

Social media management

RS3402 · RS · Publiée

L'essentiel

Code(s) NSF	312, 320
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	31/12/2021

Certificateur(s)

COMUNDI · SIRET : 79922203900031

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

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.

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.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- 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.

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

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

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

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 31/12/2021

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/3402/>

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	37
Montant total engagé	56 602 €
Coût moyen par dossier	1 530 €
Durée moyenne	15 h
Période	09/2021 – 01/2022
France compétences	100 %

Formations engagées via le CPF — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.