

FORMATION

Community Management : Publier et promouvoir des contenus digitaux sur les réseaux sociaux

OBJECTIFS

- Élaborer une stratégie d'animation de communauté sur les principaux réseaux sociaux
- Créer et publier du contenu sur les plateformes sociales pour développer son audience (nombre de like et d'abonné)
- Créer des contenus de brand content en partenariat avec des médias ou des influenceurs pour faire grandir sa communauté de fans
- Mesurer ses actions et leur impact ainsi que leur audience sur les principaux réseaux

PUBLIC

Tout Public

PRÉ-REQUIS

Aucun

DURÉE

La durée moyenne de l'action de formation est estimée à **22 heures**, dont

- **22 heures** en e-learning à distance

TYPE

Formation à distance

PÉRIODE DE REALISATION

Les formations ont été conçues pour être réalisées en 4 semaines. Nous vous recommandons de suivre ce rythme pédagogique pour faciliter votre apprentissage. *

ÉVALUATION

Tests en contrôle continu sur la plateforme en ligne en cours de formation.

SANCTION

Validation partielle de la Certification pour acquérir la **Composante 1 : Community Management, publier et promouvoir des contenus digitaux sur les réseaux sociaux** – Certification Promouvoir l'activité d'une entreprise sur internet (RS3581).

Inscription aux épreuves permettant l'acquisition sur Macertification.org. Un lien direct vers cette plateforme est disponible depuis votre espace apprenant, en fin de parcours.

() vous disposez néanmoins de 2 mois pour réaliser votre action de formation*

PROGRAMME

Cette action de formation est une action concourant au développement des compétences réalisée suivant un format à distance.

SÉQUENCES À DISTANCE

CONTENU	Durée moyenne estimée (h)
<p>Partie A A01 - RS - Introduction, définition et spécificités des réseaux sociaux A02 - RS - Définir et comprendre le Brand content A03 - RS - Le Brand content sur les réseaux sociaux A04 - RS - Définir et comprendre le Storytelling et le Personal Branding A05 - RS - Le rôle du Community Manager / Définir sa stratégie A06 - RS - Les codes et usages de Facebook A07 - RS - Créer de l'engagement sur Facebook A08 - RS - Animer une communauté sur Facebook A09 - RS - Découvrir les possibilités offertes par Facebook Ads</p> <p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Élaborer une stratégie d'animation de communauté sur les principaux réseaux sociaux ▪ Créer et publier du contenu sur les plateformes sociales pour développer son audience (nombre de like et d'abonnés) <p>Travaux à réaliser : Le Stagiaire devra accomplir les travaux et activités suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ QCM 	6 h
<p>Partie B B10 - RS - Découvrir LinkedIn B11 - RS - Les codes et usages de LinkedIn B12 - RS - Travailler la présence de son entreprise sur LinkedIn, ainsi que son E-réputation B13 - RS - Suivre et interpréter ses résultats, LinkedIn Ads B14 - RS - Découvrir Twitter B15 - RS - Les codes et usages de Twitter, Twitter Ads B16 - RS - YouTube : histoire, règles, ligne éditoriale, revenus B17 - RS - Equipements, données statistiques de YouTube, collaborations et conseils</p> <p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Créer des contenus de brand content en partenariat avec des médias ou des influenceurs pour faire grandir sa communauté de fans ▪ Mesurer ses actions et leur impact ainsi que leur audience sur les principaux réseaux 	6 h
<p>Travaux à réaliser : Le Stagiaire devra accomplir les travaux et activités suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ QCM ▪ La réalisation de divers exercices d'application* 	0,5 h

Partie C C18 - RS - Découvrir Instagram C19 - RS - Construire sa stratégie de communication sur Instagram C20 - RS - Contenu, création et gestion C21 - RS - Engager sa communauté et analyser les données d'Instagram C22 - RS - Découvrir Pinterest C23 - RS - Construire sa stratégie de communication sur Pinterest C24 - RS - Contenu, création et gestion C25 - RS - Engager sa communauté et analyser les données de Pinterest	4 h
Objectifs : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Créer des contenus de brand content en partenariat avec des médias ou des influenceurs pour faire grandir sa communauté de fans ▪ Mesurer ses actions et leur impact ainsi que leur audience sur les principaux réseaux 	
Travaux à réaliser : Le Stagiaire devra accomplir les travaux et activités suivantes : <ul style="list-style-type: none"> ▪ La réalisation de divers exercices d'application* 	0,5 h
Partie D D26 - RS - Découvrir Snapchat D27 - RS - Construire sa stratégie de communication sur Snapchat D28 - RS - Contenu, création et gestion D29 - RS - Engager sa communauté et analyser les données de Snapchat D30 - RS - TikTok : histoire, utilisation, statistiques D31 - RS - Ligne édito et conseils sur TikTok D32 - RS - Conclusion et tests de fin de formation	4 h
Objectifs : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Créer des contenus de brand content en partenariat avec des médias ou des influenceurs pour faire grandir sa communauté de fans ▪ Mesurer ses actions et leur impact ainsi que leur audience sur les principaux réseaux 	
Travaux à réaliser : Le Stagiaire devra accomplir les travaux et activités suivantes : <ul style="list-style-type: none"> ▪ La réalisation de divers exercices d'application* 	1 h
TOTAL estimé à distance	22 h

**ce temps correspond à un travail personnel du Stagiaire réalisé en dehors du LMS.*

Au cours de la réalisation de l'action, des supports de cours digitalisés en vidéos sont mis à la disposition du Stagiaire, sur une plateforme e-learning accessible à l'url suivant : <https://cours.lecolefrancaise.fr/>

Le suivi de l'exécution de l'action de formation, pour la séquence réalisée à distance, sera effectué au moyen de travaux que le Stagiaire devra réaliser sur ordinateur sur la plateforme pédagogique e-learning de **l'ÉCOLE FRANÇAISE**, ou sur des logiciels tiers.

Les exercices et travaux à effectuer par le Stagiaire prendront la forme de tests, quiz ou mises en situation professionnelle. Ceux-ci devront être réalisés tout au long de la période de réalisation de l'action de formation.

À l'issue de la formation, les Stagiaires recevront une **attestation de formation** de la part de l'École Française. Celle-ci sera à télécharger sur la plateforme e-learning.

Conception pédagogique de la formation

Les compétences et qualifications des formateurs :

Le parcours de formation de l'Ecole Française a été conçu par des professionnels du secteur (*), à savoir :

- Anne-Lise, formatrice webmarketing. Après 5 ans en tant que Directrice webmarketing au sein d'une agence parisienne, elle décide de se lancer en tant qu'indépendante. Depuis 5 ans, elle forme des apprenants ainsi que des élèves sur les thématiques suivantes : réseaux sociaux, stratégie webmarketing, Google Ads, Inbound marketing.
- Léa, diplômée en Master Digital Web Communication et Marketing (INSEEC U). Elle est la fondatrice et directrice générale de parlerdamour.fr
- Anaïs : diplômée d'un Master Marketing digital, elle s'est lancée en 2020 dans le conseil, après 4 ans en tant que Brand Content Manager. Elle intervient également en tant que formatrice afin de pouvoir transmettre ses connaissances auprès d'apprenants.

() Afin de respecter les données à caractère personnel et la vie privée des formateurs et formatrices ayant conçu le parcours de formation, l'ÉCOLE FRANÇAISE conserve leurs noms de famille confidentiels.*

Modalités d'assistance du stagiaire lors de la séquence de formation réalisée à distance

1/ Les compétences et les qualifications des personnes chargées d'assister le bénéficiaire de la formation

Florence Gilbert-Tersiguel : Master of Science in Management – Kedge Business School, spécialisation Marketing Management, Directrice de la formation de l'Ecole Française, accompagnée de son équipe pédagogique.

Astrid Clémères : Maîtrise Droit Privé, Paris XII, Directrice des consultants pédagogiques de L'Ecole Française, assistée d'une équipe de conseillers et experts métiers dédiés par parcours de formation.

Tony Grave Marditsas : Maîtrise Management International, Aix-Marseille Université, Responsable des mentors dédiés aux parcours de formation au sein de l'Ecole Française.

2/ Les modalités techniques selon lesquelles le Stagiaire est accompagné ou assisté, les périodes et les lieux mis à sa disposition pour s'entretenir avec les personnes chargées de l'assister ou les moyens dont il dispose pour contacter ces personnes

Pendant toute la durée de la formation, le Stagiaire est accompagné dans tous les cas via la messagerie intégrée à la plateforme e-learning de l'ÉCOLE FRANÇAISE. Il peut également solliciter un accompagnement technique ou pédagogique par e-mail à l'adresse administration@lecolefrancaise.fr.

Le stagiaire peut solliciter un ou plusieurs rendez-vous personnalisés avec un professionnel expert via la plateforme **Calendly** intégrée dans la plateforme e-learning. Les conditions d'accès dépendent de la formule tarifaire LIGHT, BASE, ou PREMIUM que le Stagiaire a choisi (Cf ci-dessous).

Les professionnels experts sont diplômés respectivement : Master Digital Web Communication et Marketing (INSEEC U) ; Diplôme de l'Ecole Supérieure de Journalisme ; Diplôme d'Études Supérieures et Techniques - Informatique de Gestion.

Ils disposent des qualités suivantes :

- ✓ Consulting en transformation digitale, multimédia
- ✓ Direction de start up
- ✓ Social Média
- ✓ Conduite de projet web
- ✓ Google Ads et Facebook Ads

3/ Les délais dans lesquels les personnes en charge de son suivi sont tenues de l'assister en vue du bon déroulement de l'action, lorsque cette aide n'est pas apportée de manière immédiate.

Dans tous les cas, une assistance sera apportée au stagiaire dans un délai de maximum de 7 jours après l'envoi d'un e-mail à l'adresse suivante : administration@lecolefrancaise.fr

Le délai d'assistance pourra être plus rapide en fonction de la formule tarifaire LIGHT, BASE, ou PREMIUM (Cf ci-dessous).

Moyens pédagogiques et techniques mis à disposition du stagiaire

Dans le cadre de la réalisation de la séquence de la formation réalisée à distance, un accès individuel sera ouvert au nom du stagiaire, sur la plateforme en ligne de l'Ecole Française. Cette plateforme pédagogique, qui prend la forme d'un Learning Management System (L.M.S) accessible au moyen d'une simple connexion internet, regroupe :

1. Les cours : cours en ligne actualisés, cours vidéo ou audio visionnables en ligne
2. Les exercices d'évaluation : quiz type QCM, réalisation d'études de cas ou mises en situation professionnelles

La possibilité de conserver ou télécharger les contenus pédagogiques dépend de la formule tarifaire **LIGHT**, **BASE**, ou **PREMIUM** (choisie lors de la validation de la Commande sur la Plateforme MonCompteFormation), dont voici les caractéristiques :

- **Formule LIGHT à 699€ :**
 - assistance pédagogique par tchat & téléphone & email dans un délai maximum de 24h
 - horaires d'ouverture du lundi au vendredi de 9h à 19h

- mentorat avec un professionnel-expert : 2 rdv privés maximum
- supports avancés téléchargeables
- vidéos accessibles pendant 2 mois
- **Formule BASE à 999€ :**
 - assistance pédagogique par tchat & téléphone & email dans un délai maximum de 24h
 - horaires d'ouverture du lundi au vendredi de 9h à 19h
 - ouverture le samedi et jours fériés 10 h à 18h
 - mentorat avec un professionnel-expert : 5 rdv privés maximum
 - supports avancés téléchargeables
 - vidéos accessibles pendant 1 an à l'issue de la formation
 - contenu supplémentaire d'aide à la valorisation des compétences pour améliorer son employabilité,
- **Formule PREMIUM à 1 379€ :**
 - assistance pédagogique **prioritaire** par tchat & téléphone & email dans un délai maximum de 24h
 - horaires d'ouverture **étendus** du lundi au vendredi de 9h à 20h30
 - ouverture le samedi et jours fériés 10 h à 18h
 - mentorat avec un professionnel-expert : rdv privés accessibles en illimité
 - supports avancés téléchargeables
 - accès illimité aux vidéos à l'issue de la formation
 - contenu supplémentaire d'aide à la valorisation des compétences pour améliorer son employabilité
 - communauté d'entraide en ligne entre apprenants et Alumnis

Évaluation des résultats et modalités de suivi de l'action de formation

Chaque complétion d'un chapitre (ex : cours vidéo) de la plateforme de formation à distance est enregistrée et conservée dans la base de données MySQL de la plateforme. Un rapport nominatif peut être édité à tout moment pour vérifier l'assiduité et la complétion des chapitres, et suivre l'exécution de l'action.

Au cours de la réalisation de la séquence de l'action de formation à distance, les acquis des stagiaires seront évalués grâce à différents tests en ligne (quiz type QCM, étude de cas, mise en situation, etc.).

Des e-mails de relance pourront également être adressés au Stagiaire, lorsque celui-ci n'aurait pas exécuté la totalité de l'action de formation.

Modalités de sanction de l'action de formation

L'action de formation est sanctionnée par le passage d'une composante de la certification qui a vocation à sanctionner un ensemble de compétences ciblées.

L'inscription au passage de cette composante de la certification doit être effectuée par le Stagiaire, auprès du certificateur déclaré dans le programme, ainsi que sur la plateforme MonCompteFormation, et dans les conditions rappelées ci-après.

La formation donne lieu, dans tous les cas, à la remise d'une attestation de formation téléchargeable au format PDF sur la plateforme e-learning de l'École Française, à la fin de la formation.

1/ Certificateur et certification

- **Certificateur** : L'École Française
- **Certification** : Composante n°1 - **Community Management : Publier et promouvoir des contenus digitaux sur les réseaux sociaux** de la certification **Promouvoir l'activité d'une entreprise sur Internet** (n° de fiche : RS3581)

2/ Modalités d'inscription aux épreuves de la composante de la certification

Dès que la formation « Réseaux sociaux » est terminée, le Stagiaire doit créer un compte sur **Macertification.org** afin d'accéder à l'épreuve. Un lien direct vers cette plateforme est disponible depuis son espace apprenant, en fin de parcours.

Le coût de passage de la composante de la certification est pris en charge par l'École Française.

Il est à noter que tout apprenant, qui aurait suivi la formation à distance, peut s'inscrire aux épreuves conduisant à cette composante de la certification.

3/ Modalités d'évaluation lors des épreuves

L'examen se réalise à distance et se compose de **5 épreuves** :

- Création d'une image à publier sur les réseaux sociaux
- Création d'une image pour promouvoir un événement / jeu concours
- Rédaction un storytelling (entre 150 et 500 mots)
- Rédaction d'une analyse de marque donnée sur un réseau donné (entre 150 et 500 mots)
- Gestion d'un commentaire négatif donné (minimum 30 mots)

La validation de la Composante n°1 de la certification Promouvoir l'activité d'une entreprise sur internet nécessite, de la part du candidat, l'acquisition des compétences suivantes :

- Construire une stratégie de communication digitale « multicanal » de façon cohérente et permettant d'atteindre les objectifs généraux définis
- Créer des comptes et profils d'entreprise sur les réseaux sociaux en respectant leurs règles et conditions générales pour faire figurer l'entreprise ou la marque sur les plateformes sociales
- Élaborer une stratégie générale d'animation de communauté sur les principaux réseaux sociaux en respectant les usages de chaque plateforme sociale pour cadrer l'ensemble de la création des futurs contenus

- Rédiger des scénarios autour d'une entreprise ou d'une marque conformément aux principes du « storytelling » pour faciliter l'identification et la mémorisation des futurs contenus
- Élaborer des plannings éditoriaux de publication en cohérence avec les objectifs définis pour planifier les publications à une fréquence hebdomadaire
- Créer et publier du contenu sur les plateformes sociales conformément à la stratégie d'animation élaborée afin d'alimenter chaque plateforme sociale avec des contenus nouveaux et créer des points de contact avec sa communauté
- Créer des contenus de brand content en partenariat avec des médias ou des influenceurs pour faire grandir sa communauté de fans
- Mesurer ses actions, leur impact, leur audience sur les principaux réseaux pour en rendre compte de façon synthétique à son client interne ou externe
- Détecter les commentaires négatifs et les attaques contre la marque ou l'entreprise et y répondre en respectant les pratiques sur le web et la ligne de communication définie en amont pour préserver l'image de l'entreprise ou de la marque

Dès l'inscription faite, il n'y a **pas de limite de temps** pour rendre votre travail, mais attention, **un seul passage est autorisé**. A noter également que tout envoi de fichier est final et définitif.

4/ Document délivré après le passage de la composante de la certification

Si le candidat obtient une **note égale ou supérieur à 13/20** (soit 65% de réussite), l'Ecole Française vous remettra une attestation de réussite, laquelle validera vos compétences liées à la composante n°1 de la certification Promouvoir l'activité d'une entreprise sur internet (RS3581).

Les résultats sont communiqués sous 1 à 2 mois par email. Le Stagiaire obtient une attestation de réussite. Elle est envoyée à l'apprenant et est également disponible depuis l'espace personnel sur Macertification.org.

Cette attestation de réussite est valable à vie et lui permet de réaliser, par la suite, les formations conduisant aux deux (2) autres composantes de la Certification, afin d'obtenir celle-ci en totalité.