

Community management

RS3434 · RS · Publiée

L'essentiel

Code(s) NSF	312, 320, 321
Formacode(s)	46359
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	31/12/2021

Certificateur(s)

ZIGZAG MARKETING · SIRET : 82003567300012

Partenaires habilités

28 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 28 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
ACCOMPAGNEMENT ET FORMATION POUR LE DEVELOPPEMENT DES ENTREPRISES	88356652300014	Former et organiser l'évaluation
ALLIANCE FORMATION	52067731100018	Former et organiser l'évaluation
ASA INVEST	79338205200025	Former et organiser l'évaluation
BRIGHT FORMATION	83751276300017	Former et organiser l'évaluation
DELPICOM	53434090600013	Former et organiser l'évaluation
DESTINATION CLIENTS	82991994300029	Former et organiser l'évaluation
ECOLE D ENSEIGNEMENT SUPERIEUR CONSULAIRE DE MEURTHE ET MOSELLE	88280019600017	Former et organiser l'évaluation
ESTEL CONSEIL ET FORMATION	81482779600016	Former et organiser l'évaluation
GROUPE FRANCEFORMA	79458237900028	Former et organiser l'évaluation
IF'AM-CONSEILS	82496884600033	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 28 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rs3434-community-management/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

La certification va permettre d'acquérir les connaissances pratiques et théoriques nécessaires pour développer les réseaux sociaux d'une entreprise.

Objectifs de la certification

- Apprendre à développer une ou plusieurs communautés sur les réseaux sociaux.

- Connaître les réseaux sociaux actuels, savoir analyser les besoins de l'entreprise et définir une stratégie éditoriale.
- Maîtriser les outils nécessaires aux community managers.
- Savoir répondre à la communauté et développer la notoriété de l'entreprise.
- Trouver et travailler avec les influenceurs.
- Créer du contenu adapté et faire de la curation de contenu.
- Connaître les bonnes pratiques et les erreurs à éviter.
- Repérer et analyser les bons et les mauvais buzz.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Utiliser les différents réseaux sociaux actuels pour développer les produits de son client en fonction de la communauté à développer.
- Connaître et exploiter les outils gratuits du marché pour suivre les différentes communautés sur les réseaux sociaux.
- Créer des contenus textuels et visuels pour alimenter les réseaux sociaux et garder le contact avec la communauté.
- Rechercher et suivre les influenceurs les plus pertinents pour développer la notoriété ou la vente de produits de son client. Avoir les techniques pour les approcher et mettre en place une relation de confiance avec eux.
- Analyser l'audience de ses pages, connaître les métriques les plus pertinents et savoir les définir pour les améliorer sans cesse, corriger les erreurs et contrôler la réputation de son client.
- Définir une stratégie éditoriale pour garder un discours cohérent et compréhensible sur les réseaux sociaux.
- Définir ses cibles, segments et persona pour adapter la communication de son client sur les réseaux sociaux et faire passer le bon message.
- Gérer les avis et commentaires de la communauté de son client pour savoir répondre correctement et faciliter la relation client.
- Créer des événements pour augmenter la communauté et la notoriété de son client.
- Organiser son métier dans le quotidien pour gagner du temps grâce à des pratiques et habitudes à prendre.
- Comprendre les erreurs et pièges habituels pour les éviter, les corriger au plus vite et pour éviter les crises et mauvais buzz.
- proposer une stratégie cohérente à son client en fonction de ses objectifs (développement de notoriété, vente de produits...).
- Utiliser les différents réseaux sociaux actuels pour développer les produits de son client en fonction de la communauté à développer.
- Connaître et exploiter les outils gratuits du marché pour suivre les différentes communautés sur les réseaux sociaux.
- Créer des contenus textuels et visuels pour alimenter les réseaux sociaux.
- Rechercher et suivre des influenceurs pour développer la notoriété ou la vente de produits de son client.
- Analyser l'audience de ses pages, connaître les métriques les plus pertinents et savoir les définir pour les améliorer sans cesse, corriger les erreurs et contrôler la réputation de son client.
- Définir une stratégie éditoriale pour garder un discours cohérent et compréhensible sur les réseaux sociaux.
- Gérer les avis et commentaires de la communauté de son client pour savoir répondre correctement et faciliter la relation client.
- Organiser son métier dans le quotidien pour gagner du temps grâce à des pratiques et habitudes à prendre
- Comprendre les erreurs et pièges habituels pour les éviter, les corriger au plus vite et pour éviter les crises et mauvais buzz.

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Il est important que l'apprenant dispose du niveau de connaissance suivant : utilisation des réseaux sociaux et d'internet, bonne compréhension de la langue française, capacités de rédaction.

La certification étant accessible à tous, tous les profils sont acceptés.

Base légale

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

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.zigzag-marketing.fr/formation-community-manager/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/3434/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	17
Parcours menés à terme	88
Taux d'achèvement	518 %
Période	02/2022 – 06/2022

Entrées et sorties — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	544
Montant total engagé	830 330 €
Coût moyen par dossier	1 526 €
Durée moyenne	26 h
Période	01/2020 – 01/2022
France compétences	96 %
France Travail	2 %
Reste à charge titulaire	1 %
Entreprise	0 %
Régions	0 %
Compte d'engagement citoyen	0 %

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