



## FORMATION « DEVENIR COMMUNITY MANAGER »

---

### **Objectif pédagogique**

- Acquérir et assimiler les connaissances nécessaires pour devenir Community Manager.

### **Contenu & Durée**

- 10 modules
- Environ 25 heures
- 100% distanciel

## **Niveau**

- Tous niveaux
- Certification interne

## **Pré-requis technique**

- Ordinateur ou tablette fonctionnelle
- Connexion internet

## **Eligibilité / financement**

- Financement interne
- OPCO
- FNE-Formation
- Pôle Emploi

Pour plus d'informations, consulter la page : <https://qualeopro.fr/financement/>

ou nous contacter via notre page contact <https://qualeopro.fr/contact/>

---

## PRÉSENTATION DE LA FORMATION

Le métier de community manager n'arrête pas d'évoluer.

Devant l'ampleur du phénomène WEB 2.0 qui a permis aux clients et utilisateurs de communiquer directement avec elles, les entreprises ont pris conscience qu'il était essentiel d'être présent sur les médias sociaux.

Depuis, le community management est au cœur de la stratégie de communication et de marketing des marques et entreprises. Cette mission est confiée à un professionnel rompu à toutes les techniques d'animation et de modération d'une communauté. C'est ainsi que sont apparues les premières formations de community manager dans les universités françaises et les formations en ligne.

Aujourd'hui, le community manager est un acteur majeur du web chargé de gérer la présence de marques, d'entreprises, d'organisations ou de personnalités sur internet ; il est la voix, les yeux et les oreilles d'une entreprise ou d'une organisation sur le web. Cette formation de community manager en ligne s'adresse à un large public professionnel: tous ceux qui travaillent ou veulent travailler sur le web, diplômés ou autodidactes, professionnels de la communication et du marketing, étudiants, blogueurs, salariés, patrons, demandeurs d'emploi ou personnes en reconversion professionnelle.

La formation e-learning aborde les principales missions exercées par un community manager :

- 🔑 Créer, diffuser et relayer du contenu sur les réseaux, le blog ou le site de la marque.
- 🔑 Rédiger des articles pertinents et attractifs.
- 🔑 Recenser les communautés existantes, les blogueurs, influenceurs et tous les sites ou forums en rapport avec l'entreprise ou son activité.
- 🔑 Animer et modérer les échanges et les conversations entre membres d'une communauté.
- 🔑 Choisir les bons supports et les bons réseaux pour assurer la présence de la marque et accroître sa visibilité et sa notoriété.
- 🔑 Veiller et surveiller l'e-réputation de l'entreprise, de ses produits ou services et des dirigeants, pratiquer le « benchmarking » ou effectuer une veille concurrentielle.
- 🔑 Gérer les situations de crise, notamment le bad buzz.

- 🔗 Analyser le suivi de ses actions de community manager et évaluer le retour sur investissement ou ROI avec les bons outils.
- 🔗 Transformer les meilleurs clients en ambassadeurs de la marque pour en faire des relais d'information et fidéliser les autres membres.
- 🔗 Assurer une relation client de premier niveau, notamment pour la gestion de SAV.
- 🔗 Participer à l'élaboration de la ligne éditoriale et d'autres documents, comme la charte de modération ou le guide d'utilisation des médias sociaux en interne.
- 🔗 Organiser des événements sur internet et dans le monde physique pour les membres de la communauté...

Pour être complète, cette formation consacre tout un chapitre aux premiers pas du community manager dans ses démarches pour trouver un emploi ou comment se lancer en freelance et sous quel statut ; comment se faire connaître et se bâtir un solide réseau professionnel.

Cette formation permet à l'apprenant d'appréhender les différentes facettes du métier de community manager.

---

## PROGRAMME DE FORMATION

### 1. Comprendre le rôle du Community Manager

Dans le module 1, nous voyons comment et pourquoi ce métier s'est imposé dans le monde numérique et réel. Nous découvrons qui sont les community managers, quelles sont les qualités et les compétences requises pour exercer ce métier.

- 🔒 Le community management
- 🔒 Les compétences et formations
- 🔒 Évolution du community manager dans le monde digital

### 2. Médias et réseaux sociaux

Dans le module 2, nous faisons connaissance avec le terrain de jeu des community managers. L'ensemble des médias sociaux et les caractéristiques des principaux réseaux sociaux qu'ils utilisent pour communiquer.

- 🔒 Les médias sociaux
- 🔒 Outils collaboratifs et technologies fréquemment utilisés sur les médias sociaux
- 🔒 Les réseaux sociaux
- 🔒 Les caractéristiques des réseaux sociaux
- 🔒 Les réseaux sociaux utilisés par les community managers
- 🔒 Les principaux réseaux sociaux

### 3. Définir une stratégie sur les médias sociaux

Le module 3 aborde les forces et les faiblesses des réseaux sociaux ainsi que leur potentialité. Nous évoquons le choix de la présence d'une marque sur certains réseaux en fonction de sa stratégie et de ses objectifs.

- 🔒 Quels réseaux choisir ?
- 🔒 Les forces et opportunités que représentent les réseaux sociaux
- 🔒 Les risques et faiblesses des réseaux sociaux
- 🔒 Les potentialités des réseaux sociaux
- 🔒 Les caractéristiques des réseaux
- 🔒 Les mots et expressions employés fréquemment par les community managers

#### **4. Veiller. Organiser sa présence sur les médias sociaux**

Deux missions importantes du community manager sont détaillées dans le module 4 ou comment surveiller l'e-réputation d'une marque ou d'une entreprise en mettant en place un processus de veille avec les outils ad-hoc.

- 🔖 Qu'est-ce que la veille ?
- 🔖 Qu'est-ce que l'e-réputation ?
- 🔖 Trouver les bons mots-clés et identifier les sources d'information
- 🔖 Les outils de veille
- 🔖 Penser et organiser sa présence sur les réseaux sociaux

#### **5. Les différents types de communautés et d'utilisateurs. La communauté de marque**

Les différents types de communautés et d'utilisateurs sont minutieusement étudiés dans le module 5. Il est aussi question de la communication avec les membres d'une communauté et de l'élaboration d'une charte pour encadrer les échanges.

- 🔖 Les différentes communautés
- 🔖 Les différents types d'utilisateurs que peut rencontrer un community manager
- 🔖 Les différents niveaux d'engagement des utilisateurs d'une page Facebook
- 🔖 La communauté de marque
- 🔖 Avoir un objectif de communication
- 🔖 Le temps de la communication conversationnelle sur les médias sociaux

#### **6. Comment animer une communauté. La modération**

L'étude du module 6 permet au futur community manager de connaître les meilleures techniques d'animation d'une communauté et d'adopter les bonnes méthodes pour modérer l'espace communautaire.

- 🔖 Les conseils et techniques pour animer sa communauté
- 🔖 Donner la parole
- 🔖 Favoriser les interactions
- 🔖 Le crowdsourcing ou la production participative
- 🔖 Organiser des jeux concours
- 🔖 Identifier de nouveaux thèmes pour assurer l'animation
- 🔖 La modération de l'espace communautaire
- 🔖 Procédures pour répondre sur Facebook et Twitter
- 🔖 Procéder à une remontée d'informations vers les services concernés

## 7. Gérer les crises. Le bad buzz. Le rôle des ambassadeurs

Dans le module 7, il est question de la gestion de crise par le community manager et notamment la gestion du bad buzz tant redouté par les marques. Dans la seconde partie, on évoque le rôle que jouent les ambassadeurs et les influenceurs pour l'image de marque.

- 🔒 La gestion de crise : généralités
- 🔒 Dix règles d'or de la gestion de crise
- 🔒 Le bad buzz
- 🔒 Comment gérer un bad buzz et désamorcer la situation
- 🔒 Les ambassadeurs
- 🔒 Les influenceurs

## 8. Créer et diffuser du contenu. La charte éditoriale.

Une autre mission importante du community manager est abordée dans le module 8 : la production et la diffusion de contenu de qualité, en particulier la rédaction et l'utilisation des techniques SEO.

- 🔒 La création de contenu
- 🔒 Les différentes formes de contenu
- 🔒 Le référencement SEO
- 🔒 SEO la bonne pratique rédactionnelle
- 🔒 La charte éditoriale

## 9. Mesurer les effets des actions du Community Manager sur les médias sociaux

La stratégie social média et l'analyse des actions du community manager ou ROE sont au cœur des préoccupations du community manager dans un module 9 très technique et riche en anglicismes.

- 🔒 La stratégie « social media » au cœur de l'entreprise
- 🔒 Les KPI
- 🔒 Mesurer le retour sur investissement des actions menées

## 10. Gérer la présence de l'entreprise sur les réseaux sociaux

L'objectif de ce dernier module est de vous montrer l'importance qu'ont pris les réseaux sociaux au sein des entreprises et des organisations à travers quelques chiffres éloquentes.

- 🔗 Les réseaux sociaux & les entreprises
  - 🔗 L'utilité du Community Manager
  - 🔗 Le Community Manager RH
  - 🔗 Le guide ou la charte d'utilisation interne des réseaux sociaux.
-

## À propos de QUALEOPRO

Entreprise française solidaire, QUALEOPRO est l'organisme de formation de référence en e-learning pour toutes les entreprises souhaitant engager leurs dirigeants et leurs collaborateurs dans des plans de développement de compétences.

En nous choisissant comme organisme de formation, vous favorisez le développement de vos compétences et celles de vos collaborateurs tout en étant vous-même acteur responsable : pour chaque formation, une partie des frais d'inscription et des frais pédagogiques sont reversés à des programmes d'accès à l'éducation en France et dans le monde.

QUALEOPRO, marque déposée d'ABELART PRODUCTIONS, est un organisme de formation conforme aux critères qualité des OPCO et certifié DATADOCK et QUALIOPi dans la catégorie : actions de formation.



Pour plus d'informations : <https://qualeopro.fr/>

Pour toute demande de devis : [devis@qualeopro.fr](mailto:devis@qualeopro.fr) / 01 87 20 28 88