

## COMMUNITY MANAGER

### Les Métiers

Expert des communautés web, le community manager travaille principalement en agence, mais aussi pour un annonceur, une entreprise, un site web...

Pour le compte d'une marque ou d'une entreprise, c'est lui qui fédère et anime les échanges entre internautes. Pour cela, il utilise principalement les réseaux sociaux (Youtube, Facebook, Twitter...) et professionnels (Viadeo, LinkedIn, Xing...). Il est en quelque sorte la "version 2.0" du webmaster !

Ambassadeur de la "marque" auprès des internautes, le community manager communique le message de l'entreprise vers l'extérieur et fait part à l'entreprise des réactions de la communauté. Ce dialogue avec les internautes est primordial : il permet d'un côté de 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 "habités".

Parmi ses autres activités, il faut également citer : l'analyse des résultats, la production de contenu rédactionnel, d'images et de photos (content manager), la veille sur sa marque, la définition de stratégies et formalisation de procédures (community architect).

Créatif, fiable, réactif et sociable, le CM est avant tout un passionné du web ! Il est généralement rattaché au service communication ou au marketing dans une entreprise.

### Objectifs

- Appréhender les opportunités offertes par les réseaux sociaux
- Développer sa présence sur les réseaux sociaux
- Définir une stratégie pour construire et développer sa communauté
- Animer sa communauté
- Fidéliser ses membres et améliorer leur cohésion
- Produire des contenus à forte valeur ajoutée et qui créent de l'engagement
- Élaborer des campagnes sociales à fort impact
- Exploiter et animer les médias sociaux en fonction de ses objectifs BtoB

### Programme

**Période d'intégration** : Accueil, présentation des objectifs de la formation, connaissance de l'environnement professionnel, adaptation du parcours de formation

**Les fondamentaux du SMO** : les fondamentaux du community management - stratégie de social media marketing - Customer Advocacy - Médias sociaux en BtoB

**Rédaction et production de contenus pour le web** : Ecrire pour les réseaux sociaux web

**Optimisation des différents leviers SMO (Social Media optimisation)** : LinkedIn, Facebook, Twitter, Snapchat, Instagram Messaging et chatbots, Vidéo marketing, YouTube

**Analyse de la donnée et des performances web marketing** : Google Analytics : analyser son audience web - préparation Certification Google Analytics

**Formation en situation de travail en entreprise**

35h hebdo

12 stagiaires

### Durées

ajustables en fonction des acquis et des besoins

517h en centre  
105h en entreprise.

### Dates

Du 4 décembre 2019  
au 21 avril 2020

### Information collective

Le 14 octobre 2019

### Répartition :

Formation professionnelle  
Remise à niveau  
Appui pédagogique  
Appui à la recherche d'emploi

### Prérequis

À partir de bac + 2 ou niveau correspondant en autodidacte  
Projet professionnel formalisé  
Maîtrise de la langue française à l'écrit et à l'oral

### Evaluation

Attestation de compétences,  
délivrée en fin de parcours

### Centre de formation

MODE83 – 203 boulevard  
Blanqui – 83300 Draguignan

### Inscription, contact, informations.

Tel : 04.94.50.98.90  
Mail : contact@mode83.net