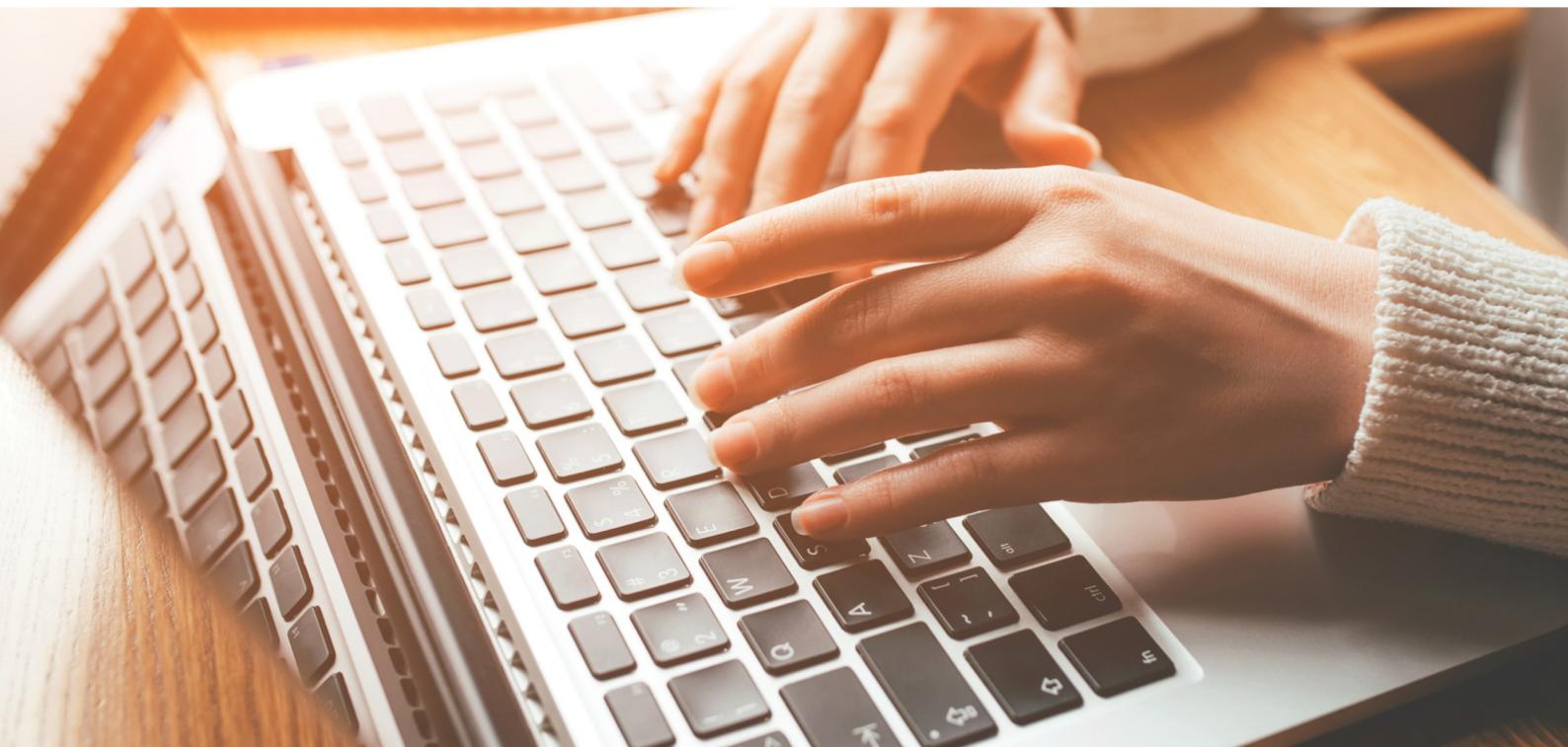


PROGRAMME DE FORMATION



**Structurer et gérer le
community
management de son
entreprise**



*il était***UNE***com*

1. PRÉSENTATION DE LA FORMATION

Cette formation s'adresse aux professionnels souhaitant structurer et gérer efficacement le community management de leur entreprise afin de développer une présence cohérente et professionnelle sur les réseaux sociaux. Elle permet de comprendre les enjeux du community management, de définir une stratégie éditoriale adaptée à son activité et d'organiser la production et la diffusion de contenus sur les réseaux sociaux.

La formation est résolument opérationnelle et s'appuie sur des mises en pratique concrètes, permettant au participant de structurer une gestion autonome et durable de ses réseaux sociaux.

2. OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Comprendre les enjeux du community management pour une entreprise
- Structurer une présence cohérente sur les réseaux sociaux
- Définir une stratégie éditoriale adaptée à son activité
- Organiser et planifier la production de contenus
- Gérer ses réseaux sociaux de manière autonome et régulière

3. PUBLIC CONCERNÉ

- Entrepreneurs et indépendants
- Dirigeants de TPE / PME
- Salariés et chargés de communication
- Community managers en poste ou en devenir
- Toute personne amenée à gérer les réseaux sociaux d'une entreprise

4. PRÉREQUIS

- Avoir une activité professionnelle ou un projet d'entreprise
- Utiliser ou souhaiter utiliser les réseaux sociaux dans un cadre professionnel
- Aucun prérequis technique spécifique

5. COMPÉTENCES VISÉES

À l'issue de la formation, le bénéficiaire sera capable de :

- Structurer une stratégie de community management adaptée à son entreprise
- Créer et organiser des contenus cohérents pour les réseaux sociaux
- Gérer et animer ses réseaux sociaux de manière autonome

6. DURÉE ET FORMATS PROPOSÉS

La durée de la formation est définie à l'issue de l'analyse du besoin et peut être adaptée selon le niveau et les objectifs du bénéficiaire.

- Format court : 7 heures (1 jour)
- Format standard : 14 heures (2 jours)
- Format approfondi : 21 heures (3 jours)

La formation est proposée en présentiel ou à distance.

7. DÉLAI D'ACCÈS

Accès à la formation dans un délai de 72 heures après validation du devis et des documents contractuels.

8. MOYENS PÉDAGOGIQUES MOBILISÉS

- Apports théoriques
- Études de cas
- Exercices pratiques appliqués au projet du participant
- Mises en situation
- Supports pédagogiques remis au stagiaire

La formation alterne apports théoriques et mises en pratique afin de favoriser l'appropriation des compétences par le participant.

9. MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Exercices pratiques tout au long de la formation
- Étude de cas ou exercice de synthèse appliquée au projet du participant
- Évaluation des acquis en fin de formation

Un questionnaire de satisfaction est remis au participant à l'issue de la formation.

10. TARIF

À partir de **990 € par jour de formation**, selon la durée et les modalités définies après analyse du besoin.

11. ACCESSIBILITÉ

La formation est accessible aux personnes en situation de handicap.

Référent handicap : Aure Briand-Lyard

Nous vous invitons à nous faire part de vos besoins spécifiques si vous êtes en situation de handicap.

12. PROGRAMME INDICATIF DÉTAILLÉ

Le programme est construit de manière progressive.

- Le format 7 heures correspond au jour 1.
- Le format 14 heures comprend les jours 1 et 2.
- Le format 21 heures comprend les jours 1, 2 et 3.

PROGRAMME INDICATIF JOUR 1 (7 H)

LES FONDAMENTAUX DU COMMUNITY MANAGEMENT

Comprendre les enjeux du community management

- Rôle des réseaux sociaux dans la communication de l'entreprise
- Objectifs du community management
- Positionnement et image de marque sur les réseaux sociaux

Choisir et comprendre les réseaux sociaux adaptés

- Présentation des principaux réseaux sociaux
- Analyse des réseaux pertinents selon l'activité et la cible
- Définition des objectifs par réseau social

Bases de la création de contenus pour les réseaux sociaux

- Typologies de contenus (texte, image, vidéo)
- Principes de rédaction pour les réseaux sociaux
- Cohérence des contenus avec l'image de l'entreprise

COMPÉTENCES DÉVELOPPÉES À L'ISSUE DE CETTE JOURNÉE :

- Comprendre les enjeux du community management
- Identifier les réseaux sociaux adaptés à son activité

PROGRAMME INDICATIF JOUR 2 (7 H)

LA STRUCTURATION DE LA STRATÉGIE ÉDITORIALE

Définir une stratégie éditoriale

- Définition des piliers de contenus
- Construction d'une ligne éditoriale cohérente
- Adaptation des messages selon les réseaux sociaux

Organisation et planification des contenus

- Création d'un calendrier éditorial
- Organisation de la production de contenus
- Planification des publications

Interaction et animation de la communauté

- Gestion des interactions et des commentaires
- Animation de la communauté
- Bonnes pratiques de modération

COMPÉTENCES DÉVELOPPÉES À L'ISSUE DE CETTE JOURNÉE :

- Structurer une stratégie éditoriale adaptée
- Organiser et planifier ses contenus sur les réseaux sociaux

PROGRAMME INDICATIF JOUR 3 (7 H)

GESTION, SUIVI ET OPTIMISATION DU COMMUNITY MANAGEMENT

Suivi et analyse des performances

- Comprendre les indicateurs de performance des réseaux sociaux
- Lecture et interprétation des statistiques
- Identification des contenus performants

Ajuster et optimiser sa stratégie de community management

- Analyse des résultats obtenus
- Ajustement des contenus et de la stratégie
- Amélioration continue de la présence en ligne

Pérenniser la gestion des réseaux sociaux

- Organisation du travail sur le long terme
- Gestion du temps et régularité des publications
- Autonomie dans la gestion du community management

COMPÉTENCES DÉVELOPPÉES À L'ISSUE DE CETTE JOURNÉE :

- Analyser les performances de ses actions de community management
- Gérer ses réseaux sociaux de manière autonome et durable

INFORMATIONS & RÉSERVATION

agenceiletaitune.com

il était**UNE**
com