

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.

() 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</p> <p>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 	7 h
<p>Partie B</p> <p>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 édito, 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 <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 C</p> <p>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</p>	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"> ▪ QCM 	
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"> ▪ QCM ▪ 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'École 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'École Française, accompagnée de son équipe pédagogique.

Sibel Yener : Maîtrise Commerce international, IAE Perpignan, Directrice des consultants pédagogiques de L'École 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'École 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 support@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 (Cf ci-dessous).

Les professionnels experts sont diplômés respectivement : Master Digital Web Communication et Marketing (INSEEC U) ; Diplôme de l'École 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 : support@lecolefrancaise.fr

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 dont voici les caractéristiques :

Formule à 129 € / mois pendant 8 mois :

- 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 jusqu'à 6 mois après la formation
- 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

Accessibilité Handicap

Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap physique à la condition qu'elles puissent utiliser un ordinateur, une tablette et/ou un smartphone.

Les personnes malentendantes et malvoyantes ne pourront toutefois pas bénéficier, de manière autonome, de l'ensemble des services proposés :

- Les personnes malentendantes ne pourront pas exploiter l'audio de nos contenus vidéo et les formats podcast quand ils sont proposés, ni bénéficier des rendez-vous téléphoniques avec nos mentors. Resteront accessibles : les visuels de nos contenus vidéos, nos supports de formation écrits (qui, selon le type de formation choisie, peuvent couvrir plus de 80% des contenus vidéo) et la réalisation des quizz en ligne nécessaire à la réalisation de la formation.

- Les personnes malvoyantes ne pourront pas exploiter les visuels de nos contenus vidéos et nos supports de formation écrits, ni réaliser les quizz en ligne sans être accompagnées. Resteront accessibles : l'audio de nos contenus vidéo, les formats podcast quand ils sont proposés et les rendez-vous téléphoniques avec nos mentors.

Nos équipes sont à votre disposition pour plus de renseignements.

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.