contenu

Publier du contenu : comment et quand les publier ? à quel rythme ? qui peut les publier ?

Savoir quel type de contenu publier (informatif, authentique, réponses aux problématiques...)

Connaître les différents formats de posts (statut, images, vidéos, stories, etc...)

Comprendre les règles de diffusion des posts

Savoir programmer la diffusion de posts

Créer une offre commerciale ou un événement

Générer de l'engagement sur vos posts

#### Recruter ses « fans »

Inviter vos amis, les utilisateurs engagés à aimer votre page Facebook, inviter vos clients à suivre votre page Facebook

Animer sa communauté pour accroître son nombre de fans ou de suiveurs pour gagner en visibilité

Connaître les habitudes de sa communauté pour lui apporter la bonne info au bon moment

Fidéliser son audience et développer

l'interaction

Générer du trafic vers son site internet et/ou son blog

Attirer les visiteurs de votre site web

### 7h Créer et animer son compte Instagram

#### Présentation d'Instagram

Cartographie des réseaux sociaux

Quelques chiffres sur Instagram

Fonctionnement d'Instagram

Pourquoi communiquer sur Instagram

#### Forces et faiblesses

Les cibles visées sur Instagram

Les formats de publication

#### Instagram

Création du compte et conversion profil professionnel

Optimiser son compte Instagram

Créer et publier du contenu Instagram pertinent en fonction de son secteur d'activité

Gérer les commentaires négatifs

Les différentes techniques pour gagner des abonnés

Produire des visuels attractifs en respectant les contraintes imposées par Instagram

Mesurer les performances de ses actions sur Instagram

Les différents types de stories

Personnaliser le contenu des stories

Diffuser ses stories

Les stories à la une

Mesurer les performances des stories

Instagram

### 7h Créer et animer son compte LinkedIn

#### Présentation de LinkedIn

Quelques chiffres sur LinkedIn

Le fonctionnement de LinkedIn

L'intérêt de LinkedIn

#### Créer et développer votre profil LinkedIn

Créer son profil LinkedIn

Compléter ses informations de profil, parcours, expériences, photo et titre de profil

Régler ses paramètres de confidentialité

Actualiser sa photo de profil

Ajouter une bannière au profil

Rédiger une introduction, un résumé pertinent sur votre profil

Solliciter des recommandations

#### Organiser la présence de votre entreprise et de vos équipes

Créer et administrer une page entreprise

Présenter son entreprise sur LinkedIn

Les différents formats de publication

Créer des publications représentant l'image de l'entreprise

Employer les bonnes pratiques pour communiquer avec son réseau

Générer des leads



# COMMUNICATION

## Programme

### 7h Créer et animer son compte Tiktok

#### Découvrir TikTok

Connaitre le fonctionnement, les avantages et les inconvénients de TikTok  
Comprendre l'utilisation de TikTok par les entreprises

#### Créer un compte TikTok

S'inscrire sur TikTok  
Configurer son compte et ses paramètres TikTok  
Passer en compte pro  
Prendre en main l'interface de l'application  
Utiliser la version web

#### Etablir une stratégie de contenu TikTok

Connaitre sa cible  
Fixer des objectifs  
Connaitre les types de contenu les plus populaires  
Comprendre l'algorithme de TikTok  
Définir un rythme et une stratégie de publication

#### Créer une vidéo TikTok

Créer et publier une première vidéo TikTok  
Programmer une vidéo TikTok  
Distribuer une vidéo TikTok sur d'autres plateformes  
Astuces et bonnes pratiques

#### Création de contenu avec l'Intelligence Artificielle 7h (1)\*

Introduction à l'IA et son Application dans la Création de Contenu  
Présentation des fondamentaux de l'IA et de son rôle dans le domaine commercial.  
Cas d'utilisation de l'IA dans la génération de contenu  
Les avantages et les défis de l'utilisation de l'IA dans le processus de création de contenu pour les conseillers commerciaux.  
Outils et Plateformes d'IA pour la Création de Contenu  
Utiliser l'IA pour l'analyse et l'optimisation du contenu  
Utiliser l'IA pour analyser les performances du contenu : taux d'engagement, conversion, rétention, etc.  
Éthique et Déontologie dans l'Utilisation de l'IA pour

le contenu commercial

Analyse du potentiel ROI de l'utilisation de l'IA dans la création de contenu commercial : économie de temps, augmentation des ventes, amélioration de la satisfaction client, etc.  
Plan d'Action

### 7h Facebook - Développer sa stratégie de contenu

#### Mettre en place une stratégie de publication en terme de contenu, timing et en fonction de son secteur d'activité

Améliorer votre page en continu  
Connaitre les caractéristiques d'un post efficace  
Connaitre les bonnes pratiques pour la publication de contenu  
Intégrer des vidéos, des photos  
Travailler son image  
Définir ce qui est utile de publier  
Mettre en place une ligne éditoriale  
Etablir un échéancier éditoriale  
Découvrir l'outil statistiques Facebook

#### Publier des posts pour assurer une visibilité constante sur Facebook

Agir en tant que page  
Programmer un post  
Géolocaliser un post  
Créer une offre, un événement, un moment-clé  
Mettre un post en avant gratuitement  
Utiliser à son avantage l'algorithme de Facebook  
Mettre à jour une page Facebook  
Mettre en avant la publication d'un tiers  
Publier automatiquement le contenu de votre site internet

#### Attirer des fans et établir une relation dans la longévité

Mettre en place des liens sur votre site internet  
Promouvoir en off line  
Aimer d'autres Pages  
Utiliser les groupes  
Organiser un concours  
Utiliser un «faux» profil

### 7h Instagram - Développer sa stratégie de contenu

#### Planifier ses publications pour s'organiser

Définir ses objectifs, sa cible en fonction de ses personas  
Définir un calendrier de publication  
Déterminer votre contenu  
Préparer son contenu  
Déterminer une ligne éditoriale  
Identifier votre audience  
Choisir un rythme de publication  
Quand publier sur Instagram  
Publier selon les bonnes pratiques  
Utiliser les outils de programmation de publications

### Booster sa présence sur Instagram

Publier au bon moment les bons contenus en adoptant le type de post qui engage  
Exploiter les hashtags pour plus de visibilité  
Interagir avec son audience  
Utiliser efficacement l'user generate content (UGC)  
Organiser des jeux concours

### 7h LinkedIn - Développer sa stratégie de contenu

#### Valoriser son profil et sa page

La page entreprise LinkedIn : création, administration et animation  
Optimiser son profil sur LinkedIn  
Les paramètres et options de visibilité sur LinkedIn  
Repérer les influenceurs  
Travailler son identité numérique, sa marque personnelle  
Adopter une stratégie de présence

#### Mettre en oeuvre une stratégie de contenu

Stratégies de contenus pour le social selling  
Trouver les bons sujets en fonction de son activité et de sa cible  
Comprendre le fonctionnement des algorithmes de contenus sur les réseaux sociaux  
Concevoir et publier des posts  
Quand et sur quel rythme publier ?  
Définir un calendrier éditorial  
Mesurer ses actions

### 7h Vendre avec Facebook

#### Analyser sa page Facebook : forces et faiblesses

Définir des indicateurs clés de mesure des performances  
Réaliser un audit de sa page Facebook  
Évaluer l'efficacité des activités organiques  
Évaluer l'efficacité des activités publicitaires  
Analyser les KPI avec Facebook analytics

#### Recruter de nouveaux clients

Mettre en place des jeux concours  
Mettre en oeuvre une stratégie pour acquérir de nouveaux clients  
Etoffer, exploiter ses réseaux  
Obtenir le témoignage des clients satisfaits  
Proposer de nouveaux concepts intéressants de publications  
Faire participer vos fans  
Choisir les moments d'affluence pour publier



# COMMUNICATION

## Programme

### Meta business suite

Utiliser Meta Business suite  
Qu'est-ce que Meta business suite  
Créer une boutique Facebook  
Mettre en avant son magasin et ses produits  
Prendre en compte les conditions et les politiques des marchands\*  
ROI : vente sur Facebook

### 7h Vendre avec Instagram

#### Recruter de nouveaux clients

Utiliser la boutique Instagram  
Mettre en oeuvre une stratégie pour acquérir de nouveaux clients  
Etoffer, exploiter ses réseaux  
Obtenir le témoignage des clients satisfaits  
Proposer de nouveaux concepts intéressants de publications  
Faire participer vos fans

#### Mettre en place le marketing d'influence

Trouver des influenceurs pertinents  
Créer des partenariats entre marques  
Créer une publication en collaboration sur Instagram  
Accepter ou refuser une collaboration sur Instagram  
Détecter les faux influenceurs

#### Analyser ses statistiques

Regarder les statistiques d'une publication Instagram  
Voir le trafic sur Instagram  
Utiliser les outils statistiques Instagram : couvertures, impressions, engagements, interactions, visites de profil  
Utiliser les filtres pour analyser les statistiques du profil  
Analyser son audience Instagram  
Analyser les datas démographiques et de comportement d'audience  
Analyser les statistiques de stories Instagram  
Choisir ses indicateurs de performances  
Mesurer et engager des actions correctives  
Utiliser les outils externes

### 7h Vendre avec LinkedIn

#### Utiliser le story telling

Qu'est-ce que le story telling ?  
Les règles d'or du story telling  
Aligner son histoire à sa communauté  
Mettre de l'émotion dans son message  
Développer une stratégie de story telling

#### Générer des opportunités commerciales

Trouver les bons prospects avec les bons outils  
Développer son réseau  
Repérer des leads à partir de son site Web  
Développer la génération de leads et les conversions  
Assurer la relation client au quotidien sur les réseaux sociaux

#### Respecter les usages

Les erreurs à ne pas commettre sur LinkedIn  
Les bonnes pratiques en matière de publicités sur les réseaux sociaux

#### Les outils commerciaux

Le profil premium Sales Navigator : prospection et veille commerciale  
Les contenus sponsorisés et la publicité sur LinkedIn  
Paramétrer une campagne de génération de lead sur LinkedIn

### 7h Vendre avec les publicités Facebook et Instagram

#### Introduction à la publicité

Qu'est-ce que la publicité ?  
Comprendre les objectifs de la publicité en ligne  
Comment créer un compte publicitaire  
Comment définir son audience cible

#### Meta Business Suite

Présentation de l'interface et structure du compte  
Paramétrer son compte business manager  
Structurer ses campagnes publicitaires

#### Créer sa publicité

Types de publicités Facebook et Instagram  
Création d'une campagne publicitaire et sélection des paramètres  
Choisir le bon objectif  
Choisir ses emplacements  
Définir son budget  
Stratégies de ciblage pour maximiser les résultats  
Les règles fondamentales pour la publicité  
Créer le contenu de sa publicité  
Conseils pour la création de copywriting efficace  
Simulation de publication  
Effectuer un A/B test  
Comment mesurer les résultats de la publicité  
Astuces pour maximiser le ROI  
Analyse et optimisation des performances de la campagne

### 14h Community management

Les composantes du community management  
Développer un réseau efficace et actif : animation événementielle  
Efficacité dans l'animation des communautés  
Les aspects juridiques à connaître

### 7h RGPD

#### RGPD

Comprendre le RGPD  
Les Données à Caractère Personnel et la nécessité de les protéger  
Objectif et périmètre du RGPD  
Les entreprises et les types de données concernés  
Les enjeux et les impacts pour l'entreprise  
Les impacts sur le système d'information  
Comprendre les nouveaux principes de protection des données  
Les nouvelles définitions introduites par le règlement européen  
Les nouveaux droits pour les personnes  
Les risques juridiques et les sanctions qui pèsent sur l'entreprise  
Les nouvelles obligations pour le responsable des traitements et pour les sous-traitants  
Les nouvelles règles de gestion pour la Cybersécurité  
Se mettre en conformité  
Définir un plan d'actions pour se mettre en conformité  
La gouvernance des données, rôles et responsabilités  
La protection des données à caractère personnel  
Les actions à prévoir pour se mettre en conformité  
La démarche pour mettre en oeuvre le plan d'actions

### 14h Organiser une veille

Comprendre les enjeux de la veille  
Définir les objectifs d'une veille  
Mettre en place une méthodologie  
Panorama des sources d'informations  
Définir et activer son réseau  
Utiliser les outils de surveillance  
Analyser et interpréter l'information



## Programme

### 21h **Créer sa vidéo de promotion avec son téléphone**

Prise de vues

Le fonctionnement d'une application vidéo sur smartphone

Les règles de cadrage et de composition d'une image

Les différentes techniques de prise de son, d'interview

La réglementation en matière de « droit à l'image »

Les différents médias vidéo

Les différents convertisseurs vidéos et leurs spécialisations : QuickTime, FFmpeg, VLC, Mplayer, Road Movie

Qu'est ce qu'un rendu, quel est sa fonction ?

Comprendre les variations de poids de fichiers natif/poids de fichiers rendu

Le rapport poids/qualité

La rapidité de rendu

Comprendre le fonctionnement de la qualité de rendu, du son obtenu

La conversion de l'audio

Les éléments à respecter pour une conversion vidéo qualitative

Montage audiovisuel

Les fonctionnalités d'un logiciel de montage vidéo

Le plan de montage dynamique

Le mixage son

L'exportation des montages en HD

Exercices pratiques

Réalisation d'une vidéo de présentation d'une entreprise artisanale

Montage audiovisuel de cette prise de vue

