

Ref. : 3703819

Durée :
6 jours - 42 heuresTarif :
Salarié - Entreprise : 2990 € HT

Repas inclus

Code Dokelio : 24225

COMMUNITY MANAGER : ANIMER LES RÉSEAUX SOCIAUX DE SON ORGANISATION

Une formation complète et opérationnelle pour maîtriser les réseaux sociaux, produire des contenus performants et piloter votre stratégie au quotidien.

Dans un environnement digital en constante mutation, le Community Manager est devenu un acteur clé de la stratégie éditoriale et de la réputation des organisations.

Fort de son expertise historique dans les métiers de l'information et des médias, le CFPJ propose un parcours exigeant, ancré dans les réalités du terrain, et certifiant. Vous y développerez **des compétences immédiatement opérationnelles**, grâce à une pédagogie fondée sur la pratique, l'analyse et la maîtrise des codes éditoriaux.

À l'issue de la formation, vous serez en mesure de concevoir, déployer et piloter une stratégie social media rigoureuse, pertinente et alignée avec les standards professionnels du secteur.

Chaque participant travaille sur sa propre marque ou un sujet personnel validé (marque réelle, projet, entreprise, client, ou marque fictive réaliste).

Le livrable final évalué est une stratégie complète de Community Management, directement activable.

Modalités de certification :

- 20 min de présentation
- 10 min de questions
- Jury composé de : Social Media Manager, Community Manager, Professionnel(le)

OBJECTIFS

- Concevoir et produire des contenus adaptés à chaque plateforme en tenant compte des logiques algorithmiques de diffusion (format, rythme, signaux d'engagement)
- Mobiliser des outils d'IA générative pour produire, décliner et améliorer des contenus (texte, visuel, vidéo courte)
- Mettre en œuvre un planning éditorial opérationnel adapté aux temps forts, aux formats et aux contraintes de diffusion
- Mesurer les performances des actions menées et proposer des optimisations

Les participants repartent avec une organisation complète, les compétences et les outils leur permettant d'être autonomes dans l'animation des réseaux sociaux de leur organisation.

EVALUATION

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

POUR QUI ?

- Community managers
- Responsables communication / marketing
- Consultants
- Freelances en montée stratégique

PRÉREQUIS

Bonne connaissance et pratique régulière des réseaux sociaux.

Admission sur candidature

COMPÉTENCES ACQUISES

Construire sa stratégie communautaire, écrire pour sa communauté et la gérer.

PROGRAMME

Les fondamentaux du community management : écosystème, stratégie et rôle

Intégrer les évolutions conversationnelles

- Fragmentation des audiences et des plateformes
- Évaluer les nouvelles attentes des internautes et la force de l'intelligence collective.
- Développer un terrain pour échanger, collaborer et participer en toute transparence.
- Doser l'impact des réseaux sociaux sur la réputation de l'entreprise.
- S'adapter aux nouveaux modes de consultation des contenus

Décrypter les réseaux sociaux

- Panorama des réseaux sociaux grands publics : Facebook, Instagram, Tik Tok, X...
- Évaluer les spécificités des réseaux sociaux professionnels : LinkedIn et plateformes internes
- Algorithmes, vidéo, IA

Ateliers :

- Communautés en ligne
- Faire une recherche et organiser sa veille sur les réseaux sociaux
- Mini audit de l'e-reputation de son organisation sur les réseaux sociaux

Intégrer les réseaux sociaux dans sa stratégie de communication globale

- Définir ses cibles, objectifs et son territoire d'expression
- Choisir les plateformes pertinentes pour son projet
- Connaître les enjeux juridiques et éthiques.

Définir sa ligne éditoriale

- Les questions préalables indispensables.
- Les sujets et organisations ayant vocation à fédérer une communauté
- Ventiler les sujets sur les différents réseaux sociaux
- Appréhender les formats par plateforme

Atelier : Réalisation d'une matrice éditoriale

Le rôle du Community Manager au sein de l'entreprise

Atelier : Cartographie du rôle du CM dans son organisation

Travail en intersession

Chaque participant•e construit :

- Son identité numérique
- Une stratégie de communication sur les réseaux sociaux
- Une stratégie éditoriale adaptée

Accompagnement :

- Prise en main des plateformes et outils
- Rédaction de contenus et invitation à l'entrée en conversation
- Trames méthodologiques fournies
- Check-list stratégique
- Feedback intermédiaire (via un groupe LinkedIn privé, par mail ou via des sessions en visio)

Créer, animer et piloter ses contenus sur les réseaux sociaux

Le bon format au bon endroit

- Rédiger des contenus pour être lu.
- Travailler ses accroches
- Illustrer ses publications : vidéos, photos, carroussel
- Utiliser l'IA pour améliorer ses publications
- Sélectionner et mettre en ligne les bonnes informations
- Incarner ses contenus, et générer de l'engagement

Atelier : Création de contenus par plateforme

Modérer et gérer une crise sur les réseaux sociaux

- Distinguer les cas de vraies crises des autres cas de modération
- Construire sa stratégie de réponse

Atelier : Études de cas et exercices d'application.

Créer son calendrier éditorial

- Choisir le format idoine pour son organisation
- Opter pour la bonne fréquence de publication
- Mettre en place un processus de brief efficace
- Poster et programmer ses publications

Mise en situation : Création pour son entreprise d'un calendrier sur un mois-type.

Mesurer la performance de ses publications

- Opter pour des KPIS/indicateurs de performance pertinents
- Construire un tableau de bord utile à la décision
- Présenter un reporting à sa direction.

Atelier : Définition des KPI stratégiques de sa marque et réalisation d'un reporting 0.

Atelier : Ma feuille de route 6-12 mois

Pendant

Soutenance devant un jury professionnel

- Présentation du projet individuel devant les membres du jury.
- **La soutenance** d'une durée de 30 minutes a lieu devant un jury composé du formateur référent, d'un représentant du CFPJ et d'un professionnel extérieur.

Pendant

- Présentation de ce que vous avez mis en place.
- Analyse des difficultés rencontrées et comment vous y avez remédié.
- Échanges avec votre formateur et vos pairs sur la mise en pratique des nouvelles compétences acquises.

INTERVENANTS

Professionnel de la communication digitale, en activité.

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**. Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur [votre espace apprenant](#).

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre [plateforme](#) dédiée.

[Accessibilité aux personnes en situation de handicap](#)

