

Développer son activité avec le community management

RS6452 · RS · Publiée

L'essentiel

Code(s) NSF	320
Formacode(s)	46364, 46347, 46341, 34093
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	21/12/2023
Date d'échéance	21/12/2026

Certificateur(s)

WEBMARKETING & CO'M · SIRET : 79015057700035

WEBMARKETING & CO'M · SIRET : 79015057700043

Partenaires habilités

67 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 67 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
ACCERTIF	91819995100016	Former et organiser l'évaluation
ADRIEN MONTIER	91338332900012	Former et organiser l'évaluation
AMBITION MARKETING	79832022200044	Former et organiser l'évaluation
B2H 13 AIX	81946418100018	Former et organiser l'évaluation
B2H83 FREJUS	85151781300016	Former et organiser l'évaluation
BACK TO BUSINESS	91843372300015	Former et organiser l'évaluation
BARBARA FUCHS	80532924000024	Former et organiser l'évaluation
BE-NEWS, YOU'R COM	82138846900016	Former et organiser l'évaluation
BIGWAVEFORMATION	98758558500043	Former et organiser l'évaluation
BLUEGRASS	99145744100012	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 67 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rs6452-developper-son-activite-avec-le-community-management/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

La certification s'adresse aux dirigeants de petites d'entreprises et aux collaborateurs directs chargés de la communication marketing souhaitant mettre en place une stratégie de community management en vue de développer l'activité de leur entreprise.

L'entreprise va pouvoir communiquer et mettre en place une véritable stratégie de communication digitale. Pour parvenir au résultat escompté, les personnes en charge de cette activité devront connaître les codes et règles qui régissent la communication via les réseaux sociaux, savoir créer du contenu utilisant la charte graphique de l'entreprise, respecter les règles de chaque plateforme de façon à animer les comptes ainsi créés. Les apprenants pourront également mettre en place une veille stratégique et analyser l'impact des actions menées dans le cadre du

community management.

Publics cibles: dirigeants de petites d'entreprises et collaborateurs directs chargés de la communication marketing souhaitant mettre en place une stratégie de community management en vue de développer l'activité de leur entreprise.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

C1. Définir la stratégie de community management en fonction de sa cible et des objectifs globaux de l'entreprise ainsi que des ressources budgétaires mobilisables afin d'identifier des objectifs marketing précis et réalisables et d'en dégager les orientations stratégiques et le choix des réseaux sociaux.

C2. Créer ses comptes sur les réseaux sociaux, en configurant les différents éléments attendus (champs à compléter) de façon à augmenter la visibilité et dans le respect de la charte graphique de l'entreprise ainsi que des principes de fonctionnement du ou des réseaux sociaux visés afin de communiquer auprès des cibles visées.

C3. Animer les comptes sociaux créés en s'appuyant sur un calendrier éditorial précis et en créant les différents contenus (texte, visuel, audio, vidéo, collaboration avec influenceur...) accessibles aux personnes en situation de handicap et en adéquation avec les prérequis de chaque réseau social et de leurs algorithmes afin de créer de l'engagement.

C4. Mettre en place une stratégie d'acquisition d'abonnés à ses comptes sociaux en s'appuyant à la fois sur la visibilité naturelle obtenue sur ces comptes et sur la visibilité obtenue via des campagnes de publicités sociales afin de développer sa communauté.

C5. Mobiliser les compétences internes disponibles et/ou les expertises de prestataires externes (webdesigners, webmasters...) venant en appui des actions de community management afin d'optimiser la stratégie dans un principe d'amélioration continue.

C6. Analyser les résultats de la stratégie de community management en s'appuyant sur des indicateurs et outils de contrôle de la performance afin d'identifier des actions d'optimisation à mettre en œuvre.

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Le candidat devra être utilisateur des réseaux sociaux, avoir un projet de communication sur les réseaux sociaux ainsi qu'un an d'expérience professionnelle.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE

- deux professionnels externes,
 - un professionnel appartenant à l'organisme de certification et n'occupant pas la fonction de formateur.
- Soit 66% de membres externes à l'organisme certificateur.

Base légale

Date de décision	21/12/2023
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	21/12/2026
Date de dernière délivrance possible	21/06/2027

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.webmarketing-com.com/formation-webmarketing/formation-community-management>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/6452/>

Où se former

Formations référencées	135
------------------------	-----

Organismes	49
Régions couvertes	16
Prix indicatif	1 290 € – 4 200 €
Durée	14 – 42 h

Offre de formation — MonCompteFormation (Caisse des Dépôts), licence ouverte.

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	2 024
Parcours menés à terme	1 796
Taux d'achèvement	89 %
Période	02/2024 – 09/2026

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	2 116
Montant total engagé	4 495 235 €
Coût moyen par dossier	2 124 €
Durée moyenne	31 h
Période	01/2024 – 09/2026
France compétences	85 %
Reste à charge titulaire	14 %
France Travail	1 %
Entreprise	0 %
Compte d'engagement citoyen	0 %
OPCO	0 %

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