

Financement

Formation professionnelle continue
Non conventionnée / sans dispositif

Organisme responsable et contact

ACQUIFORMATIONS
Chavy CHHOR
06.85.02.12.49
contact@acquiformations.fr

Accès à la formation

Publics visés :

Demandeur d'emploi
Jeune de moins de 26 ans
Personne handicapée
Salarié(e)
Actif(ve) non salarié(e)

Sélection :

Entretien

Niveau d'entrée requis :

Sans niveau spécifique

Conditions d'accès :

Aucun

Prérequis pédagogiques :

Public désirant renforcer ses compétences dans le domaine de la communication et du numérique.

Contrat de professionnalisation possible ?

Non

Objectif de la formation

La formation "Community Manager" sur 280 heures, répartie sur 16 semaines (soit 4 mois), est de former des professionnels capables de développer et piloter des stratégies de communication digitales sur les réseaux sociaux. Les apprenants apprendront à créer et gérer des contenus engageants, à animer des communautés en ligne, et à optimiser la visibilité des marques. Ils acquerront également des compétences en gestion de campagnes publicitaires, analyse de performances, et adaptation des stratégies en fonction des tendances. La formation combine 42 heures de cours en présentiel/visio individualisé pour un accompagnement personnalisé et des mises en pratique concrètes adaptées aux besoins des participants.

Contenu et modalités d'organisation

1. Introduction au métier de Community Manager - Définir les missions et les compétences requises afin de bien cerner le rôle. - Comprendre le rôle stratégique du community manager au sein d'une organisation. - Étudier les enjeux de la communication digitale en tenant compte des réseaux sociaux. 2. Développer une stratégie social media - Analyser l'écosystème digital d'une entreprise dans le but de mieux orienter les actions. - Déterminer les objectifs de communication (notoriété, engagement, acquisition) selon les besoins de l'entreprise. - Choisir les plateformes adaptées en fonction de l'audience cible (Facebook, Instagram, LinkedIn, etc.). - Élaborer un calendrier éditorial qui s'inscrit dans une vision stratégique. 3. Création de contenu engageant - Apprendre à rédiger des contenus adaptés aux réseaux sociaux tout en respectant les codes de chaque plateforme. - Créer des visuels attractifs grâce à des outils comme Canva ou Photoshop. - Intégrer des formats multimédias (vidéo, infographie, live) afin de diversifier les publications. - Gérer les droits d'auteur et l'éthique tout en garantissant la qualité du contenu. 4. Animation et gestion de la communauté - Animer des conversations afin de fédérer une communauté autour d'une marque. - Gérer les commentaires et situations de crise en temps réel. - Mettre en place des stratégies de fidélisation qui renforcent l'engagement. 5. Gestion de campagnes publicitaires - Configurer des campagnes payantes avec pour objectif l'optimisation des résultats. - Optimiser le budget publicitaire tout en suivant les KPIs (CPC, CPM, ROI). 6. Suivi et analyse des performances - Utiliser des outils d'analyse comme Google Analytics et Facebook Insights. - Mesurer l'impact des actions afin d'ajuster la stratégie. 7. Veille et adaptation - Assurer une veille stratégique dans le but de suivre les tendances digitales. - S'adapter aux nouveaux outils pour rester performant. INFOS : Durée : 280 heures soit 2 mois en continues (réparti sur 16 semaines soit 4 mois). Modalités pédagogique : Soit 42 H présentiel / visio individualisée. Prix : 6 000 euros TTC. Durée et date : Permanente.

...

Durées de la formation

*40h en cours du jour

Parcours de formation personnalisable ?

Oui

Type de parcours

Mixte

Validation(s) Visée(s)

> Attestation de fin de formation

Et après ?

Suite de parcours

Aucun

Calendrier des sessions

Numéro Carif	Dates de formation	Ville	Organisme de formation	Type d'entrée	CPF	Modalités
00488514	du 14/06/2024 au 31/12/2027	(24)	ACQUIFORMATIONS		Non éligible	FPC