

## Community management

CATEGORIE : C

### Vue d'ensemble

Domaine(s) d'activité professionnel dans lequel(s) est utilisé la certification :

- Transverse : ■ **communication**  
■ **marketing**

Code(s) NAF : **85.59A**, **73.11Z**, **62.09Z**, **63.99Z**  
Code(s) NSF : **312**, **320**, **321**  
Code(s) ROME : **E1104**, **E1101**  
Formacode : **46252**

Date de création de la certification : **20/11/2017**

Mots clés : **communication digitale**, **Community manager**,  
**Facebook entreprise**, **RESEAUX SOCIAUX**

### Identification

Identifiant : **3434**

Version du : **16/10/2018**

### Références

Consensus, reconnaissance ou recommandation :

Formalisé :

- **N/A**

Non formalisé :

- [Guide pratique du Ministère de la Culture](#)
- [Métier Community manager ONISEP](#)
- [Métier Community manager CIDJ](#)
- [Métier Community manager Pôle Emploi](#)
- [Transition numérique](#)
- [Fiche métier APEC](#)
- [Madame Pénicaud - avril 2018](#)

### Descriptif

#### *Objectifs de l'habilitation/certification*

La certification va permettre d'acquérir les connaissances pratiques et théoriques nécessaires pour développer les réseaux sociaux d'une entreprise.

#### **Objectifs de la certification**

Apprendre à développer une ou plusieurs communautés sur les réseaux sociaux.

Connaître les réseaux sociaux actuels, savoir analyser les besoins de l'entreprise et définir une stratégie éditoriale.

Maîtriser les outils nécessaires aux community managers.

Savoir répondre à la communauté et développer la notoriété de l'entreprise.

Trouver et travailler avec les influenceurs.

Créer du contenu adapté et faire de la curation de contenu.

Connaître les bonnes pratiques et les erreurs à éviter.

Repérer et analyser les bons et les mauvais buzz.

#### *Lien avec les certifications professionnelles ou les CQP enregistrés au RNCP*

- Pas de liens actuellement avec les certifications professionnelles ou les CQP enregistrés au RNCP.

#### *Descriptif général des compétences constituant la certification*

Utiliser les différents réseaux sociaux actuels pour développer les produits de son client en fonction de la communauté à développer. Connaître et exploiter les outils gratuits du marché pour suivre les différentes communautés sur les réseaux sociaux.

Créer des contenus textuels et visuels pour alimenter les réseaux sociaux et garder le contact avec la communauté.

Rechercher et suivre les influenceurs les plus pertinents pour développer la notoriété ou la vente de produits de son client. Avoir les techniques pour les approcher et mettre en place une relation de confiance avec eux.

Analyser l'audience de ses pages, connaître les métriques les plus pertinents et savoir les définir pour les améliorer sans cesse, corriger les erreurs et contrôler la réputation de son client.

Définir une stratégie éditoriale pour garder un discours cohérent et compréhensible sur les réseaux sociaux.

Définir ses cibles, segments et persona pour adapter la communication de son client sur les réseaux sociaux et faire passer le bon message.

Gérer les avis et commentaires de la communauté de son client pour savoir répondre correctement et faciliter la relation client.

Créer des événements pour augmenter la communauté et la notoriété de son client.

Organiser son métier dans le quotidien pour gagner du temps grâce à des pratiques et habitudes à prendre.

Comprendre les erreurs et pièges habituels pour les éviter, les corriger au plus vite et pour éviter les crises et mauvais buzz.

proposer une stratégie cohérente à son client en fonction de ses objectifs (développement de notoriété, vente de produits...).

## Public visé par la certification

Tous publics

### Modalités générales

L'accès à la certification est accessible à toutes les personnes désirant évoluer vers ce métier. La formation est établie sur 4 jours de 7 heures, soit 28 heures. Elle est totalement présentielle.

Des études de cas sont prévues afin de mettre les stagiaires en situation dès le premier jour.

**Module 1** : description des principaux réseaux sociaux et de leurs particularités

**Module 2** : les outils du community manager

**Module 3** : comment développer sa communauté

**Module 4** : gérer son quotidien

A l'issue des 4 jours, le stagiaire recevra :

- un support papier appelé "**la boîte à outils**" contenant les noms et utilisations des différents outils nécessaires à l'exercice de son métier

- un **livre** : le Marketing des TPE à l'heure de la transformation digitale (auteur Anne-Marie Richier, publié chez l'Harmattan en mai 2017).

Un **certificat de compétences au métier de community manager** est remis aux apprenants ayant répondu juste à au moins 80% du QCM et ayant été présents durant toute la durée de la certification (28 heures).

Une **attestation de formation** est remise aux apprenants ayant été présents pendant la totalité de la formation, soit 28 heures.

### Liens avec le développement durable

Aucun

## Valeur ajoutée pour la mobilité professionnelle et l'emploi

### *Pour l'individu*

maîtriser les nouveaux outils du marché,  
acquérir de nouvelles compétences,  
rester attractifs sur le marché de l'emploi,  
favoriser le recrutement externe ou une évolution interne,  
être au cœur de la transformation digitale de l'entreprise,  
rester motivés et impliqués,  
répondre aux offres de recrutement de community manager (évolution externe).

### *Pour l'entité utilisatrice*

développer la notoriété,  
augmenter le chiffre d'affaire,  
fidéliser les clients,  
maîtriser sa réputation,  
mieux anticiper et gérer les crises,  
recruter des personnels formés,  
réussir sa transformation digitale  
progresser avec les nouveaux besoins des consommateurs.

## Evaluation / certification

### *Pré-requis*

Il est important que l'apprenant dispose du niveau de connaissance suivant : utilisation des réseaux sociaux et d'internet, bonne compréhension de la langue française, capacités de rédaction.

La certification étant accessible à tous, tous les profils sont acceptés.

### *Compétences évaluées*

Utiliser les différents réseaux sociaux actuels pour développer les produits de son client en fonction de la communauté à développer.

Connaitre et exploiter les outils gratuits du marché pour suivre les différentes communautés sur les réseaux sociaux.

Créer des contenus textuels et visuels pour alimenter les réseaux sociaux.

Rechercher et suivre des influenceurs pour développer la notoriété ou la vente de produits de son client.

Analyser l'audience de ses pages, connaître les métriques les plus pertinents et savoir les définir pour les améliorer sans cesse, corriger les erreurs et contrôler la réputation de son client.

Définir une stratégie éditoriale pour garder un discours cohérent et compréhensible sur les réseaux sociaux.

Gérer les avis et commentaires de la communauté de son client pour savoir répondre correctement et faciliter la relation client.

Organiser son métier dans le quotidien pour gagner du temps grâce à des pratiques et habitudes à prendre Comprendre les erreurs et pièges habituels pour les éviter, les corriger au plus vite et pour éviter les crises et mauvais buzz.

### *Niveaux délivrés le cas échéant (hors nomenclature des niveaux de formation de 1969)*

N/A

### Centre(s) de passage/certification

- Zigzag Marketing sas

La validité est Permanente

**Possibilité de certification partielle :** non  
Matérialisation officielle de la certification :  
certificat de compétences au métier de community manager

## Plus d'informations

### *Statistiques*

Formation créée en décembre 2017 : 1 stagiaire formé.

Objectif : 4 sessions de 6 stagiaires (maximum par session) par an.

### *Autres sources d'information*

<https://www.zigzag-marketing.fr/formation-community-manager/>