COMMUNITY MANAGEMENT ET MARKETING DE CONTENUS



FORMATION INDIVIDUELLE

EN PRÉSENTIEL ET/OU DISTANCIEL

DURÉE : 28 H

Pour en savoir plus : sg-formation.fr

ORGANISME DE FORMATION

SG FORMATION (SARL)

03 10 45 21 85

326 Rue Verte, 59141 Thun-l'Évêque

audrey@sg-formation.fr

SIRET 922 290 333 000 17 – NDA 32 59 11 755 59 – Version 07/2025 – MAJ 10/2026
Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'État

COMMUNITY MANAGEMENT ET MARKETING DE CONTENUS

DURÉE

28 h *(4 jours)*

PUBLIC VISÉ

Tout public

MODALITÉS D'ACCÈS ET FINANCEMENT

Nos formations sont ouvertes **toute l'année** *(contactez-nous)*.
Formation non éligible au CPF. Financement possible par l'employeur, l'OPCO, France Travail (sous conditions), un fonds d'assurance formation des indépendants (AGEFICE, FIFPL...) ou à titre personnel.

ACCESSIBILITÉ

Une **adaptation** des formations pour les **personnes en situation de handicap** est possible.
Les lieux de formation seront accessibles aux personnes en situation de handicap.
Une vérification sera établie. *Nous contacter : (Audrey, référent Handicap : 06 58 30 42 22)*

MOYENS PÉDAGOGIQUES

Formateur spécialisé - Supports pédagogiques (Power-Point - Livret apprenant) - Mises en situation sur des comptes réels ou de démonstration - Suivi du programme de formation - Support remis sur clé USB
Le stagiaire est invité à se munir d'un ordinateur et d'un smartphone.

SUIVI, ÉVALUATION, SANCTION

» **Moyens permettant de suivre l'action de formation**
- Plans d'action de formation

» **Moyens permettant d'en évaluer les résultats**
- Évaluation de positionnement en début de formation
- Réalisation de travaux durant la formation (exercices et mises en situation)
- Évaluation des acquis en fin de formation

» **Sanction**
- Délivrance d'une attestation d'assiduité

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Définir une stratégie social media adaptée à son entreprise, à ses objectifs et à ses cibles
- Choisir les réseaux sociaux pertinents et optimiser ses comptes professionnels
- Construire une ligne éditoriale et un calendrier de publication
- Créer des contenus engageants (visuels, vidéos courtes, carrousels) avec l'appui d'outils de création et d'IA générative
- Animer et modérer sa communauté, y compris face aux avis négatifs
- Suivre les indicateurs clés de performance et ajuster ses actions

PRÉREQUIS

- Aucun – savoir utiliser un ordinateur, un smartphone et naviguer sur internet

PROGRAMME

MODULE 1 : COMPRENDRE L'ÉCOSYSTÈME SOCIAL MEDIA ET DÉFINIR SA STRATÉGIE

JOUR 1 – 7 H

Le paysage des réseaux sociaux aujourd'hui

- Panorama et usages en France : Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, YouTube, Pinterest, Snapchat, X, Threads, chaînes WhatsApp
- Comprendre les algorithmes de recommandation : rôle des partages, des enregistrements et du temps de visionnage
- Les réseaux sociaux comme moteurs de recherche (social search)
- Les missions du community manager

Concevoir sa stratégie réseaux sociaux

- Réaliser le diagnostic de sa présence : SWOT, audit des comptes existants, veille concurrentielle
- Définir ses objectifs (notoriété, trafic, prospects, ventes, fidélisation) et ses personas
- Choisir ses réseaux en fonction de ses cibles et de ses ressources
- Définir sa ligne éditoriale : ton, piliers de contenu, charte graphique

Travaux pratiques : Audit de la présence en ligne de son entreprise, rédaction de sa fiche stratégie (objectifs, cibles, réseaux retenus, ligne éditoriale)

MODULE 2 : CRÉER ET PUBLIER DES CONTENUS ENGAGEANTS

JOURS 2 & 3 – 14 H

Paramétrer ses comptes professionnels

- Créer et optimiser ses pages et profils : Meta Business Suite, compte professionnel Instagram, page LinkedIn, compte TikTok
- Biographie, visuels, liens et mots-clés : être trouvé et identifiable
- Sécuriser ses comptes : double authentification, gestion des accès

Produire ses contenus

- Les formats qui fonctionnent : vidéo courte verticale (Reels, TikTok, Shorts), carrousels, stories, lives
- Écrire pour chaque réseau : accroche, structure, appel à l'action, hashtags et mots-clés
- Créer ses visuels et ses vidéos avec Canva et CapCut
- Utiliser l'IA générative pour trouver des idées, rédiger et décliner ses contenus : bonnes pratiques, limites, vérification, droits d'auteur et transparence

Planifier ses publications

- Construire son calendrier éditorial
- Programmer ses publications avec Meta Business Suite ou un outil de gestion (Metricool, Swello...)

Travaux pratiques : Optimisation d'un profil professionnel, création d'un carrousel et d'une vidéo courte, élaboration d'un calendrier éditorial sur un mois

MODULE 3 : ANIMER SA COMMUNAUTÉ ET MESURER SES RÉSULTATS

JOUR 4 – 7 H

Animer et modérer sa communauté

- Créer de l'interaction : questions, sondages, réponses aux commentaires et aux messages
- Modérer : charte de modération, gestion des avis négatifs
- Prévenir et gérer un bad buzz
- Les règles à connaître : droit à l'image, RGPD, encadrement de l'influence commerciale (loi du 9 juin 2023)

Mesurer et ajuster ses actions

- Les indicateurs clés : portée, engagement, partages, enregistrements, clics, abonnés
- Lire les statistiques natives des plateformes (Meta Business Suite, LinkedIn, TikTok)
- Booster une publication : premiers pas avec la publicité sur les réseaux sociaux
- Construire un tableau de bord simple et ajuster son plan d'action

Travaux pratiques : Réponse à des commentaires négatifs, analyse des statistiques d'un compte, rédaction d'un plan d'action sur 3 mois