

Formation COMMUNITY MANAGER Avancé : Optimiser et piloter sa présence sur les réseaux sociaux - Formation longue sur mesure

Durée : 47 heures



Programme de la formation

Public visé

Responsable Marketing, Communication, Webmarketing ou Réseaux Sociaux / Chef de projets Web / Assistant(e) marketing.

Plus généralement, les professionnels souhaitant professionnaliser l'animation de leur communauté.

Pré-requis

Pas de prérequis nécessaire pour participer à cette formation.

Objectifs pédagogiques

- Être autonome pour créer et animer vos communautés sociales
- Définir votre stratégie communautaire, ligne éditoriale et cible
- Optimiser vos contenus et favoriser l'engagement

A l'issue de cette Formation Community Manager Avancé, vous serez en mesure de définir votre stratégie Social Média, d'animer et développer votre communauté, de publier des contenus engageants et de mesurer les performances de vos publications.

Description / Contenu

Community Management - La stratégie sociale

- Rappel sur les enjeux des réseaux sociaux : chiffres-clés, évolutions 2018,
- Stratégie sociale d'influence : étapes détaillées d'une stratégie



- Veille stratégique et curation
- Gestion de crise : étude de cas
- TP : élaboration de la stratégie social

Community Management - L'animation des comptes

- Optimisation des pages (algorithme et optimisations des réseaux sociaux)
- Actions d'engagement : les mécanismes de visibilité
- Exemples efficaces d'opérations
- TP : élaboration de la stratégie sociale

Community Management - Social Ads et Social Analytics

- Elaboration d'audience sur les régies publicitaires
- L'appel aux communautés, ambassadeurs et influenceurs
- Mesure des performances à travers les KPI : préconisations sur le social analytics
- Les bonnes pratiques du community management pour couvrir un événement
- TP : élaboration de la stratégie sociale
- Restitution et débrief

Module 1 – Approfondissement Community Management (Sessions 1 à 6)

Session 1 : Positionnement & Ligne éditoriale

Définir le ton, la voix, et les valeurs de marque sur les réseaux
 Décliner une stratégie éditoriale par réseau (Instagram, LinkedIn, TikTok, etc.)
 Outils de planification de contenus
 Atelier : construire une ligne éditoriale sur 1 mois

Session 2 : Création de contenu engageant

Types de contenus : carrousels, reels, stories, vidéos courtes
 Rédaction pour les réseaux sociaux (copywriting social)
 L'algorithme en 2024 : ce qu'il favorise
 TP : créer des publications optimisées (visuel + texte)

Session 3 : Calendrier éditorial & outils de planification

Structurer un calendrier multi-réseaux
 Utilisation d'outils : Notion, Trello, Swello, Later, Hootsuite...
 Adaptation aux temps forts & marronniers
 TP : élaboration d'un calendrier éditorial mensuel

Session 4 : Animation de communauté

Répondre aux commentaires et messages (voix & posture)
 Générer de l'interaction et créer une communauté active
 Modération et gestion des tensions
 Mise en situation : modération de messages clients

Session 5 : Organisation de concours & campagnes d'engagement

Les mécaniques de jeux concours
 Légalité : mentions, RGPD, plateformes
 Exemples de campagnes réussies
 TP : concevoir une opération concours de A à Z

Session 6 : Gestion de crise & bad buzz

Identifier et anticiper les signaux faibles
 Typologie des crises digitales
 Réponses types & gestion en temps réel
 Cas pratique : simulation d'une situation de crise

Module 2 – Social Ads (Sessions 7 à 10)

Session 7 : Fondamentaux des Social Ads

Introduction aux plateformes de pub : Meta, LinkedIn, TikTok, Pinterest
Objectifs de campagne : notoriété, trafic, conversion
Audience, placement, budget, durée
TP : créer une première campagne sur Meta Ads

Session 8 : Ciblage avancé & audiences personnalisées

Audience froide, lookalike, retargeting
Création d'audiences à partir de données (CRM, Pixel, interactions)
Outils de tracking (Pixel, UTMs)
TP : construire un ciblage avancé

Session 9 : Créa publicitaire performante

Anatomie d'une pub qui marche
A/B Testing visuels et copy
Bonnes pratiques visuelles selon la plateforme
TP : créer 2 versions d'une campagne publicitaire

Session 10 : Analyse des résultats & optimisation

Lire et comprendre les KPI essentiels (CPM, CTR, ROAS, etc.)
Identifier les pubs sous-performantes
Scénarios d'optimisation
TP : analyse de résultats réels et recommandations

Module 3 – Influence & stratégies avancées (Sessions 11 & 12)

Session 11 : Collaboration avec influenceurs et ambassadeurs

Trouver les bons influenceurs
Brief & contractualisation
Suivi de performance & ROI
TP : créer une campagne d'influence avec brief + KPI

Session 12 : Couverture d'événement & tendances 2025

Organiser une stratégie live social media
Outils pour couvrir un événement en temps réel
Les tendances émergentes du community management (IA, UGC, etc.)
Atelier final : simulation d'une stratégie événementielle en live

Compétences acquises à l'issue de la formation

- créer fédérer et animer vos communautés sociales
- Définir une stratégie communautaire, une ligne éditoriale et une cible
- Optimiser vos contenus et favoriser l'engagement
- Mesurer les performances de vos actions

Modalités pédagogiques

- Formation Community Manager Avancé avec apports théoriques appuyés par des études de cas, mise en situation et explications imagées.
- Des exercices et des simulations avec débriefing

Moyens et supports pédagogiques

Atouts de notre offre de formation marketing digital : Bénéficiez de l'expérience client-agence de notre équipe d'experts formateurs maîtrisant parfaitement les thématiques du webmarketing.

- Moyens pédagogiques : Training (cas pratiques, quiz, mises en situation, analyses de bonnes pratiques...)
- Support : Le formateur vous remettra le support pdf de cette formation à l'issue de la session
- Pour les formations Intra, en option : un bilan de formation pourra être remis au dirigeant ou commanditaire de formation (pour les formation INTRA comprenant plusieurs journées de formation)
- Pour les formations Intra, en option : possibilité de mettre en place un accompagnement post formation sous la forme d'un suivi personnalisé et récurrent par le formateur durant les mois suivants la formation
- Pour les formations Intra, en option : Bilan annuel des actions de formation pour les cursus supérieurs à 10 sessions de formation

Modalités d'évaluation et de suivi

- Un questionnaire de positionnement est envoyé aux participants en amont de la formation pour mesurer leur niveau de maîtrise et permettre au formateur d'adapter sa pédagogie
- Signature d'un émargement par les participants et le formateur afin de justifier l'assiduité de chacun (émargement électronique)
- Recueil à l'oral des besoins par le formateur au démarrage de la formation
- Echange en fin de formation entre les participants et le formateurs pour valider que la formation a bien répondu aux attentes des participants et que les objectifs pédagogiques ont été atteints
- Un questionnaire d'évaluation est envoyé aux participants pour mesurer l'acquisition des compétences à l'issue de la formation.
- Un formulaire de satisfaction est rempli par les participants à l'issue de la formation pour recueillir leurs satisfactions et mesurer la qualité de la formation assurée.

Informations sur l'accessibilité

Nous pouvons apporter des installations ou prestations spécifiques pour les personnes en situation de handicap.

Nous pouvons adapter notre pédagogie aux différents participants afin, par exemple, de rendre accessible nos sessions aux différentes situations de handicap. Pour cela, précisez-le nous dès nos premiers échanges pour affiner notre démarche et faciliter l'acquisition des compétences par l'ensemble des participants.

Modalité d'admission et délais d'accès

Dates d'entrée en formation :

- En Intra : des dates sont proposées tout au long de l'année sur demande, dans des sessions jusqu'à 8 collaborateurs.
- En Inter : les sessions seront confirmées à partir de 3 participants engagés minimum, la session sera confirmée à J-7. Il est toujours possible de rejoindre une session INTER confirmées jusqu'à 48 heure avant la première session.

Matériel pour participer à une session de formation :

- En présentiel : apportez votre ordinateur portable avec chargeur, une connexion Internet wifi sera requise.
- En distanciel : vous devez disposer d'un ordinateur, d'une connexion Internet haut débit (supportant une séance visio), un casque audio est également recommandé (type kit piéton)

En fonction de la thématique de la formation, prévoyez les accès aux outils et plateformes de votre entreprise nécessaires depuis votre ordinateur (Google Analytics, Admin CMS, Admin Réseaux Sociaux, compte Google Ads...),

Témoignages des Participants

(si formation déjà réalisée dans sa forme et son programme actuel)

Voici des témoignages de participants à cette Formation Community Manager Avancé :

- "Fond, Forme et Formateur à la hauteur de mes attentes / Formation conforme, personnalisée et très bien menée. Une réussite !" Elisabeth C - Avril

Découvrez nos thématiques sur la [Formation SMO : Social Media et Community Management](#)

- Notre [formation Réseaux Sociaux et Community Management](#)
- Notre [formation Social ADS](#)
- Notre [formation Social Selling](#)
- Notre [formation Social Média](#)