

Social media management

CATEGORIE : C

Vue d'ensemble

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

- Transverse :
- **Marketing**
 - **Communication**
 - **E-business**
 - **Juridique**
 - **Digital**

Les certifiés exercent dans toute entreprise du secteur privé ou public quels que soient le statut et la taille de la structure.

La certification est ouverte à la fois aux demandeurs d'emploi et aux salariés. La certification est accessible à des publics cibles de plusieurs niveaux de qualification pouvant aller par exemple de bac+3 au master. Le critère d'inscription portera plus sur l'expérience dans les métiers de la communication d'entreprise.

Code(s) NAF : **73.11Z**, **70.22Z**

Code(s) NSF : **312**, **320**

Code(s) ROME : **M1802**, **M1703**, **E1104**, **E1103**

Formacode : —

Date de création de la certification : **10/04/2014**

Mots clés : **e-reputation**, **community management**, **médias sociaux**, **stratégie digitale**

Identification

Identifiant : **3402**

Version du : **19/02/2018**

Références

Consensus, reconnaissance ou recommandation :

Formalisé :

- **NA**

Non formalisé :

- [Baromètre 2016 des usages des réseaux sociaux en France - 18 mars 2016](#)
- [Zoom sur le métier Social media manager - 6 mai 2016](#)
- [Loi pour une république numérique : loi no 2016-1321 - 7 octobre 2016](#)
- **Cette certification répond aux besoins des dirigeants d'entreprises et des professionnels du marketing et de la communication d'intégrer les médias sociaux à leur stratégie digitale et d'en faire un levier de développement business et de notoriété.**

Descriptif

Objectifs de l'habilitation/certification

La certification atteste de l'acquisition des compétences en médias sociaux et community management et de la maîtrise des différents réseaux sociaux permettant l'élaboration d'une stratégie social media performante.

Lien avec les certifications professionnelles ou les CQP enregistrés au RNCP

- N/A

Descriptif général des compétences constituant la certification

Analyser la stratégie actuelle de l'entreprise sur les médias sociaux.
Benchmarker la concurrence et repérer les facteurs clés de réussite en matière de communication sur les médias sociaux.
Fixer les objectifs de présence sur les médias sociaux et prioriser les cibles.
Définir les moyens et l'organisation à mettre en place selon le budget affecté.
Elaborer la charte éditoriale pour les différents médias sociaux investis.
Créer du buzz et gérer le dialogue avec les communautés existantes.
Interagir avec sa propre communauté.
Analyser la performance des actions mises en œuvre sur les médias sociaux.

Modalités générales

Durée de la formation : 10 jours

Formation continue en présentiel qui permet un suivi personnalisé des candidats et facilite le contact en cas de difficultés.

Modalités pédagogiques : travaux de groupe, témoignages, études de cas

Liens avec le développement durable

Aucun

Public visé par la certification

Tous publics

Valeur ajoutée pour la mobilité professionnelle et l'emploi

Pour l'individu

Être à même d'évoluer en interne et piloter des actions sur les médias sociaux,
Être en adéquation avec les nouvelles compétences exigées pour les métiers de marketeurs, communicants et chefs de projet web,
Acquérir les compétences en médias sociaux indispensables sur le marché de l'emploi,
Disposer de tous les outils (analyse du marché, retours d'expérience, boîte à outils pratique) pour développer des stratégies sur les médias sociaux adaptées au contexte de la structure,
Développer leur maîtrise des médias sociaux et des nouvelles disciplines qui en découlent : Brand content, Community management, Social media management, Social mobile, Buzz monitoring.

Pour l'entité utilisatrice

Adapter leur organisation et leurs pratiques en matière d'e-réputation et d'animation de communautés,
Acquérir de nouvelles parts de marché,
Fidéliser leurs clients
Se démarquer de la concurrence.

Evaluation / certification

Pré-requis

Niveau minium d'études : Bac+3.

Avoir une expérience en marketing et/ou communication ou disposer d'une spécialisation dans l'un de ces domaines.

Centre(s) de passage/certification

- Centres d'affaires parisiens loués par Comundi et Université

Avoir quelques notions sur le fonctionnement des médias sociaux et avoir ouvert deux ou trois comptes sur les principaux médias sociaux.

Paris Dauphine

Compétences évaluées

Activité 1 : Diagnostic de la stratégie de l'entreprise ou institution sur les médias sociaux

C1 : Analyser la stratégie actuelle de l'entreprise sur les médias sociaux

C2 : Benchmarker la concurrence et repérer les facteurs clés de réussite en matière de communication sur les médias sociaux

Activité 2 : Réalisation de la stratégie de social media management

C1 : Fixer les objectifs de présence sur les médias sociaux et prioriser les cibles

C2 : Définir les moyens et l'organisation à mettre en place selon le budget affecté

C3 : Elaborer la charte éditoriale pour les différents médias sociaux investis

Activité 3 : Mise en œuvre des actions de social media management

C1 : Créer du buzz et gérer le dialogue avec les communautés existantes

C2 : Interagir avec sa propre communauté

C3 : Analyser la performance des actions mises en œuvre sur les médias sociaux

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

N/A

La validité est Permanente

Possibilité de certification partielle : non

Matérialisation officielle de la certification :

Certificat nominatif des compétences professionnelles acquises et décrites dans le référentiel de certification délivré par Comundi et l'Université Paris Dauphine

Plus d'informations

Statistiques

54 participants sur six promotions déjà réalisées.

Deux promotions par an.

Autres sources d'information

<https://www.comundi.fr/formation-medias-sociaux-et-strategie-de-communication/cycle-certifiant-social-media-management-en-partenariat-avec-l-universite-paris-dauphine.html>