

## Présentation et objectifs de la formation

Ce parcours de formation certifiant est conçu pour permettre aux dirigeants de petites entreprises et aux collaborateurs chargés de la communication de piloter de manière autonome la stratégie de community management de leur structure.

L'objectif principal est de maîtriser la méthodologie complète : de la définition de la stratégie social media à la mesure du ROI, en passant par la création de contenus engageants et la gestion de l'e-réputation.

À l'issue de cette formation, les participants seront capables de :

- Définir une stratégie de community management alignée sur les objectifs globaux et les ressources budgétaires.
- Créer et configurer des comptes sociaux professionnels en respectant la charte graphique.
- Animer une communauté via un calendrier éditorial et des contenus accessibles (notamment aux personnes en situation de handicap).
- Mettre en place une stratégie d'acquisition (organique et publicitaire) pour développer l'audience.
- Mobiliser les compétences internes ou externes nécessaires au projet.
- Analyser les résultats pour optimiser les performances.

## Publics concernés et pré-requis

**Publics cibles :** dirigeants de TPE/PME, artisans, commerçants, ou salariés des secteurs marketing/communication.

### Prérequis :

- Être utilisateur des réseaux sociaux.
- Avoir un projet de communication sur les réseaux sociaux (réel ou fictif).
- Disposer d'un an d'expérience professionnelle.
- Disposer d'un ordinateur et d'une connexion internet.

## Compétences certifiantes développées (RS6452)

Le parcours est structuré autour des 6 compétences clés du référentiel « Développer son activité avec le community management » :

1. **C1 - Stratégie CM :** identifier les objectifs marketing, la cible (persona) et

le budget.

2. **C2 - Configuration** : créer les comptes et adapter l'identité visuelle.
3. **C3 - Animation & Contenu** : créer des contenus engageants (vidéo/visuel), gérer le planning éditorial et assurer l'accessibilité numérique.
4. **C4 - Acquisition** : combiner visibilité naturelle et campagnes publicitaires (Social Ads).
5. **C5 - Gestion de projet** : piloter les ressources et les prestataires externes.
6. **C6 - Performance** : suivre les KPIs, le reporting et l'e-réputation.

## **Votre formateur expert : Jessy Martin**

*Professeur et formateur en stratégies marketing digital*

### **Expertise professionnelle et pédagogie**

- **Directeur Associé chez Pando Studio & Co-fondateur de Qiplim** : expert en intégration IA et stratégies marketing pour startups et PME.
- **Professeur Affilié à Clermont School of Business** : 5 ans d'expérience dans l'enseignement du marketing digital.
- **Expérience opérationnelle** : ex-Social Media Manager avec gestion de gros budgets publicitaires (+100k€/an) et fort ROI.
- **Diplômé ESSCA & EDHEC** (Executive Master & Bachelor).

## **Contenu de formation détaillé**

### **Volume pédagogique**

- **14 heures de formation asynchrone** (couvrant 100% du référentiel RS6452). Ce parcours e-learning sera complété d'un minimum de **4 heures d'accompagnement synchrone**.
- **6 cas pratiques** métiers avec mise en situation réelle
- **4 études de cas** pour analyser concrètement les bonnes pratiques
- Plus de 300 questions QCM pour valider les acquis

## **Contenus bonus exclusifs**

- Modèle de plan d'action marketing
- Modèle de tableau de reporting
- Modèle de stratégie éditoriale
- Modèle de planning éditorial

## **Parcours de formation détaillé en 6 modules progressifs**

### **Module 1 : définir sa stratégie de community management**

- **Les fondamentaux** : comprendre l'écosystème digital.
- **Ciblage & objectifs** : définir ses objectifs SMART, identifier sa cible sur les réseaux et mapper le parcours client.
- **Panorama** : choisir les réseaux sociaux adaptés grâce aux données clés du marché.
- **Cadre légal** : maîtriser le RGPD et la protection des données.
- **Budget** : élaborer son budget prévisionnel de community management.
- **Cas pratique** : définir ses objectifs, sa cible et son budget.

### **Module 2 : créer et configurer ses comptes**

- **Branding** : adapter sa charte graphique pour les réseaux sociaux avec Canva.
- **Technique** : création pas à pas et optimisation des comptes sociaux professionnels (Bio, liens, paramètres).
- **Cas pratique** : créer et optimiser un compte social professionnel.

### **Module 3 : animer les comptes et créer du contenu**

- **Stratégie éditoriale** : construire sa ligne éditoriale et organiser sa production (Planning, Batching).
- **Outils de gestion** : programmer ses posts avec Meta Business Suite pour gagner du temps.

# mon parcours en ligne

- **Rédaction** : maîtriser le copywriting pour les réseaux sociaux.
- **Studio créatif vidéo & image** :
  - Utiliser Canva pour créer du contenu rapidement.
  - Trouver de l'inspiration et créer des vidéos verticales (Reels/TikTok).
  - Maîtriser le montage vidéo sur mobile avec CapCut.
  - Créer et diffuser des stories impactantes.
- **Focus plateformes & engagement** :
  - Instagram : mises à jour 2025 et actualités.
  - LinkedIn : algorithmes, Social Selling et automatisation (Waalaxy).
  - Google My Business et X (Twitter).
- **Accessibilité numérique** : bonnes pratiques et outils inclusifs.
- Modération automatique avec blabla.ai et marketing d'influence.
- **Cas pratique** : construire une stratégie éditoriale et produire des contenus.

## **Module 4 : mettre en place des actions d'acquisition**

- **Organique** : les méthodes d'acquisition d'abonnés sans budget média.
- **Publicité (Social Ads)** :
  - Comprendre la sponsorisation et la gestion du budget.
  - Réaliser ses premières publicités avec Meta Ads.
- **Cas pratique** : définir une stratégie d'acquisition d'abonnés (mixte).

## **Module 5 : mobiliser les compétences du projet**

- **Pilotage** : piloter son projet de CM au quotidien.
- **Ressources** : identifier "Qui fait quoi ?" et lister les outils indispensables.
- **Cas pratique** : organiser les ressources du projet de community management.

## **Module 6 : analyser les résultats**

- **Mesure** : suivre les performances sur les réseaux sociaux.
- **Reporting** : utiliser le modèle de tableau de reporting pour suivre le ROI.
- **Amélioration continue** : identifier les points bloquants, gérer la veille et l'e-réputation.
- **Cas pratique** : analyser les résultats et proposer des axes d'amélioration.

## **Résultats attendus et certification**

### **Certification officielle**

- **Titre reconnu** par France Compétences (RS 6452)
  - **Évaluation rigoureuse** : cas pratiques + soutenances orales
  - Validation professionnelle par jury d'experts
- 
- **Employabilité renforcée** et évolution de carrière