



ML16

# PROGRAMME DE FORMATION

## Community Management

**Target Formation**

200 Cours Balguerie Stuttenberg  
33300 Bordeaux  
Tél. : 05 25 33 18 04  
Mail : [contact@target-formation.fr](mailto:contact@target-formation.fr)

## Introduction

Les réseaux sociaux font dorénavant partie intégrante du web et de la stratégie digitale des entreprises.

Entre Facebook, Twitter, Pinterest, YouTube et LinkedIn pour ne citer qu'eux, il faut être en mesure de comprendre leurs utilités et leurs cibles pour maximiser les retours sur investissement de l'entreprise.

Acteur du webmarketing, le Community manager est garant de l'identité numérique de l'entreprise ou des produits (e-réputation). Il fédère, développe et anime des communautés on-line et offline via les réseaux sociaux pour développer la notoriété de marque. Il crée l'animation virale (buzz) via des opérations marketing nécessaires à la valorisation du contenu du site.

Il possède une très bonne connaissance des plateformes communautaires et veille aux évolutions technologiques et concurrentielles (Benchmarking). Il participe au référencement du site via les réseaux sociaux. Il évalue l'efficacité des actions, met en place des indicateurs d'audience, les analyse et propose ou active des opérations correctives.

En participant à cette formation d'une journée, le stagiaire sera en mesure de connaître l'étendue de la sphère sociale, comprendre leurs enjeux et leurs cibles et enfin, mettre en place une stratégie digitale adaptée à chaque support social.

### **Référence**

ML16

### **Lieu**

Toute la France (présentiel/visio)

### **Durée**

5 jours (35h)

### **Type de formation**

Collective (intra/inter-entreprise)

### **Niveau**

Débutant et +

### **Repas**

Non inclus

### **Dates de sessions**

À la demande du client sous un délai de 2 semaines

## Objectifs

- Découvrir tous les réseaux sociaux et connaître pourquoi utiliser tel ou tel réseau
- Développer son image de marque et sa notoriété grâce à une présence en ligne optimisée,
- Savoir configurer un compte professionnel et l'animer en fonction d'une stratégie éditoriale.

## Pour qui ?

- **Entreprises** : souhaitant former leurs salariés pour développer leur présence en ligne et fédérer une communauté active afin de renforcer leur image de marque.
- **Professionnels** : responsables communication, responsables marketing, rédacteurs web, webmasters, consultants, freelances, ou dirigeants cherchant à maîtriser les réseaux sociaux.

1 à 10 personnes maximum.



Target Formation s'est doté d'une capacité à étudier, au cas par cas, les besoins spécifiques aux candidats qui voudront postuler à une formation afin de mobiliser les moyens nécessaires pour un accompagnement particulier.

## Equipe pédagogique pour cette formation

Nos formateurs ont à la fois une expérience avérée de formation mais sont également des professionnels expérimentés dans leurs domaines respectifs. Pour cette formation, vous serez accompagné par un ou plusieurs formateurs experts, sélectionnés pour leur expérience et leur adéquation à vos objectifs

*La composition de l'équipe pédagogique peut également être ajustée en fonction de vos besoins spécifiques.*



### MEGAN RICOUL

Consultante en communication digitale  
Experte en stratégie digitale et SEO

[in](#) [Voir profil LinkedIn](#)



### LEA VANDENBROUCK

Experte en gestion des réseaux sociaux  
et rédaction Web

[in](#) [Voir profil LinkedIn](#)



### SOPHIE ANDRIEU

Responsable web marketing - Experte  
en gestion des réseaux sociaux et SEO

[in](#) [Voir profil LinkedIn](#)

## Programme de formation

### Jour 1 : La stratégie de contenu sur les réseaux sociaux

#### Module 1 : Les réseaux sociaux

- Introduction, définition et spécificités des réseaux sociaux
  - Histoire et évolution des réseaux sociaux.
  - Typologie des réseaux sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube, X (Twitter), Snapchat, Tiktok, Pinterest, etc.).
- Définition du storytelling et du personal branding et l'importance de leur utilisation
  - Techniques de storytelling : comment raconter une histoire engageante.
  - Principes du personal branding : comment se démarquer en tant que marque personnelle.

#### Module 2 : Création d'une stratégie sociale media

- Création d'une stratégie sociale media
  - Analyse de la cible et segmentation.
  - Définition des objectifs (notoriété, engagement, conversion, etc.).
  - Planification et calendrier éditorial.
- Les bonnes pratiques : les choses à faire et à éviter sur les réseaux sociaux
  - Études de cas et exemples concrets.
  - Analyse de campagnes réussies et des erreurs à éviter.

### Jour 2 : Facebook et Instagram

#### Module 3 : Ligne éditoriale de Facebook

- Objectifs de Facebook, chiffres et statistiques
  - Analyse des statistiques d'utilisation de Facebook.
  - Comprendre les algorithmes de Facebook.
- Animer une communauté et créer de l'engagement
  - Techniques pour stimuler l'interaction et l'engagement.
  - Utilisation des groupes et événements.
- Découverte de Facebook Ads : création de campagnes publicitaires
  - Configurer et gérer des campagnes publicitaires.
  - Ciblage et budget publicitaire.

#### Module 4 : Ligne éditoriale d'Instagram

- Objectifs d'Instagram, chiffres et statistiques
  - Analyse des statistiques d'utilisation d'Instagram.
  - Comprendre les algorithmes d'Instagram.
- Construire sa stratégie de communication sur Instagram
  - Utilisation des posts, stories, reels et IGTV.
  - Techniques pour maximiser l'engagement.
- Contenus spécifiques de la plateforme
  - Création de contenu visuel attrayant.
  - Utilisation des hashtags et géolocalisation.
- Engager sa communauté et analyser les statistiques d'Instagram
  - Outils d'analyse d'Instagram.
  - Optimisation basée sur les données.

### Jour 3: LinkedIn, YouTube et X (Twitter)

#### Module 5 : Ligne éditoriale de LinkedIn

- Découvrir les codes et usages de LinkedIn
  - Présentation de LinkedIn et de ses spécificités.
  - Comment optimiser son profil professionnel.
- Développer sa présence sur LinkedIn et son e-réputation
  - Techniques de réseautage.
  - Stratégies pour publier du contenu pertinent.
- Découverte de LinkedIn Ads : Création et gestion de campagnes publicitaires sur LinkedIn.

#### Module 6 : Ligne éditoriale de YouTube et X (Twitter)

- Découvrir l'utilisation de YouTube : règles, ligne éditoriale
  - Créer et optimiser une chaîne YouTube.
  - Techniques pour augmenter les abonnés et les vues.
- Utilisation de YouTube dans sa stratégie sociale media
  - Intégration des vidéos dans la stratégie globale.
  - Utilisation des analytics pour optimiser les performances.

#### Module 7 : Ligne éditoriale de X (Twitter)

- Découverte de X (Twitter) : caractéristiques et fonctionnement
  - Présentation des fonctionnalités de X.
  - Utilisation des hashtags, mentions et threads.
- Utilisation de X dans sa stratégie de communication
  - Techniques pour maximiser l'engagement sur X.
  - Analyse des tendances et actualités.

### Jour 4 : Snapchat, Tiktok et Pinterest

#### Module 8 : Ligne éditoriale de Tiktok

- Découverte du réseau Tiktok : Histoire, utilisation, statistiques et évolution
- Ligne éditoriale sur Tiktok : création de contenus viraux
  - Techniques pour créer du contenu viral.
  - Utilisation des challenges et tendances.

#### Module 9 : Ligne éditoriale de Snapchat

- Histoire, utilisation et statistiques de Snapchat
- Fonctionnalités et usages de Snapchat
  - Présentation des fonctionnalités de Snapchat.
  - Utilisation des filtres et lenses.
  - Codes et usages de la plateforme

#### Module 10 : Ligne éditoriale de Pinterest

- Histoire, utilisation et statistiques de Pinterest
- Les codes et usages du réseau social Pinterest
  - Création de tableaux et épingles.
  - Optimisation du contenu pour la recherche Pinterest.
- Construire une stratégie de communication sur Pinterest
  - Techniques pour augmenter la visibilité et l'engagement.
  - Utilisation des analytics pour optimiser les performances.

## Jour 5 : Conseils personnalisés et Bilan de fin de formation

### Module 11 : Conseils pour aller plus loin

- Trouver de l'inspiration et analyser ses concurrents
  - Benchmark et veille
  - Facebook ads library et autre méthodes
- Les outils pour booster sa productivité en community management
  - Outils de programmation et analyse
  - Outils de création : Canva, Capcut
- Automatisation de certaines tâches
  - Utilisation de Chat GPT
  - Programmation
  - Modération des commentaires et messages privés

### Module 12 : Revue des réseaux sociaux des participants

- Analyse critique et constructive des comptes existants.
- Conseils personnalisés pour améliorer la présence en ligne.

### **Conclusion et Évaluation**

- Synthèse des points clés abordés pendant la formation.
- Questions/Réponses avec les participants.
- Évaluation des connaissances acquises et remise de certificats.

*Ce programme peut faire l'objet de modification en fonction des besoins des participants.*

## Prérequis

- Connaître l'environnement informatique et maîtriser les outils basiques de bureautique.
- Avoir une connaissance basique des réseaux sociaux de manière générale.

## Support et outils pédagogiques

Vous disposerez des éléments nécessaires ci-dessous pour le bon déroulement de votre formation en présentiel ou visio :

- Power Point (exposé théorique)
- Ordinateur/PC
- Démonstration des bonnes pratiques par le formateur
- Cas pratique.

## Moyens pédagogiques et techniques

- Formation en présentiel : Accueil des apprenants dans une salle de formation équipée / Documents et supports de formation projetés
- Formation à distance : utilisation de TrainerCentral pour la visioconférence avec la mise à disposition en ligne des enregistrements, des supports et de toute la documentation pédagogique.

## Dispositif de suivi de la formation et de l'évaluation des résultats

- Un questionnaire est envoyé en amont de la formation pour adapter le contenu aux besoins des participants
- Des feuilles d'émargement physiques ou numériques sont utilisées pour certifier la présence des participants
- Un tour de table des stagiaires est réalisé au début de la formation
- Des exercices pratiques et des jeux en format questions / réponses sont réalisés durant la formation
- Un QCM est utilisé pour la validation des acquis
- Des questionnaires de satisfaction à chaud et à froid permettent d'évaluer la qualité de la formation.
- Un certificat de réalisation de l'action de formation est délivré aux participants méritants.

## Organisation / Accessibilité de la formation

Julien PetitJean - Responsable administratif / référent handicap

- Email : [contact@target-formation.fr](mailto:contact@target-formation.fr)
- Tel : 05 54 41 99 01
- Délai d'accès à la formation : A la demande du client sous un délai de trois semaines
- Formation à distance ou en présentiel, en inter ou intra-entreprise
- Locaux conformes à la réglementation sur l'accessibilité dans les ERP

## Les plus

- Formation réalisée à proximité de chez vous.
- Pédagogie active basée sur des exemples, des démonstrations, des cas pratiques tout au long de la formation.
- 50% théorie, 50% pratique.
- Evaluation finale

A rolled-up white document, possibly a certificate or diploma, is shown in a dark suit sleeve. The document has the Target Formation logo and text printed on it. A semi-transparent brown banner is overlaid on the document, containing the main text.

Retrouvez toutes  
nos formations sur  
[www.target-formation.fr](http://www.target-formation.fr)

Target Formation

200 Cours Balguerie Stuttenberg  
33300 Bordeaux

Tél. : 05 25 33 18 04

Mail : [contact@target-formation.fr](mailto:contact@target-formation.fr)