

Informations pratiques

Du 02/9/2024 au 01/9/2025

- en centre : 538 heures
- en entreprise : 538 heures
- Temps plein
- Cours de jour

Formation entièrement présentielle

[Le détail de la session sur le site de l'organisme](#)

Réunions d'information collective
Non renseigné

Portes ouvertes
Non renseigné

Inscriptions
Ouvert

Pré-requis
Niveau d'entrée : Niveau 5 (BTS, Titres ou équivalents)
Être titulaire d'un BAC+2 validé ou d'une certification professionnelle de niveau équivalent
Maîtrise de l'outil informatique et connaissances des outils web

Financements possibles

- France Travail
- Non renseigné
- Non renseigné

iA La Roche-sur-Yon - L'intelligence apprentie

28 Boulevard d'Angleterre
85000 La Roche-sur-Yon
02-72-56-84-08

contact@ia-formation.fr
<http://www.intelligence-apprentie.fr>

Statut: PRIVE SOUS CONTRAT
D'ASSOCIATION

Lieu de la formation

iA La Roche-sur-Yon -
L'intelligence apprentie
28 Boulevard d'Angleterre 85000
La Roche-sur-Yon
02-72-56-84-08

contact@ia-formation.fr

Objectif Général

Certification

Objectifs

- Étudier le besoin du client (interne ou externe) en analysant les objectifs de communication et le positionnement de la marque ainsi que les attentes spécifiques de la cible, en s'appuyant sur un brief détaillé, afin de définir une stratégie social media cohérente avec la stratégie de communication et de marketing digital et personnalisée répondant aux enjeux de communication et aux valeurs de la marque.
- Réaliser une veille stratégique en utilisant des outils de surveillance des tendances et en analysant les publications des concurrents et les interactions de dialogue tout en respectant les orientations de la marque et les attentes de la cible, afin d'adapter la stratégie social media aux évolutions du marché et d'anticiper les nouvelles opportunités de communication.
- Grâce à une veille du marché, analyser les caractéristiques de l'audience en définissant le mapping des communautés d'intérêt sur le digital existantes ou potentielles (médias, influenceurs, groupes) afin d'adapter la stratégie aux besoins et comportements des utilisateurs et comprendre les stratégies adoptées par les concurrents et les tendances du secteur.
- Définir des objectifs de la stratégie social media en s'appuyant sur l'analyse des données de performance (taux d'engagement, portée, conversions) et les tendances du secteur, en collaboration avec les équipes marketing et communication, afin de guider les actions et mesurer l'impact des initiatives sur la notoriété et l'engagement de la marque.
- Mettre en place une stratégie de conversion en collaboration avec le service marketing, en optimisant les contenus et campagnes sur les réseaux sociaux pour favoriser les inscriptions, clics, et actions ciblées, pour transformer les leads en clients
- Identifier et évaluer les opportunités de développement de la monétisation des contenus et interactions sur les réseaux sociaux, en observant les tendances du marché et en analysant les comportements des utilisateurs, afin de soutenir les objectifs de croissance des revenus
- Concevoir une ligne éditoriale en définissant les thèmes principaux, ton, style, valeurs, et intentions de communication et en mobilisant des techniques de segmentation d'audience, tout en respectant la stratégie de marque et les tendances du secteur, afin de structurer et organiser les contenus diffusés pour répondre aux attentes de la communauté et maximiser l'engagement.
- Participer à la gestion des campagnes publicitaires en ligne en créant des contenus sponsorisés pour les réseaux sociaux et en ciblant les audiences pertinentes, tout en collaborant avec les équipes de marketing digital pour aligner les messages publicitaires et soutenir les actions de SEA, afin de renforcer la visibilité de la marque et attirer un public qualifié.
- Organiser et coordonner le projet de stratégie social media en allouant les ressources nécessaires (humaines, techniques, budgétaires), en structurant le workflow et le travail en fonction des priorités et des échéances, et en assurant une communication collaborative fluide avec les équipes internes et le commanditaire, afin de garantir une exécution efficace et harmonisée des actions avec les objectifs de la marque.
- Assurer le suivi et l'évaluation des performances des publications et des campagnes, à l'aide d'outils analytiques et en interprétant les données au regard des indicateurs de performance clés (KPI)

préalablement définis, dans le respect des objectifs de la stratégie social media, afin d'optimiser les actions et ajuster la ligne éditoriale pour maximiser l'impact et l'engagement de la communauté.

- Élaborer la planification éditoriale en organisant et structurant les programmations de contenus, en définissant des thèmes et en allouant des formats de contenus afin de garantir une diffusion cohérente et régulière qui maximise l'engagement de l'audience et soutient les objectifs de communication de la marque.
- Rédiger une charte éditoriale basée sur l'analyse de la ligne éditoriale et les besoins de la marque, en intégrant des règles de style, des consignes de ton et des formats adaptés aux plateformes, tout en respectant les aspects juridiques et les réglementations en vigueur (loi sur l'accessibilité, le handicap, le traitement des données...) afin de garantir une cohérence des messages et une uniformité dans toutes les communications de la marque.
- Rédiger des contenus attractifs et concis pour les réseaux sociaux en appliquant les principes d'écriture digitale (concision, clarté) et les consignes de la charte éditoriale, en adaptant le message aux spécificités de chaque plateforme, tout en s'appuyant sur les potentialités de l'intelligence artificielle et en utilisant des techniques optimisées pour la lisibilité rapide (mots-clés, hashtags, emojis) ainsi qu'en appliquant les pratiques durables dans la production de contenus, afin de capter l'attention de l'audience et d'encourager l'engagement avec la marque.
- Rédiger des articles de blog informatifs en sélectionnant un vocabulaire sémantique optimisé, en structurant le contenu pour le SEO (sous-titres, liens internes et externes) à l'aide d'outils de recherche de mots-clés et de l'intelligence artificielle, et en adaptant le style pour une lecture fluide, afin de générer du trafic qualifié
- Concevoir et coordonner une diversité de formats de contenus (vidéo, motion, infographies, stories, GIFs, carrousels) en maîtrisant les outils de création adaptés et en adaptant chaque format aux spécificités des plateformes sociales, afin d'enrichir l'expérience utilisateur et maximiser l'engagement de l'audience avec des contenus variés et percutants.
- Réaliser la production de contenus graphiques (photos, vidéos) pour illustrer les projets en définissant les besoins visuels avec l'équipe créative, en planifiant les sessions de production et en créant ou retouchant les visuels à l'aide de logiciels de création et d'édition de contenu visuel et multimédia afin d'assurer une qualité visuelle élevée et une cohérence esthétique alignée avec l'identité de la marque.
- Animer la communauté en mobilisant des techniques d'engagement interactif, en menant des campagnes de User Generated Content et utilisant des outils de gestion communautaire afin de renforcer l'engagement des membres et de créer des liens solides entre la marque et son audience.
- Gérer la modération en assurant un suivi des échanges au sein de la communauté, en répondant aux questions et en appliquant les règles de modération avec des outils de gestion et analyse de réseaux sociaux pour filtrer les contenus inappropriés, afin de garantir un environnement respectueux et sécurisé propice aux interactions positives.
- Assurer le support client en gérant les retours, avis, et messages privés des clients, en recueillant les feedbacks et suggestions des membres et en les transmettant aux équipes concernées, et en mettant en œuvre des actions d'amélioration du parcours utilisateur basées sur ces retours, afin d'optimiser l'expérience utilisateur et renforcer la satisfaction client
- Gérer les crises de réputation en ligne en répondant aux retours négatifs ou aux situations sensibles, en utilisant des outils de monitoring et des protocoles de communication de crise, afin de préserver l'image de la marque et de rétablir la confiance avec la communauté.
- Participer à l'organisation des événements digitaux ou hybrides (webinaires, live, conférences en ligne) en coordonnant les aspects logistiques et techniques, et rechercher des partenariats pertinents avec des influenceurs et autres partenaires, afin de dynamiser la communauté, accroître la visibilité de la marque, et renforcer l'engagement de l'audience.
- Créer et configurer les comptes de la marque sur les différentes plateformes de réseaux sociaux, en optimisant les profils (photo de profil, bio, informations de contact) et en respectant les normes W3C pour l'accessibilité aux personnes en situation de handicap, à l'aide des outils de gestion des réseaux sociaux,

afin d'assurer une visibilité maximale, une accessibilité universelle et une cohérence de l'image de marque sur tous les canaux de communication.

- Optimiser la diffusion des contenus en planifiant, automatisant et suivant les publications sur plusieurs réseaux sociaux à l'aide d'outils de gestion, afin d'assurer une présence régulière et cohérente de la marque et de maximiser l'engagement de l'audience.
- Centraliser et gérer les notifications en temps réel à l'aide d'outils de surveillance pour garantir une réactivité optimale et maintenir une présence active et attentive favorisant la satisfaction et la fidélisation de la communauté.
- Publier des articles pour le site web ou le blog de la marque sur un CMS (système de gestion de contenus), en formatant le contenu (titres, paragraphes, listes), en intégrant des éléments multimédias (images, vidéos, liens), et en configurant les options de publication (catégories, balises, dates), afin d'assurer une présentation professionnelle et une organisation cohérente avec la structure du site.
- Assurer l'amélioration continue des outils en testant régulièrement de nouvelles fonctionnalités (options de ciblage publicitaire, outils de reporting) et en effectuant une veille technologique pour suivre les évolutions et innovations des réseaux sociaux, afin de renforcer l'efficacité des actions et d'adopter des pratiques toujours adaptées aux tendances du marché

Blocs de compétences

> RNCP40907BC01 (CPP Elaborer et évaluer la stratégie social-média)

• Étudier le besoin du client (interne ou externe) en analysant les objectifs de communication et le positionnement de la marque ainsi que les attentes spécifiques de la cible, en s'appuyant sur un brief détaillé, afin de définir une stratégie social media cohérente avec la stratégie de communication et de marketing digital et personnalisée répondant aux enjeux de communication et aux valeurs de la marque. Réaliser une veille stratégique en utilisant des outils de surveillance des tendances et en analysant les publications des concurrents et les interactions de dialogue tout en respectant les orientations de la marque et les attentes de la cible, afin d'adapter la stratégie social media aux évolutions du marché et d'anticiper les nouvelles opportunités de communication. Grâce à une veille du marché, analyser les caractéristiques de l'audience en définissant le mapping des communautés d'intérêt sur le digital existantes ou potentielles (médias, influenceurs, groupes) afin d'adapter la stratégie aux besoins et comportements des utilisateurs et comprendre les stratégies adoptées par les concurrents et les tendances du secteur. Définir des objectifs de la stratégie social media en s'appuyant sur l'analyse des données de performance (taux d'engagement, portée, conversions) et les tendances du secteur, en collaboration avec les équipes marketing et communication, afin de guider les actions et mesurer l'impact des initiatives sur la notoriété et l'engagement de la marque. Mettre en place une stratégie de conversion en collaboration avec le service marketing, en optimisant les contenus et campagnes sur les réseaux sociaux pour favoriser les inscriptions, clics, et actions ciblées, pour transformer les leads en clients Identifier et évaluer les opportunités de développement de la monétisation des contenus et interactions sur les réseaux sociaux, en observant les tendances du marché et en analysant les comportements des utilisateurs, afin de soutenir les objectifs de croissance des revenus Concevoir une ligne éditoriale en définissant les thèmes principaux, ton, style, valeurs, et intentions de communication et en mobilisant des techniques de segmentation d'audience, tout en respectant la stratégie de marque et les tendances du secteur, afin de structurer et organiser les contenus diffusés pour répondre aux attentes de la communauté et maximiser l'engagement. Participer à la gestion des campagnes publicitaires en ligne en créant des contenus sponsorisés pour les réseaux sociaux et en ciblant les audiences pertinentes, tout en collaborant avec les équipes de marketing digital pour aligner les messages publicitaires et soutenir les actions de SEA, afin de renforcer la visibilité de la marque et attirer un public qualifié. Organiser et coordonner le projet de stratégie social media en allouant les ressources nécessaires (humaines, techniques, budgétaires), en structurant le workflow et le travail en fonction des priorités et des échéances, et en assurant une communication collaborative fluide avec les équipes internes et le commanditaire, afin de garantir une exécution efficace et harmonisée des actions avec les objectifs de la marque. Assurer le suivi et l'évaluation des performances des publications et des campagnes, à l'aide d'outils analytiques et en interprétant les données au regard des indicateurs de performance clés (KPI) préalablement définis, dans le respect des objectifs de la stratégie social media, afin d'optimiser les actions et ajuster la ligne éditoriale pour maximiser l'impact et l'engagement de la communauté.

- Mise en situation professionnelle reconstituée sous forme de projet

- > RNCP40907BC02 (CPP Piloter la création des contenus et animer des communautés)

- Élaborer la planification éditoriale en organisant et structurant les programmations de contenus, en définissant des thèmes et en allouant des formats de contenus afin de garantir une diffusion cohérente et régulière qui maximise l'engagement de l'audience et soutient les objectifs de communication de la marque. Rédiger une charte éditoriale basée sur l'analyse de la ligne éditoriale et les besoins de la marque, en intégrant des règles de style, des consignes de ton et des formats adaptés aux plateformes, tout en respectant les aspects juridiques et les réglementations en vigueur (loi sur l'accessibilité, le handicap, le traitement des données...) afin de garantir une cohérence des messages et une uniformité dans toutes les communications de la marque. Rédiger des contenus attractifs et concis pour les réseaux sociaux en appliquant les principes d'écriture digitale (concision, clarté) et les consignes de la charte éditoriale, en adaptant le message aux spécificités de chaque plateforme, tout en s'appuyant sur les potentialités de l'intelligence artificielle et en utilisant des techniques optimisées pour la lisibilité rapide (mots-clés, hashtags, emojis) ainsi qu'en appliquant les pratiques durables dans la production de contenus, afin de capter l'attention de l'audience et d'encourager l'engagement avec la marque. Rédiger des articles de blog informatifs en sélectionnant un vocabulaire sémantique optimisé, en structurant le contenu pour le SEO (sous-titres, liens internes et externes) à l'aide d'outils de recherche de mots-clés et de l'intelligence artificielle, et en adaptant le style pour une lecture fluide, afin de générer du trafic qualifié Concevoir et coordonner une diversité de formats de contenus (vidéo, motion, infographies, stories, GIFs, carrousels) en maîtrisant les outils de création adaptés et en adaptant chaque format aux spécificités des plateformes sociales, afin d'enrichir l'expérience utilisateur et maximiser l'engagement de l'audience avec des contenus variés et percutants. Réaliser la production de contenus graphiques (photos, vidéos) pour illustrer les projets en définissant les besoins visuels avec l'équipe créative, en planifiant les sessions de production et en créant ou retouchant les visuels à l'aide de logiciels de création et d'édition de contenu visuel et multimédia afin d'assurer une qualité visuelle élevée et une cohérence esthétique alignée avec l'identité de la marque. Animer la communauté en mobilisant des techniques d'engagement interactif, en menant des campagnes de User Generated Content et utilisant des outils de gestion communautaire afin de renforcer l'engagement des membres et de créer des liens solides entre la marque et son audience. Gérer la modération en assurant un suivi des échanges au sein de la communauté, en répondant aux questions et en appliquant les règles de modération avec des outils de gestion et analyse de réseaux sociaux pour filtrer les contenus inappropriés, afin de garantir un environnement respectueux et sécurisé propice aux interactions positives. Assurer le support client en gérant les retours, avis, et messages privés des clients, en recueillant les feedbacks et suggestions des membres et en les transmettant aux équipes concernées, et en mettant en œuvre des actions d'amélioration du parcours utilisateur basées sur ces retours, afin d'optimiser l'expérience utilisateur et renforcer la satisfaction client Gérer les crises de réputation en ligne en répondant aux retours négatifs ou aux situations sensibles, en utilisant des outils de monitoring et des protocoles de communication de crise, afin de préserver l'image de la marque et de rétablir la confiance avec la communauté. Participer à l'organisation des événements digitaux ou hybrides (webinaires, live, conférences en ligne) en coordonnant les aspects logistiques et techniques, et rechercher des partenariats pertinents avec des influenceurs et autres partenaires, afin de dynamiser la communauté, accroître la visibilité de la marque, et renforcer l'engagement de l'audience.

- 2 mises en situations professionnelles reconstituées

- > RNCP40907BC03 (CPP Configurer et optimiser la gestion des outils de communication Web et réseaux sociaux)

- Créer et configurer les comptes de la marque sur les différentes plateformes de réseaux sociaux, en optimisant les profils (photo de profil, bio, informations de contact) et en respectant les normes W3C pour l'accessibilité aux personnes en situation de handicap, à l'aide des outils de gestion des réseaux sociaux, afin d'assurer une visibilité maximale, une accessibilité universelle et une cohérence de l'image de marque sur tous les canaux de communication. Optimiser la diffusion des contenus en planifiant, automatisant et suivant les publications sur plusieurs réseaux sociaux à l'aide d'outils de gestion, afin d'assurer une présence régulière et cohérente de la marque et de maximiser l'engagement de l'audience. Centraliser et gérer les notifications en temps réel à l'aide d'outils de surveillance pour garantir une réactivité optimale et maintenir une présence active et attentive favorisant la satisfaction et la fidélisation de la communauté. Publier des articles pour le site web ou le blog de la marque sur un CMS (système de gestion de contenus), en formatant le contenu (titres, paragraphes, listes), en intégrant des éléments multimédias (images, vidéos, liens), et en configurant les options de publication (catégories, balises, dates), afin d'assurer une présentation professionnelle et une organisation cohérente avec la structure du site. Assurer l'amélioration continue des outils en testant régulièrement de nouvelles fonctionnalités (options de ciblage publicitaire, outils de reporting) et en effectuant une veille technologique pour suivre les évolutions et innovations des réseaux sociaux, afin de renforcer l'efficacité des actions et d'adopter des pratiques toujours adaptées aux tendances du marché

- Mise en situation professionnelle reconstituée

Résultats attendus

Devenez ...

COMMUNITY MANAGER

TRAFFIC MANAGER

RESPONSABLE COMMUNICATION DIGITALE

RÉDACTEUR WEB

CONSULTANT EN COMMUNICATION

Formation diplômante Niveau 6 (bac+3/4) reconnu par l'État.

Certification professionnelle « **Community Manager** » de **niveau 6** enregistrée au Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP) sous le code 34186 dont l'organisme certificateur est l'IFOCOP

Niveau d'entrée

Niveau 5 (BTS, Titres ou équivalents)

Organisation pédagogique

> Modalité d'enseignement :

- Formation entièrement présentielle

> Modalité pédagogique :

- En alternance
- En organisme de formation
- En entreprise

En savoir plus

Exemples de métiers accessibles avec cette formation

> [Animation de site multimédia](#)

> [Communication](#)

Source : Cariforef des Pays de la Loire - 200898 - Code établissement : 57757

CHOISIR MON MÉTIER, BONJOUR

Et vous êtes déjà **sur la bonne voix** !

La plateforme téléphonique d'information
sur la formation professionnelle et l'apprentissage
en Pays de la Loire.



*Des chargé.e.s
d'information
à votre écoute*

0 800 200 303

**Service & appel
gratuits**