



**FORMATION  
PROFESSIONNALISANTE  
D'ADAPTATION**

# COMMUNITY MANAGER

Formation financée par Pôle Emploi  
Marché AFC 2019  
« Métiers du numérique »

Référentes de l'action :



Nord : [a.zitte@ifr-reunion.re](mailto:a.zitte@ifr-reunion.re)  
Ouest : [s.marmion@ifr-reunion.re](mailto:s.marmion@ifr-reunion.re)  
Sud : [a.severin@ifr-reunion.re](mailto:a.severin@ifr-reunion.re)

0262 200 392

## DÉFINITION DE L'EMPLOI TYPE & DES CONDITIONS D'EXERCICES

Le Community Manager communique le message de l'entreprise vers l'extérieur et fait part à l'entreprise des réactions de la communauté.

Le dialogue avec les internautes est primordial d'un côté pour diffuser les conseils et le catalogue de l'entreprise et de l'autre, de faire remonter les remarques ou critiques vers les services de l'entreprise concernés.

Tout cela dans l'objectif de fidéliser les internautes et d'acquérir de nouveaux « habitués ».

Le CM doit susciter les conversations et intervenir directement, créer des contenus, proposer des concours ou des rencontres (journées portes ouvertes). Enfin, il doit aussi faire appliquer les règles de bonne conduite au sein de sa communauté (protection des données personnelles, respect de la Nétiquette, ...)

Mais l'animation des réseaux sociaux n'est pas sa seule mission, il analyse des résultats, produit du contenu rédactionnel, réalise des montages d'images et de photos, fait de la veille sur sa marque.

Créatif, fiable, réactif, sociable,  
le CM est avant tout un  
passionné du web !

## PRÉREQUIS

- Projet professionnel en lien avec les compétences
- A l'aise sur l'informatique
- Passion pour le numérique

## LIEU DE FORMATION

St Pierre / Le Port / Ste Marie  
& FOAD (e-learning)

## DURÉE

472 H (3,5 mois)

**Taux de satisfaction 2020: 88 %**

**Taux d'insertion et de poursuite  
d'études 2020 : 70 %**



## **MÉTHODES PÉDAGOGIQUES**

Un travail sur les Soft Skills est fondamental pour mieux se découvrir et optimiser son insertion professionnelle.

La variété des méthodes pédagogiques au service de l'apprentissage.

**Modes actives, interrogatives, expérimentales, affirmatives (expositive-démonstrative).**

**La pédagogie différenciée de nos formateurs vous permettra d'acquérir les compétences nécessaires à votre projet.**

*\*En cas de confinement, la formation se déroulera à distance grâce à notre plateforme e-learning « TalentLMS » mais aussi aux différents outils qu'utiliseront les formateurs (Skype, Discord, Zoom, Google drive...)*

## **Accessibilité**

Locaux entièrement climatisés et accessibles aux personnes à mobilité réduite (ascenseur, rampes d'accès, toilettes normes TH, etc...).

## **Matériels d'auxiliaires pédagogiques**

Mobilier de formation et plateaux techniques adaptés à la formation préparée, tableaux blancs, vidéoprojecteurs, ventilateurs plafonniers etc...

## **OBJECTIFS : APTITUDES & COMPÉTENCES**

### **MODULE 1 : NOTION DE BASE (30H)**

Définir rôle du Community manager  
Connaître les fondamentaux du marketing  
Connaître Les fondamentaux de la communication  
Connaître les canaux du Webmarketing

### **MODULE 2 : ANIMER ET GÉRER UNE COMMUNAUTÉ (75H)**

Connaître les bonnes pratiques applicables à tous les réseaux sociaux  
Organiser des évènements sur les réseaux sociaux (concours, ...)  
Usages et pratique de la publicité sur les réseaux sociaux  
Outils de gestion et d'automatisation des réseaux sociaux avec par exemple Hootsuite

### **MODULE 3 : CRÉER DE LA PRÉSENCE ET DES CONTENUS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX (88H)**

Écrire pour le web  
Faire de la veille créative et curation de contenus (Netvibes, etc.)  
Référencement naturel et social pour le CM  
Créer des images et des vidéos pour le web  
Gimp pour le Community Manager  
S'initier à WordPress : intérêts et utilisation d'un Blog  
Concevoir et Créer un site internet vitrine  
Créer de la présence sur les réseaux sociaux principaux

### **MODULE 4 : CRÉER UNE STRATÉGIE D'EMAILING (45H)**

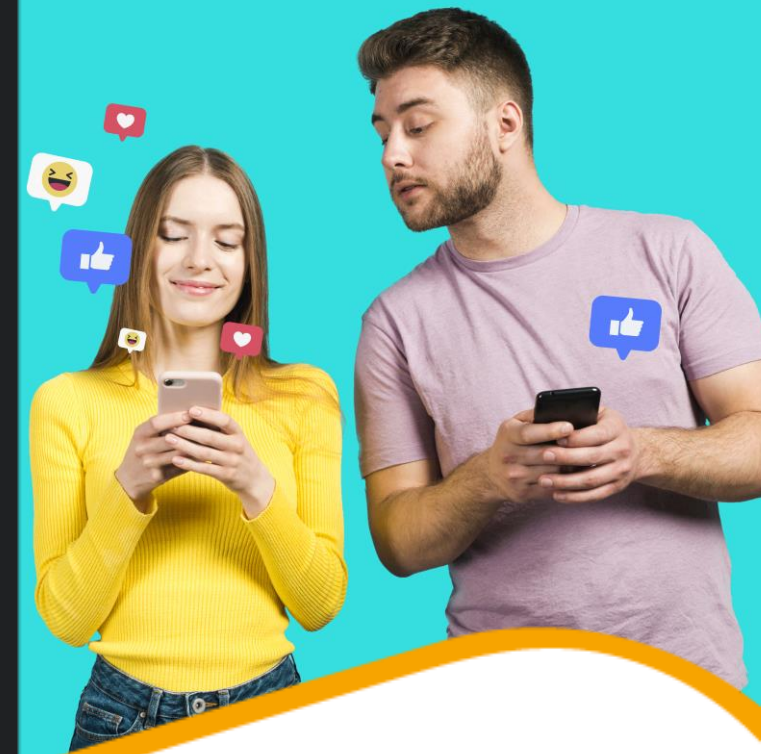
Savoir définir sa stratégie d'e-mailing  
Concevoir un e-mail responsif  
Savoir mesurer sa campagne e-mailing

### **MODULE 5 : MARKETING MOBILE (30H)**

Connaître les 5P du Marketing Mobile  
Les objectifs du Mobile marketing  
Les outils du Mobile marketing

### **MODULE 6 : METTRE EN PLACE UN STRATÉGIE DE CONQUÊTE ET DE FIDÉLISATION**

L'email comme outil de marketing direct  
Segmenter et augmenter sa base de données  
Définir les facteurs clés de succès  
Utiliser l'A/B testing  
Respecter la législation  
Filtres anti-spams



## **MODALITÉS D'ÉVALUATION**

**Prédictives** : avant l'entrée en formation, un test de Positionnement permettra de cibler les niveaux individuels des apprenants afin d'adapter les parcours au besoin de chacun.

**Diagnostiques** : Evaluation à chaque début de module

**Formatives** : Evaluations continues tout au long de la formation. Permet de réguler les apprentissages.

**Sommatives** : à la fin de chaque module, une évaluation finale permettra de sanctionner le niveau de compétences acquises du candidat.

**Attestation des compétences acquises**

Fiche technique mise à jour le 02/04/2020