

Parcours certifiant "Produire des contenus et animer des communautés"

Bloc de compétences du titre RNCP 36467 "Community manager"

Titre RNCP de 9 jours - 63h

Réf : ZRN - Prix 2024 : 4 470€ HT

Ce parcours de formation représente le second bloc de compétences constituant le titre certifié 36467 de niveau 6 (bac +3) "Community manager" reconnu par l'État. L'ensemble de ces formations vous apporte toutes les connaissances nécessaires pour produire des contenus visuels et rédactionnels, construire un storytelling, animer des communautés, optimiser le référencement naturel pour les moteurs de recherche (SEO) et optimiser la gestion des leads.

Ce cycle est composé de :

- Référencement naturel, stratégies et techniques (Réf. FER, 1 jour)
- Brand Content et Storytelling : optimiser sa stratégie de marque (Réf. STT, 1 jour)
- SEO : optimiser le référencement de votre site Web (Réf. OPS, 2 jours)
- Maîtriser le marketing par l'image (Réf. PIM, 2 jours)
- Animer sa communauté sur les réseaux sociaux (Réf. CMH, 2 jours)
- Certification "Produire des contenus et animer des communautés" (Réf. ZFT, 1 jour)

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

Comprendre le fonctionnement de l'écrit dans une optique de référencement sur le web

Utiliser des techniques de rédaction et de mise en forme des contenus spécifiques au web

Comprendre les enjeux du storytelling

Écrire et développer son storytelling

Comprendre le fonctionnement des moteurs de recherche

Maîtriser les techniques d'optimisation de son référencement naturel

Comprendre les atouts de l'image pour impacter ses messages et optimiser ses images et visuels dans sa communication

Concevoir et déployer une stratégie de présence et d'influence sur les réseaux sociaux

LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 02/2023

1) Miser sur les micro-contenus

- Capter l'attention dès la recherche : optimiser les méta-descriptions et les url.
- Mettre du poids dans les titres : "title" et balises "H1".
- Traduire ses images et ses vidéos en contenu : noms de fichier, balises et textes.

PARTICIPANTS

Chargé ou responsable de communication/marketing.

PRÉREQUIS

Être titulaire d'un diplôme de niveau 5 (bac +2). Si ce n'est pas le cas, être titulaire d'un niveau 4 (bac) et 3 ans d'expérience, sous réserve de la validation du dossier VAP par le certificateur.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques... Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez Mme FOSSE, référente handicap, à l'adresse suivante psh-accueil@orsys.fr pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité.

- Travailler le maillage interne et le texte des liens pour jouer sur les rebonds.
- Connaître les mauvaises pratiques et les bannir de ses habitudes.
- Focus : les optimisations spécifiques pour Google.

Travaux pratiques : Optimiser des textes existants pour le référencement. Rédiger une checklist pour le référencement naturel.

2) Mettre en œuvre son storytelling

- Identifier les origines de la marque, son histoire et ses valeurs.
- Construire un schéma narratif.
- Jouer sur l'histoire et ses rebondissements avec un modèle actanciel.
- Identifier et dresser le portrait des acteurs.
- Mettre en mouvement le storytelling.

Travaux pratiques : Élaborer le storyboard de l'histoire de la marque.

3) Accroître la popularité du site, campagne de publicité web

- Référencement dans les stores.
- Principes de promotion dans l'Appstore et Google Play.
- Présentation des offres Adwords et AdSense.
- Budget. Création et optimisation de la campagne.
- Utilisation des gadgets, des offres cartographiques (maps) et Local Business.
- Usage des espaces vidéos, newsletters, forums, jeux...

Travaux pratiques : Mise en place d'une campagne Google AdWords. Définition d'un plan d'animation.

4) Parler en images

- Associer un mot à une image, un double effet : sens et attractivité.
- Faciliter la mémorisation des messages en images.
- Maîtriser le rapport texte-image.
- Développer ses idées en images.
- Faire parler les chiffres : l'impact des infographies.
- Jouer les effets du concept : PowerPoint, Pecha kucha.
- Que dire avec les émoticônes : la place de l'émotion.
- Adopter une posture créative pour s'exprimer : association, analogie.

Etude de cas : Définir les traitements par l'image en utilisant les techniques de création.

5) Gérer une communauté

- Mettre en place une stratégie de communication multicanale.
- Passer de la communication à la conversation.
- Prendre en compte l'évolution de l'expérience client.
- Savoir s'engager et répondre au nom de l'entreprise.
- Savoir modérer. Engager la conversation et répondre. Anticiper et surprendre.
- Animer sa communauté.
- Évoluer vers des plateformes de contenus.

Travaux pratiques : Mise en situation sur des cas réels sur différents réseaux sociaux (Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram) : demande d'information, question de SAV, critique, Spam, Trol,...

LES DATES

Ce parcours est composé d'un ensemble de modules. Les dates indiquées ci-dessous correspondent aux premières sessions possibles du parcours.

CLASSE À DISTANCE
2024 : 01 juil., 04 nov., 13 déc.

PARIS
2024 : 01 juil., 04 nov.