

## La formation en résumé

Acquérir une vision globale et opérationnelle du métier et mettre en place une stratégie de gestion de communauté en ligne pour développer son entreprise. Le **Community manager** a pour mission de développer et gérer la présence d'une organisation (marque, association, produit, jeu...) sur Internet. Découvrez et formez-vous à ce nouveau métier !

Parcours de formation **éligible au CPF** avec ajout du **Certificat de Compétences en Entreprise (C.C.E) : Mettre en oeuvre des actions de communication numérique** (500€)

**Inscription Appli CPF : Mon compte formation**

[Site de Lyon](#)

[Site de Saint-Etienne](#)

[Site de Roanne](#)

### Objectifs :

- Comprendre et maîtriser les spécificités de l'écriture sur le web et les médias sociaux
- Créer des contenus éditoriaux de qualité
- Animer, gérer et suivre vos communautés

### Participants :

- Chargée de communication, chef de projet Web, Responsable Webmarketing, Assistante communication, Personnes se préparant à la prise de fonction de Community Manager ou souhaitant élargir ses compétences sur les missions liées à la fonction de Community Manager

### Prérequis :

Maîtriser Internet et certains médias sociaux ou avoir suivi la formation « Découvrir les réseaux sociaux pour un usage professionnel »

## Moyens pédagogiques et d'encadrement

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.  
Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises.  
Support de formation remis aux participants.  
Groupe de 3 à 12 participants maximum.  
Formation animée par un formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs sont accompagnés par notre pôle pédagogique intégré « [Agir et Apprendre](#) ». Parcours du formateur disponible sur simple demande.

### Suivi et évaluation de la formation :

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations... Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.  
Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.  
Retrouvez les modalités de la certification pouvant être associée à cette formation [en cliquant ici](#)

## Modules obligatoires

**Réseaux Sociaux : Quels objectifs ? Quels réseaux ? Quels Positionnement ?**  
— 1 jour (7 heures)

**Brand content : créer du contenu de marque pour les réseaux sociaux**  
— 1 jour (7 heures)

**Le métier de Community Manager**  
— 3,5 heures

**Réseaux Sociaux, Web & e-réputation**

**4 186 €**

(non assujetti à la TVA sauf formation à Roanne)

Éligible au CPF sous conditions (nous consulter)



9 jours (63 heures)



Certificat de compétences en entreprise



Certificat consulaire



Éligible au CPF

— 1 jour (7 heures)

**Facebook pour son entreprise**

— 1 jour (7 heures)

**Organiser un concours sur les réseaux sociaux**

— Formation de 9h à 12h30

**Instagram pour votre entreprise**

— 7 heures

**LinkedIn pour son entreprise**

— 1 jour (7 heures)

**Twitter pour son entreprise**

— 1 jour (7 heures)

**Publicité sur les réseaux sociaux et ROI**

— 1 jour (7 heures)

## Modules optionnels

**Certificat de Compétences en Entreprise: mettre en oeuvre des actions de communication numérique dans l'entreprise**

— Validation par étude de cas (2h)

# Réseaux Sociaux : Quels objectifs ? Quels réseaux ? Quels Positionnement ?

Digital, webmarketing, numérique - 2022

## La formation en résumé

Etre présent sur les réseaux sociaux est aujourd'hui indispensable. Comment y aller ? Quel réseau choisir ? Quels contenus publiés ? Cette formation vous permettra de comprendre les enjeux des principaux réseaux et de formaliser votre stratégie.

### Objectifs :

- Connaître les spécificités des principaux réseaux sociaux
- Savoir bien définir ses objectifs sur les réseaux sociaux
- Savoir définir ses cibles sur les réseaux sociaux
- Se positionner face à la concurrence
- Savoir choisir les bons réseaux sociaux pour son entreprise

### Participants :

Chargée de communication, chef de projet Web, Responsable Webmarketing, Assistante communication, Personnes se préparant à la prise de fonction de Community Manager ou souhaitant élargir ses compétences sur les missions liées à la fonction de Community Manager

### Prérequis :

- Savoir publier du contenu sur les réseaux sociaux

## Le programme

### Réseaux sociaux : enjeux & chiffres clés

- Réseaux sociaux et stratégie webmarketing
- Panorama et spécificités des réseaux sociaux en 2020
- Chiffres clés en France et à l'international
- Utilisation en BtoB et BtoC
- Adapter ses objectifs aux réseaux sociaux
- Ciblage : les personas au service de la performance
- Bonnes pratiques et écueils à éviter
- Etudes de cas de stratégie Social Media

### Stratégie webmarketing & social media

- Chiffres clés
- Entonnoir de conversion
- Les 3 leviers social media

### Les personas

Identifier ses personas : méthodologie et mise en pratique

## Moyens pédagogiques et d'encadrement

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques. Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises

Support de formation remis aux participants.

Groupe de 3 à 12 participants maximum.

Formation animée par un formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs sont accompagnés par notre pôle pédagogique intégré « [Agir et Apprendre](#) ». Parcours du formateur disponible sur simple demande.

### Suivi et évaluation de la formation :

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations... Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

Retrouvez les modalités de la certification pouvant être associée à cette formation [en cliquant ici](#)

**465 €**

(non assujetti à la TVA sauf formation à Roanne)



1 jour (7 heures)



Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Community Management

## Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 16/09
- 08/11

Saint-Etienne - 04 77 49 24 66

- 16/09

Roanne - 04 77 44 54 69

- 16/09

# Brand content : créer du contenu de marque pour les réseaux sociaux

Digital, webmarketing, numérique - 2022

## La formation en résumé

Les publicitaires sont jugées très intrusives par les internautes. Le Brand content ( contenu de marque ) vous permet de parler différemment à vos clients et prospects en proposant du contenu qualitatif et interactif.

### Objectifs :

- Savoir élaborer une ligne éditoriale sur les réseaux sociaux
- Être en mesure de réaliser un calendrier de publication adapté à sa cible
- Être en mesure de créer ses propres contenus de marque
- Améliorer sa productivité dans la production de contenus

### Participants :

Chargée de communication, chef de projet Web, Responsable Webmarketing, Assistante communication, Personnes se préparant à la prise de fonction de Community Manager ou souhaitant élargir ses compétences sur les missions liées à la fonction de Community Manager

### Prérequis :

- Connaître et utiliser les réseaux sociaux dans un cadre professionnel

## Le programme

Panorama et spécificités des différents types de contenus

### Brand Content

- Définir ses objectifs
- Définir sa cible
- Définir son positionnement

### Définir une charte éditoriale

- Définir ses personas
- Méthodologie de la charte éditoriale
- Les différents types de contenus

Savoir créer des contenus en fonction de son positionnement d'entreprise

Savoir créer des contenus en fonction des attentes de ses cibles

### Veille & Curation de contenus

- Organiser sa veille
- Outils de veille et de publication
- Mesurer les résultats de ses actions

### Outils et productivité dans la création de contenus

- Création d'une charte éditoriale
- Création d'un planning de publications

**465 €**

(non assujetti à la TVA sauf formation à Roanne)



1 jour (7 heures)



Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Community Management

## Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 20/09
- 10/11

Roanne - 04 77 44 54 69

- 20/09

Saint-Etienne - 04 77 49 24 66

- 20/09

## Moyens pédagogiques et d'encadrement

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.

Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises Support de formation remis aux participants.

Groupe de 3 à 12 participants maximum.

Formation animée par un de formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs sont accompagnés par notre pôle pédagogique intégré « [Agir et Apprendre](#) ». Parcours du formateur disponible sur simple demande.

### **Suivi et évaluation de la formation :**

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations... Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

Retrouvez les modalités de la certification pouvant être associée à cette formation [en cliquant ici](#)

## La formation en résumé

Le Community Manager est devenu un profil majeur dans les entreprises. C'est le chef d'orchestre entre la marque et les internautes. Il doit donc animer, fédérer et dynamiser les échanges avec leur communauté. Cette formation abordera tous les points stratégiques et pratiques pour mener à bien vos missions.

### Objectifs :

- Etat du métier de community manager en 2021
- Savoir se placer en tant que porte-parole d'une entité
- Apprendre à gérer les interactions avec sa communauté
- Le community management sur un événement
- Connaître les étapes de gestion projet CM
- Les outils au service de la productivité du CM

### Participants :

Chargée de communication, chef de projet Web, Responsable Webmarketing, Assistante communication, Personnes se préparant à la prise de fonction de Community Manager ou souhaitant élargir ses compétences sur les missions liées à la fonction de Community Manager

### Prérequis :

- Connaître et publier du contenu sur les réseaux sociaux

## Le programme

### Etat du métier de community manager en 2021

- Le rôle du community manager
- Les missions du community manager  
Exemples de community management à succès

### Modérer les échanges avec la communauté

### Gérer les conflits sur les réseaux sociaux

### Community Management sur un événement

### Organiser un concours sur les réseaux sociaux

### Mise en pratique à partir de cas d'études

## Moyens pédagogiques et d'encadrement

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.

Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises

Support de formation remis aux participants.

Groupe de 3 à 12 participants maximum.

Formation animée par un formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs sont accompagnés par notre pôle pédagogique intégré « [Agir et Apprendre](#) ». Parcours du formateur disponible sur simple demande.

### Suivi et évaluation de la formation :

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations... Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

Retrouvez les modalités de la certification pouvant être associée à cette formation [en cliquant ici](#)

**233 €**

(non assujetti à la TVA sauf formation à Roanne)



3,5 heures



Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Community Management

## Dates et villes

Saint-Etienne - 04 77 49 24 66

Sessions à venir - Nous contacter

Lyon - 04 72 53 88 00

- 23/09
- 15/11

Roanne - 04 77 44 54 69

- 23/09

## La formation en résumé

L'e-reputation est un enjeu majeur pour les entreprises souhaitant optimiser leur visibilité sur le web. Une bonne e-reputation permet de développer la marque de l'entreprise et sa notoriété sur le web. Par conséquent, l'e-reputation d'une entreprise sur le web garantit le marketing entrant et transforme les internautes en fonction des objectifs visés. Aussi, adopter une démarche qualitative d'occupation de l'espace grâce à l'utilisation des outils dédiés permet de faire de la veille sur son secteur d'activité et de diversifier son offre de service.

### Objectifs :

- Savoir analyser et mesurer la réputation en ligne de son entreprise
- Savoir mettre en place des outils de veille d'e-réputation
- Connaître les techniques pour générer des avis positifs et des recommandations d'internautes
- Connaître les écueils à éviter et les bonnes pratiques

### Participants :

Dirigeants, personnes chargées du marketing, de la communication et en charge du site internet

### Prérequis :

- Avoir une boîte mail valide et accessible le jour de la formation

## Le programme

Principe de l'e-réputation

Le rôle du Community Manager dans l'e-réputation

Cas d'études de gestion de crise d'e-réputation

Auditer l'e-réputation de son entreprise sur le web

Optimisation de l'e-réputation et mise en place d'actions correctives

Mettre en place une veille d'e-réputation : les outils

## Moyens pédagogiques et d'encadrement

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.

Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises

Support de formation remis aux participants.

Groupe de 3 à 12 participants maximum.

Formation animée par un de formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs sont accompagnés par notre pôle pédagogique intégré « [Agir et Apprendre](#) ». Parcours du formateur disponible sur simple demande.

### Suivi et évaluation de la formation :

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations... Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

Retrouvez les modalités de la certification pouvant être associée à cette formation

[en cliquant ici](#)

**465 €**

(non assujetti à la TVA sauf formation à Roanne)



1 jour (7 heures)



Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Community Management

## Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 23/05
- 27/09
- 18/11

Saint-Etienne - 04 77 49 24 66

- 27/09

Roanne - 04 77 44 54 69

- 27/09

### Objectifs :

- Savoir se positionner en tant qu'entreprise sur Facebook
- Comprendre et maîtriser l'interface
- Comprendre l'algorithme Facebook pour gagner en visibilité
- Savoir créer et administrer une page entreprise
- Maîtriser les différents types d'interactions propres à Facebook
- Être autonome dans la publication de contenus
- Comprendre et traduire les principaux indicateurs de performance

### Participants :

Chargée de communication, chef de projet Web, Responsable Webmarketing, Assistante communication, Personnes se préparant à la prise de fonction de Community Manager ou souhaitant élargir ses compétences sur les missions liées à la fonction de Community Manager

### Prérequis :

- Connaître le fonctionnement des réseaux sociaux ou avoir suivi la formation "découvrir les réseaux sociaux pour un usage professionnel"

## Le programme

### Facebook : enjeux et objectifs

- Objectifs des réseaux, B2C et B2
- Facebook les enjeux en 2020

Spécificités de la plateforme Facebook : fonctionnement, profils, pages, groupes

Cas d'études et pages à succès

Comprendre l'algorithme de la plateforme

Créer une page entreprise adaptée à ses objectifs

Mise en forme et habillage graphique de la page entreprise

La publication de contenus sur facebook : méthodologie et contenus spécifiques

Analyser les statistiques principales d'une page Facebook

## Moyens pédagogiques et d'encadrement

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.

Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises

Support de formation remis aux participants.

Groupe de 3 à 12 participants maximum.

Formation animée par un de formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs sont accompagnés par notre pôle pédagogique intégré « [Agir et Apprendre](#) ». Parcours du formateur disponible sur simple demande.

### Suivi et évaluation de la formation :

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations... Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

Retrouvez les modalités de la certification pouvant être associée à cette formation [en cliquant ici](#)

**465 €**

(non assujetti à la TVA sauf formation à Roanne)



1 jour (7 heures)



Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Community Management



**-10%**

Formation en tandem avec :  
**Instagram pour votre entreprise**  
Ou  
**Twitter pour son entreprise**

### Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 26/05
- 04/10
- 24/11

Saint-Etienne - 04 77 49 24 66

- 04/10

Roanne - 04 77 44 54 69

- 04/10



### Objectifs :

- Découverte de la méthodologie de création de concours sur les réseaux sociaux
- Savoir concevoir un concours adapté à ses objectifs, ses cibles et son positionnement d'entreprise
- Connaître les outils d'aide à la création et à la gestion des concours sur les réseaux sociaux

### Participants :

Chargée de communication, chef de projet Web, Responsable Webmarketing, Assistante communication, Personnes se préparant à la prise de fonction de Community Manager ou souhaitant élargir ses compétences sur les missions liées à la fonction de Community Manager

### Prérequis :

Connaitre les fonctionnalités de Facebook et avoir animé une Page est un plus

**233 €**

(non assujetti à la TVA sauf formation à Roanne)



Formation de 9h à 12h30



Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Community Management

## Le programme

Concours et objectifs marketing

Méthodologie de la création de concours

Cas d'études

Les outils au service de la création de concours

Les outils de tirage au sort

## Moyens pédagogiques et d'encadrement

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.

Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises

Support de formation remis aux participants.

Groupe de 3 à 12 participants maximum.

Formation animée par un de formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs sont accompagnés par notre pôle pédagogique intégré « [Agir et Apprendre](#) ». Parcours du formateur disponible sur simple demande.

### Suivi et évaluation de la formation :

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations... Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

Retrouvez les modalités de la certification pouvant être associée à cette formation [en cliquant ici](#)

## Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 03/06
- 06/10
- 01/12

Saint-Etienne - 04 77 49 24 66

- 06/10

Roanne - 04 77 44 54 69

- 06/10

### Objectifs :

- Connaître les spécificités de la plateforme, ses fonctionnalités et les différents formats de contenus
- Maîtriser la création de contenus et leur publication sur Instagram
- Maîtriser les différents types interactions
- Apprendre à développer la visibilité de son compte Instagram
- Être autonome et améliorer sa productivité dans la création de contenus

### Participants :

Chargée de communication, chef de projet Web, Responsable Webmarketing, Assistante communication, Personnes se préparant à la prise de fonction de Community Manager ou souhaitant élargir ses compétences sur les missions liées à la fonction de Community Manager

### Prérequis :

Connaitre le fonctionnement des réseaux sociaux ou avoir suivi la formation "découvrir les réseaux sociaux pour un usage professionnel"

**442 €**

(non assujetti à la TVA sauf formation à Roanne)



7 heures



Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Community Management  
Cycle Community Management

## Le programme

Instagram : chiffres clés et enjeux en 2020

Découverte de l'interface et des fonctionnalités

La création de contenus sur Instagram

- Contraintes,
- mise en forme de la grille Instagram,
- Outils et productivité

Utiliser le format story

- Fonctionnalités
- Spécificités
- Outils

Être actif sur Instagram

Être actif sur instagram pour développer sa visibilité

Instagram et influence marketing

Les principaux indicateurs de performance de la plateforme

 **-10%**

Formation en tandem avec :  
**Facebook pour son entreprise**  
Ou  
**LinkedIn pour son entreprise**  
Ou  
**Twitter pour son entreprise**

### Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

Sessions à venir - Nous contacter

Saint-Etienne - 04 77 49 24 66

Sessions à venir - Nous contacter

Roanne - 04 77 44 54 69

Sessions à venir - Nous contacter

## Moyens pédagogiques et d'encadrement

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.

Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises.

Support de formation remis aux participants.

Groupe de 3 à 12 participants maximum.

Formation animée par un formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs sont accompagnés par notre pôle pédagogique intégré « [Agir et Apprendre](#) ». Parcours du formateur disponible sur simple demande.

### Suivi et évaluation de la formation :

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations... Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

Retrouvez les modalités de la certification pouvant être associée à cette formation [en cliquant ici](#)

## La formation en résumé

Pour tirer le meilleur de ce réseau social devenu incontournable dans le domaine professionnel, il est important de connaître parfaitement l'outil et de savoir comment l'utiliser pour arriver à atteindre ses objectifs.

Au cours de cette formation nous n'étudions pas les plans payants spécifiques de LinkedIn : Sales Navigator, LinkedIn Recruiter, etc

### Objectifs :

- Savoir construire et optimiser son image professionnelle sur LinkedIn
- Connaître les spécificités de la plateforme et ses fonctionnalités
- Savoir développer son réseau et acquérir de nouveaux abonnés
- Savoir créer et administrer une page entreprise
- Savoir utiliser LinkedIn pour améliorer sa marque employeur

### Participants :

Chargée de communication, chef de projet Web, Responsable Webmarketing, Assistante communication, Personnes se préparant à la prise de fonction de Community Manager ou souhaitant élargir ses compétences sur les missions liées à la fonction de Community Manager

### Prérequis :

- Savoir publier du contenu sur les réseaux sociaux

## Le programme

LinkedIn : chiffres et enjeux en 2020

Découverte de l'interface et des fonctionnalités

Exemples de comptes à succès

Organiser sa publication sur LinkedIn

Développer son réseau et se positionner en tant qu'expert métier

LinkedIn et marque employeur

Les principaux indicateurs de performance

## Moyens pédagogiques et d'encadrement

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.

Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises

Support de formation remis aux participants.

Groupe de 3 à 12 participants maximum.

Formation animée par un formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs sont accompagnés par notre pôle pédagogique intégré « [Agir et Apprendre](#) ». Parcours du formateur disponible sur simple demande.

### Suivi et évaluation de la formation :

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations... Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

Retrouvez les modalités de la certification pouvant être associée à cette formation [en cliquant ici](#)

**465 €**

(non assujetti à la TVA sauf formation à Roanne)



1 jour (7 heures)



Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Community Management



**-10%**

Formation en tandem avec :  
**Facebook pour son entreprise**  
Ou  
**Instagram pour votre entreprise**  
Ou  
**Twitter pour son entreprise**

## Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 14/06
- 14/10
- 08/12

Roanne - 04 77 44 54 69

- 14/10

Saint-Etienne - 04 77 49 24 66

- 14/10

## La formation en résumé

La session de formation propose aux stagiaires la maîtrise de Twitter afin de performer sur un des réseaux sociaux sur lequel il faut être : réactif, créatif et à l'écoute.

### Objectifs :

- Comprendre le fonctionnement de la plateforme et ses spécificités
- Mettre en place une ligne éditoriale adaptée à Twitter
- Maîtriser la publication sur Twitter
- Savoir organiser sa veille sur Twitter
- Apprendre à développer la notoriété de son compte
- Savoir utiliser Twitter pour l'événementiel

### Participants :

Chargée de communication, chef de projet Web, Responsable Webmarketing, Assistante communication, Personnes se préparant à la prise de fonction de Community Manager ou souhaitant élargir ses compétences sur les missions liées à la fonction de Community Manager

### Prérequis :

- Savoir publier du contenu sur les réseaux sociaux

## Le programme

Twitter : enjeux et chiffres clés

Twitter : quelles communautés ?

Spécificités de la plateforme : interface et interactions spécifiques

Exemples de comptes à succès

Création de contenus sur Twitter et publication

Exploiter les hashtags

Être actif pour développer sa notoriété

Organiser sa veille sur Twitter

## Moyens pédagogiques et d'encadrement

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.

Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises.

Support de formation remis aux participants.

Groupe de 3 à 12 participants maximum.

Formation animée par un formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs sont accompagnés par notre pôle pédagogique intégré « [Agir et Apprendre](#) ». Parcours du formateur disponible sur simple demande.

### Suivi et évaluation de la formation :

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations... Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

Retrouvez les modalités de la certification pouvant être associée à cette formation [en cliquant ici](#)

**465 €**

(non assujetti à la TVA sauf formation à Roanne)



1 jour (7 heures)



Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Community Management



**-10%**

Formation en tandem avec :  
Facebook pour son entreprise

## Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 17/06
- 17/10
- 12/12

Roanne - 04 77 44 54 69

- 17/10

Saint-Etienne - 04 77 49 24 66

- 17/10

## La formation en résumé

L'objectif de journée est de permettre aux stagiaires de comprendre les tenants et les aboutissants de toutes les actions mises en place et de mener des actions correctives pour une stratégie plus performante.

### Objectifs :

- Comprendre les fondamentaux du sponsoring et de la publicité sur les réseaux sociaux
- Connaître les différents formats de publicités
- Savoir créer une campagne de publicité sur les réseaux sociaux en fonction d'un objectif et d'une cible
- Savoir analyser ses résultats pour mettre en oeuvre des actions correctives

### Participants :

Chargée de communication, chef de projet Web, Responsable Webmarketing, Assistante communication, Personnes se préparant à la prise de fonction de Community Manager ou souhaitant élargir ses compétences sur les missions liées à la fonction de Community Manager

### Prérequis :

- Savoir publier du contenu sur les réseaux sociaux

## Le programme

Fonctionnement de la publicité sur les réseaux sociaux

Sponsoring et publicité

Les différents formats de publicités

Les différents types d'enchères

Les différents types de ciblage

Création d'audiences cibles

Créer un Facebook Business Manager

Création de campagne publicitaire sur les réseaux sociaux

Analyser ses résultats pour optimiser son Retour sur Investissement

## Moyens pédagogiques et d'encadrement

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.

Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises.

Support de formation remis aux participants.

Groupe de 3 à 12 participants maximum.

Formation animée par un de formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs sont accompagnés par notre pôle pédagogique intégré « [Agir et Apprendre](#) ». Parcours du formateur disponible sur simple demande.

### Suivi et évaluation de la formation

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations... Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

Retrouvez les modalités de la certification pouvant être associée à cette formation [en cliquant ici](#)

**465 €**

(non assujetti à la TVA sauf formation à Roanne)



1 jour (7 heures)



Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Community Management

## Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 23/06
- 19/10
- 15/12

Roanne - 04 77 44 54 69

- 19/10

Saint-Etienne - 04 77 49 24 66

- 19/10

# Certificat de Compétences en Entreprise: mettre en oeuvre des actions de communication numérique dans l'entreprise

Digital, webmarketing, numérique - 2022

## La formation en résumé

La Certification des Compétences en Entreprise (CCE) est un dispositif qui permet aux individus de se voir certifier des compétences transverses ou support aux organisations, mises en œuvre dans un cadre professionnel ou extra professionnel. Le CCE est une reconnaissance formelle, inventoriée au Répertoire Spécifique de France Compétences et est de fait éligible au CPF. Il atteste de la maîtrise de compétences transverses acquises en situation professionnelle et/ou à l'issue d'un parcours de formation.

La certification peut prendre la forme d'un portefeuille de preuves (avec accompagnement individuel préalable de 7 heures minimum) ou d'une étude de cas de 2 heures (faisant suite à un parcours de formation conseillé). Dans ces deux cas, un jury de validation se réunit.

La certification vous permet de mobiliser votre CPF pour financer toute ou partie des formations du parcours ou de l'accompagnement préalable, ainsi que l'examen de certification. Sa reconnaissance est nationale et pour une durée illimitée.

### Objectifs :

- Identifier et planifier un projet de communication digitale
- Produire et mettre en oeuvre du contenu adapté à sa communication digitale
- Mesurer les résultats et contribuer au développement de la communication digitale

### Participants :

- Toute personne souhaitant faire certifier ses compétences de manager digital dans la communication digitale
- Le CCE est accessible à toute personne exerçant ou ayant exercé au cours des cinq dernières années une mission effective en lien avec les compétences du référentiel concerné

### Prérequis :

Avoir suivi la formation ou cycle associé.

Le CCE est accessible à toute personne exerçant ou ayant exercé au cours des cinq dernières années une mission effective en lien avec les compétences du référentiel concerné

## Le programme

**500 €**

(non assujetti à la TVA sauf formation à Roanne)

CODE CPF : 237210



Validation par  
étude de cas (2h)



Certificat de  
compétences en  
entreprise



Éligible au CPF



Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Marketing digital débutant  
Cycle Marketing digital avancé  
Cycle Community Management

### Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

Sessions à venir - Nous contacter

Saint-Etienne - 04 77 49 24 66

Sessions à venir - Nous contacter

Roanne - 04 77 44 54 69

Sessions à venir - Nous contacter

## 1. Conception des actions de communication numérique de l'entreprise à mettre en œuvre

- 1.1 Analyser le positionnement en ligne et les outils et supports de communication numérique de l'entreprise, en les resituant dans le contexte de sa stratégie de communication globale et en évaluant les attentes et spécificités de sa communauté de clients/utilisateurs, afin d'identifier les actions permettant l'amélioration de la présence, de la visibilité et de la notoriété digitales de l'entreprise.
- 1.2 Déterminer les actions et leur calendrier de mise en œuvre pour déployer ou faire évoluer les canaux, supports et outils de communication numériques de l'entreprise, en tenant compte des caractéristiques des cibles clients/utilisateurs visées et en veillant à leur cohérence et leur complémentarité avec la stratégie globale de l'entreprise.
- 1.3 Évaluer les moyens humains et financiers nécessaires à la mise en œuvre des actions de communication numérique de l'entreprise, en identifiant notamment les compétences externes et prestataires à mobiliser et en produisant l'estimation des coûts générés, afin d'établir un budget prévisionnel réaliste et de le faire valider par sa hiérarchie.
- 1.4 Établir le cahier des charges des actions de communication numérique à mettre en œuvre, en stipulant les objectifs poursuivis, le calendrier de réalisation et les spécifications techniques, ergonomiques et éditoriales, afin de cadrer le projet et de guider la contribution des différents professionnels internes ou externes impliqués.

## 2. Création et gestion des contenus et supports de communication numérique de l'entreprise

- 2.1 Élaborer des contenus adaptés aux canaux et supports de communication numérique de l'entreprise, en développant une ligne éditoriale et une identité visuelle en adéquation avec son image, son positionnement et ses valeurs et tenant compte des attentes et spécificités de sa cible clients/utilisateurs.
- 2.2 Gérer l'évolution et la mise à jour régulière des supports de communication numérique de l'entreprise, en actualisant leurs contenus et les informations diffusées et en appliquant les techniques de référencement naturel, afin de favoriser leur visibilité et leur attractivité
- 2.3 Piloter les modalités d'animation de la relation clients/utilisateurs sur les supports de communication numérique de l'entreprise, en définissant les règles de conduite et d'utilisation favorisant la convivialité et le respect mutuel et en suscitant les échanges et partages d'expérience, afin de contribuer à l'entretien de son e-réputation et de construire une communauté fédérée autour de valeurs et d'intérêts communs

## 3. Évaluation de l'efficacité de la communication numérique de l'entreprise et des retombées des actions mises en œuvre

- 3.1 Construire des tableaux de bord et indicateurs de suivi, en identifiant les critères pertinents et objectifs sur les plans qualitatifs et quantitatifs compte tenu des objectifs poursuivis et de la nature des actions engagées, afin de permettre l'évaluation continue de l'efficacité de ses outils et supports de communication digitale et de leurs retombées – notamment commerciales – pour l'entreprise
- 3.2 Analyser l'efficacité des outils et actions de communication digitale de l'entreprise, au niveau de leur fréquentation, de l'image perçue de l'entreprise et de leurs retombées économiques, en croisant l'interprétation des indicateurs de suivi et celle des données concernant leur audience, afin d'identifier les marges de progression et voies d'amélioration possibles.
- 3.3 Définir les mesures correctives à mettre en œuvre au regard des non-satisfactions identifiées, en repérant les causes et origines des points de non-efficacité, afin d'optimiser le rendement des outils et supports numériques de l'entreprise.

CCI FORMATION vous recommande l'une des formations préalables suivantes :

Cycle webmarketing débutant

Cycle webmarketing avancé

cycle community management

## Moyens pédagogiques et d'encadrement

Suivi de l'exécution et appréciation des résultats

Epreuve écrite (cas pratiques) basée sur le référentiel de la compétence visée ou constitution d'un portefeuille de preuves (nous consulter pour les modalités d'évaluation)

Obtention du certificat si 80% des critères du référentiel sont validés

Instance de certification : CCI France