



you'Nivers

L'AGENCE DE COMMUNICATION DEPUIS 2008

IMAGINER | DEVELOPPER | RAYONNER

PROGRAMME DE FORMATION – RS6452

Développer son activité avec le community management

Résumé

Cette formation a pour objectif de permettre aux dirigeants de petites entreprises et à leurs collaborateurs directs de structurer une stratégie de community management efficace pour développer leur visibilité, animer leurs réseaux sociaux et soutenir leur activité commerciale. Les participants apprennent à définir leurs cibles, leurs objectifs, leur budget et leurs réseaux sociaux prioritaires, tout en intégrant le community management dans la communication globale de l'entreprise. La formation aborde également la création et l'optimisation des comptes sociaux, la construction d'une stratégie éditoriale, la production de contenus engageants, l'acquisition d'abonnés, la mobilisation des ressources nécessaires et le suivi des performances. Le parcours s'appuie sur des ateliers pratiques et la production de livrables directement réutilisables : stratégie social media, sélection des réseaux sociaux, budget prévisionnel, calendrier éditorial, publications, stratégie d'acquisition et tableau de bord KPI.

Organisme de formation : You'Nivers – Certifié Qualiopi (N° 2020/90215.3)

Contact : formation@younivers.fr – 06 11 15 65 51 (Vincent FORAISON)



PROGRAMME DE FORMATION – RS6452

Développer son activité avec le community management

Cette formation prépare à la certification “Développer son activité avec le community management” enregistrée à France Compétences sous le numéro RS6452 par l’organisme certificateur Webmarketing & co’m.

À l’issue de la formation, le stagiaire s’engage à passer l’examen préparant à la certification.

1) PRÉSENTATION GÉNÉRALE

Intitulé : Développer son activité avec le community management

Référentiel visé : RS6452

Durée : 18 heures – 2 jours présentiel (14h) + 4h e-learning

Modalité : Mixte (présentiel + e-learning)

Tarif : 1250 € HT – (Frais d’examen inclus)

Effectif : 6 à 8 participants (maximum 10)

Public cible : La formation et la certification s’adressent aux dirigeants de petites entreprises et collaborateurs directs chargés de la communication marketing souhaitant mettre en place une stratégie de community management en vue de développer l’activité de leur entreprise.

Prérequis : Être utilisateur des réseaux sociaux, avoir un projet de communication sur les réseaux sociaux ainsi qu’un an d’expérience professionnelle.

2) OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

1. Élaborer une stratégie de community management
2. Organiser l’application opérationnelle d’un projet de community management
3. Suivre et évaluer l’impact de ses actions de community management

3) COMPÉTENCES TRAVAILLÉES (C1 À C5)

- **C1 :** Définir la stratégie de community management
- **C2 :** Créer ses comptes sur les réseaux sociaux
- **C3 :** Animer les comptes sociaux
- **C4 :** Mettre en place une stratégie d’acquisition d’abonnés à ses comptes sociaux
- **C5 :** Mobiliser les compétences dans un projet de community management
- **C6 :** Analyser les résultats de la stratégie de community management

4) DÉROULÉ PÉDAGOGIQUE (18H)

JOUR 1 – CONSTRUIRE SA STRATÉGIE SOCIAL MEDIA & SES CONTENUS (7H)

Module 1 – Définir sa stratégie de community management (C1) – 4h

Objectifs :

- Identifier les objectifs business liés aux réseaux sociaux
- Définir une stratégie de communication cohérente
- Sélectionner les réseaux sociaux adaptés à son activité
- Construire un positionnement éditorial efficace

Contenus :

- Introduction au community management et aux usages des réseaux sociaux
- Rôle des réseaux sociaux dans le développement d’activité
- Intégration du community management dans la stratégie globale de communication de l’entreprise : site internet, référencement, publicité, emailing, relation client, notoriété et fidélisation
- Identification des objectifs SMART
- Analyse des cibles et création de personas
- Définition du positionnement éditorial
- Définition du budget dédié à la stratégie de community management :
 - outils de gestion et de planification,
 - création de contenus,
 - prestations externes éventuelles,
 - budget publicitaire,
 - temps interne mobilisé
- Panorama des réseaux sociaux :
 - Facebook
 - Instagram
 - LinkedIn
 - TikTok
 - Pinterest
 - Google Business Profile
- Choix des réseaux sociaux selon :
 - la cible,
 - les objectifs,
 - le budget disponible,
 - les ressources disponibles,
 - le type de contenus
- Construction des grandes orientations de la stratégie social media en cohérence avec la stratégie de communication globale de l’entreprise

Atelier / livrable : Diagnostic communication + stratégie social media + sélection des réseaux sociaux + budget prévisionnel + intégration du community management dans la stratégie globale de communication.

Module 2 – Créer et optimiser ses comptes sociaux (C2) – 1h30

Objectifs :

- Créer des profils professionnels cohérents
- Optimiser les comptes sociaux pour améliorer la visibilité
- Harmoniser son image de marque

Contenus :

- Création des comptes professionnels
- Paramétrage des informations essentielles
- Optimisation des biographies et descriptions
- Uniformisation des éléments graphiques
- Création d’une identité visuelle cohérente
- Bases de la charte graphique social media

Atelier / livrable : Création ou optimisation d’un profil social professionnel

Module 3 – Construire sa stratégie éditoriale et animer ses comptes (C3) – 1h30

Objectifs :

- Produire des contenus engageants
- Structurer une stratégie éditoriale
- Développer l’engagement des communautés

Contenus :

- Construction d’un calendrier éditorial
- Définition des thématiques de contenus
- Fréquence de publication
- Types de contenus :
 - publications,
 - stories,
 - vidéos courtes,
 - reels,

- carrousels
- Techniques de rédaction social media
- Gestion des interactions et commentaires
- Techniques d’engagement communautaire
- Gestion de l’e-réputation
- Accessibilité numérique :
 - textes alternatifs,
 - sous-titrage,
 - adaptation des contenus aux personnes en situation de handicap

Atelier / livrable :

Création de publications sociales adaptées aux objectifs définis

JOUR 2 – ACQUISITION, PILOTAGE & PERFORMANCE (7H)

Module 4 – Développer sa communauté et acquérir des abonnés (C4) – 3h

Objectifs :

- Développer la visibilité des comptes sociaux
- Construire une stratégie d’acquisition organique
- Comprendre les fondamentaux de la publicité sociale

Contenus :

- Développement organique des communautés
- Optimisation de la portée des publications
- Utilisation stratégique des hashtags
- Partenariats et collaborations
- Jeux concours et actions d’engagement
- Introduction à la publicité sur les réseaux sociaux
- Définition des audiences cibles
- Paramétrage des campagnes sponsorisées
- Définition des objectifs publicitaires
- Suivi des performances publicitaires

Atelier / livrable :

Construction d’une stratégie d’acquisition adaptée à l’activité du participant

Module 5 – Mobiliser les ressources dans un projet de community management (C5) – 1h

Objectifs :

- Identifier les ressources nécessaires au projet
- Structurer l’organisation du projet social media
- Définir les rôles des intervenants

Contenus :

- Répartition des rôles dans un projet de community management
- Identification des compétences internes
- Prestataires externes possibles :
 - graphiste,
 - photographe,
 - vidéaste,
 - agence,
 - consultant social media,
 - freelance
- Outils collaboratifs et organisation de production
- Coordination des intervenants

Atelier / livrable :

Cartographie des ressources nécessaires au projet social media

Module 6 – Analyser les résultats et piloter la performance (C6) – 2h30

Objectifs :

- Définir les KPI adaptés à ses objectifs
- Analyser les performances des actions social media
- Mettre en place une démarche d’amélioration continue

Contenus :

- Définition des indicateurs de performance
- Analyse des statistiques sociales
- Mesure de l’engagement et de la portée

- Analyse de la croissance des communautés
- Outils d’analyse :
 - Meta Business Suite,
 - LinkedIn Analytics,
 - TikTok Analytics,
 - Google Analytics
- Construction d’un tableau de bord
- Ajustement de la stratégie éditoriale
- Optimisation continue des actions de communication

Atelier / livrable :

Tableau de bord KPI + plan d’amélioration continue

E-LEARNING – CONSOLIDATION & PRÉPARATION CERTIFICATION (4H)

Objectifs :

- Consolider les compétences vues en présentiel
- Approfondir les notions opérationnelles
- Préparer l’épreuve certificative RS6452

Contenus :

- Ressources pédagogiques complémentaires
- Vidéos pédagogiques
- Exercices pratiques
- Quiz d’évaluation
- Cas pratiques de préparation à la certification
- Révision des attendus du dossier final
- Préparation à l’oral de certification

5) MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Apports structurés et démonstrations
- Études de cas et mises en situation professionnelles
- Ateliers pratiques et production de livrables
- Exercices appliqués directement à l’activité des participants
- Approche orientée opérationnel et résultats

6) MODALITÉS D'ÉVALUATION

- **Modalités d'évaluation (certification RS6452) :** Mise en situation réelle portant sur l'élaboration d'une stratégie de community management avec remise de rapport et soutenance orale. Le candidat dispose de 15 jours de préparation avant la remise de ses écrits. L'écrit est ensuite suivi d'une présentation orale de 20 minutes devant un jury.
- **Processus de candidature :** Afin de s'inscrire à la certification, le candidat devra transmettre son dossier de candidature accompagné d'un CV à jour.
- **Adaptation des conditions d'examen pour les personnes en situation de handicap :** Le référent handicap prendra en compte dès l'inscription du candidat sa situation de handicap, si celle-ci est mentionnée. Un entretien pourra être proposé afin d'envisager les aménagements adaptés.

7) ASSISTANCE TECHNIQUE ET PÉDAGOGIQUE

Assistance technique et pédagogique (100 % présentiel, distanciel/mixte non proposée) :

- **Lieu de réalisation :** Roanne (42300) – 52 rue Jean Moulin **ou** 52 boulevard d'Arras (selon session).
- **Assistance pédagogique :** accompagnement continu par le formateur durant les ateliers, exercices et mises en situation.
- **Assistance technique :** assistance liée à l'utilisation des outils numériques, des plateformes sociales et des outils pédagogiques utilisés durant la formation.
- **Activités pédagogiques :** production de livrables tout au long du parcours :
 - stratégie social media,
 - profils optimisés,
 - calendrier éditorial,
 - publications,
 - stratégie d'acquisition,
 - tableau de bord KPI.
- **Modalités distancielles :** accès à des ressources e-learning, exercices, quiz et contenus pédagogiques complémentaires via la plateforme partenaire.
- **Suivi et traçabilité :** feuilles d'émargement, suivi des connexions e-learning et conservation des livrables pédagogiques..

8) MOYENS TECHNIQUES ET SUPPORTS

- Supports pédagogiques : diaporamas, modèles, trames éditoriales, outils de planification, fiches méthodes, modèles de calendrier éditorial.
- Matériel : écran tactile type TBI, paperboard, supports collaboratifs (post-it), postes de travail équipés

- Confort : café, thé, tisanes à disposition

9) LIEUX DE FORMATION

Roanne (42300) :

- 52, rue Jean Moulin, 42300 Roanne
- 52, boulevard d’Arras, 42300 Roanne

10) ENCADREMENT

- **Formateur principal** : Vincent FORAISON
- **Intervenants possibles** : Alexia BERTHELOT

11) ACCESSIBILITÉ / HANDICAP

Accompagnement des personnes en situation de handicap :

Dès l’inscription, le référent handicap étudie la situation si celle-ci est mentionnée. Un entretien peut être proposé afin de définir les aménagements possibles (rythme, supports, modalités pédagogiques), dans le respect de la confidentialité. Lorsque cela est nécessaire, des aménagements organisationnels et/ou matériels peuvent être mis en place afin de garantir l’accessibilité de la formation.

Contact : contact@younivers.fr – **06 11 15 65 51** (Vincent FORAISON)