



cefim

L'école du web et des réseaux

PLAN DE FORMATION

Certificat de Compétences Professionnelles

Collaborer à la valorisation numérique d'un territoire, d'une entreprise, ou d'un projet

Community Manager

Formation de 147h

CCP 002337

Titre professionnel Ministère du travail : TP-01336

Niveau : III

Date de parution au JO : 10 décembre 2015

Code NSF : 320t – utilisation de logiciels appliqués à l'image

Formacode : 31051 - Code Rome : G1202, E1101

Code CPF : 245 785 (tout public)

LA GÉNÉRATION **+1**



Liste des compétences professionnelles	3
1- Concevoir et gérer son projet de Community management	3
CM_1.1 Identifier le rôle et les missions du Community manager	3
CM_1.2 : Concevoir et déployer une stratégie sur les médias sociaux	3
CM_1.3 : Concevoir et déployer une veille pour son entreprise.....	3
CM_1.4 : E-reputation, modération et gestion de crise	3
CM_1.5 : Comprendre et utiliser le marketing d'influence	4
CM_1.6 : Mesurer et suivre ses performances	4
CM_1.7 : Connaître les aspects juridiques	4
2- Animer les réseaux sociaux	4
CM_2.1 : Utiliser Facebook pour sa communication d'entreprise	4
CM_2.2 : Utiliser LinkedIn pour sa communication d'entreprise.....	5
CM_2.3 : Utiliser Twitter pour sa communication d'entreprise.....	5
CM_2.4 : La boîte à outils du Community Manager	5
CM_2.5 : Concevoir et utiliser un blog pour sa communication d'entreprise	5
CM_2.6 : Utiliser Instagram et Pinterest pour sa communication d'entreprise	5
3 - Créer des contenus pour les réseaux sociaux	6
CM_3.1 : Savoir écrire pour le Web	6
CM_3.2 : Créer des images pour le web avec Canva	6
CM_3.3 : Créer et publier des vidéos et des « lives » pour les réseaux sociaux	6
CM_3.4 : Concevoir et administrer un emailing	6
CM_3.5 : Optimiser son référencement naturel	7
CM_3.6 : Déployer des publicités sur les réseaux sociaux (Facebooks Ads).....	7
Activités transversales	7
Projet	7
Dossier Professionnel	8
Préparation au CCP	8
Modalités pédagogiques	10
Méthodes et moyens pédagogiques	11

Liste des compétences professionnelles

C8 – Mesurer la présence numérique d'un territoire, d'une entreprise ou d'un projet

C9 – Développer et valoriser la présence numérique, d'un territoire, d'une entreprise ou d'un projet

C10 – Favoriser la réputation et/ou la cohésion au sein d'une communauté numérique

C11 – Produire et diffuser des savoirs et des données d'un territoire, d'une entreprise ou d'un projet

Prérequis : savoir gérer un poste de travail

Évaluation : mise en situation

Durée totale : 140 heures / 20 jours

1- Concevoir et gérer son projet de Community management

Durée : 56 heures / 8 jours

CM_1.1 Identifier le rôle et les missions du Community manager

- Le métier de CM
- Les profils d'un CM
- Quelques chiffres
- Le web social
- Les termes clés
- Culture technique et numérique

CM_1.2 : Concevoir et déployer une stratégie sur les médias sociaux

- Comprendre les notions de communauté et de stratégie communautaires
- Comprendre les grandes composantes de la gestion des réseaux sociaux
- Les principaux leviers du Community Manager
- Utiliser la méthodologie TOMSTER pour créer sa stratégie
- Brand content et stratégie éditoriale
- Créer un planning d'animation / publication
- Les bonnes pratiques et les mauvaises
- La gestion de sa relation clientèle (CRM)
- Les KPI (indicateurs)
- Études de cas

CM_1.3 : Concevoir et déployer une veille pour son entreprise

- Comprendre les grands principes de la veille et les différents types de veille
- Méthodologie et outils permettant de mettre en place une veille
- Mettre en place une veille d'image, concurrentielle et une veille créative

CM_1.4 : E-reputation, modération et gestion de crise

- La e-réputation et les enjeux pour l'entreprise
- Les leviers d'actions pour gérer et optimiser son e-réputation
- La gestion d'un bad buzz, d'une crise
- La gestion des avis et des commentaires (modération)
- Apprendre à prévenir la crise



- Chercher une information sur le web
- Réaliser un audit e-réputation (analyse des présences et des conversations)

CM_1.5 : Comprendre et utiliser le marketing d'influence

- En quoi consiste le marketing d'influence
- Les atouts et les risques du marketing d'influence
- Le développement de la micro-influence
- Comprendre et repérer les influenceurs
- Concevoir et mettre en place des actions d'influence
- Etude de cas

CM_1.6 : Mesurer et suivre ses performances

- Comprendre le Web analytique :
 - Pourquoi analyser son site ?
 - Quels sont mes objectifs ?
 - Comment fonctionnent les outils ?
- Choisir les indicateurs clés de performance :
 - En fonction de la structure du site
 - En fonction des objectifs
- La plateforme Google Analytics :
 - Analyser son trafic
 - Analyser ses sources de trafic
 - Analyser le contenu de son site
 - Analyser ses objectifs & ROI
 - Editer et personnaliser les rapports
 - Définir des segments d'analyse

CM_1.7 : Connaître les aspects juridiques

- Les lois sur les informations : droit d'auteur, droit sur l'image, droit sur les marques
- Les lois informatiques
- Les lois liées au commerce électronique
- Les instances de gestion de ces lois

2- Animer les réseaux sociaux

Durée : 42 heures / 6 jours

CM_2.1 : Utiliser Facebook pour sa communication d'entreprise

- Chiffres-clés, faits, avantages, inconvénients
- Pourquoi est-ce le bon média pour la communication des PME ?
- Créer et configurer une page Facebook professionnelle
- Découverte des fonctionnalités avancées de Facebook
- Créer et publier des contenus engageants pour Facebook
- Développer sa communauté



- Organiser un concours
- Comprendre les statistiques
- Bonnes pratiques et exemples d'usages

CM_2.2 : Utiliser LinkedIn pour sa communication d'entreprise

- Chiffres-clés, faits, avantages, inconvénients
- Créer et configurer une page entreprise
- Créer, configurer et optimiser son profil personnel
- Découverte des fonctionnalités et des possibilités
- Se faire connaître et gagner en visibilité sur LinkedIn
- Bonnes pratiques et exemples d'usages
- Recruter à l'aide de LinkedIn

CM_2.3 : Utiliser Twitter pour sa communication d'entreprise

- Chiffres-clés, faits, avantages, inconvénients
- Intérêt de Twitter pour les entreprises
- Créer et configurer un profil Twitter
- Utiliser twitter pour communiquer et faire la promotion de son entreprise
- Utiliser twitter comme outil de veille
- L'écosystème de Twitter : les outils
- Le livetweet
- Développer sa communauté
- Comprendre les statistiques
- Bonnes pratiques et exemples d'usages

CM_2.4 : La boîte à outils du Community Manager

- Monitorer ses présences sur réseaux sociaux avec un même outil
- Travailler en équipes sur vos réseaux sociaux
- Programmer vos publications
- Automatiser certaines actions
- Développer vos communautés
- Organiser des concours
- Outils abordés : Hootsuite, Agorapulse, Buffer, Trello, etc.

CM_2.5 : Concevoir et utiliser un blog pour sa communication d'entreprise

- Introduction aux principes de base
- Conception et solutions
- Les fondamentaux de Wordpress
- Création et organisation de mon contenu
- Médias et Widgets
- Les plug-ins indispensables
- Sauvegardez votre site

CM_2.6 : Utiliser Instagram et Pinterest pour sa communication d'entreprise

INSTAGRAM

- Chiffres-clés, faits, avantages, inconvénients



- Pourquoi est-ce le bon média pour la communication des PME ?
- Créer et configurer un profil Instagram business
- Créer et publier des contenus engageants
- Créer des stories
- Découverte des fonctionnalités avancées
- Accroître votre nombre d'abonnés
- Organiser un concours Instagram
- Vendre sur Instagram
- Bonnes pratiques et exemples d'usages
- Analyser les statistiques

PINTEREST

- Chiffres-clés, faits, avantages, inconvénients
- Créer et configurer un profil Pinterest
- Créer et publier des contenus et des tableaux engageants
- Vendre sur Pinterest
- Bonnes pratiques et exemples d'usages

3 - Créer des contenus pour les réseaux sociaux

Durée : 42 heures / 6 jours

CM_3.1 : Savoir écrire pour le Web

- Conception éditoriale
- Exploiter les spécificités du Web et de la lecture sur écran
- Techniques d'écritures web : rédiger et structurer des textes pour le web

CM_3.2 : Créer des images pour le web avec Canva

- Contraintes, enjeux et spécificité de l'image sur le web
- La charte graphique
- Créer un compte Canva et maîtriser l'interface
- Créer des images pour les réseaux sociaux avec Canva

CM_3.3 : Créer et publier des vidéos et des « lives » pour les réseaux sociaux

- Pourquoi et comment utiliser la vidéo sur les Réseaux sociaux
- Analyse des fondamentaux de Youtube et création de sa chaîne
- Stratégie éditoriale et préparation de la prise de vue
- La prise de vue
- Le montage numérique
- La publication et l'usage des vidéos

CM_3.4 : Concevoir et administrer un emailing

- Définir sa stratégie d'e-mailing
- Concevoir un e-mail
- Mettre en place et mesurer ses campagnes e-mailing
- Optimiser la délivrabilité de son e-mailing
- Développer son potentiel d'adresses e-mails

CM_3.5 : Optimiser son référencement naturel

- Les bases du référencement
- Optimiser le référencement de son site internet
- Le référencement payant
- Le suivi de son référencement avec Google Analytics et Search Console

CM_3.6 : Déployer des publicités sur les réseaux sociaux (Facebooks Ads)

- Caractéristiques et particularités de la publicité sur les réseaux sociaux
- Quels intérêts et quels usages pour une entreprise
- Tour d’horizon des régies publicitaires « sociales »
- La publicité sur Facebook
- Concevoir et créer une campagne
- Améliorer les performances de ses campagnes

Activités transversales

Projet

Durée : 70 heures / 10 jours

Le ou les projets et/ou actions seront réalisés au sein du centre de formation, pour le compte d’une entreprise, d’une association ou d’une institution.

Le ou les projets et/ou actions ont pour objectif d’éprouver de façon opérationnelle toutes les compétences acquises lors des quatre premières semaines de formation.

C8 – Mesurer la présence numérique d’un territoire, d’une entreprise ou d’un projet

Utiliser des outils et des services spécialisés pour repérer sur le web les informations diffusées, les internautes référents et les données disponibles sur le sujet traité (territoire, entreprise ou projets).

Partager les données et l’analyse avec le groupe projet ou le responsable hiérarchique afin de quantifier et de qualifier la présence numérique du sujet et d’évaluer son potentiel de données.

Faire des propositions d’objectifs et d’indicateurs pour établir ou améliorer la présence numérique du territoire, de l’entreprise ou du projet.

C9 – Développer et valoriser la présence numérique, d’un territoire, d’une entreprise ou d’un projet

Relayer sur le web des informations et des données valorisées.

Utiliser des outils numériques pour publier des articles, des messages, des images, des vidéos sur des sites, des blogs ou des espaces communautaires.

Assurer une relation entre les internautes et le sujet promu.

Participer aux échanges sur le web avec les communautés et le cas échéant les modérer.

Utiliser des indicateurs définis afin de mesurer les effets de la communication et de la promotion et pour contribuer à la prise de décision pour les actions à mener.

C10 – Favoriser la réputation et/ou la cohésion au sein d’une communauté numérique

A partir des indicateurs de l’activité des communautés, des internautes sur les différentes plateformes participatives, assurer l’animation et les échanges dans le respect des règles éthiques.

Développer un climat de confiance et communautaire.

Valoriser les interventions positives des internautes.

Favoriser l’appropriation des informations, le partage d’expérience et d’opinions.



Suggérer à des interlocuteurs techniques des évolutions pour améliorer l'utilisation des outils.

C11 – Produire et diffuser des savoirs et des données d'un territoire, d'une entreprise ou d'un projet

A partir des directives du chef de projet ou du groupe, dans le cadre d'actions collaboratives et participatives, collecter et produire des savoirs partagés et des données ouvertes sur un sujet à l'échelle d'un territoire, d'une entreprise, ou d'un projet.

Participer à l'organisation des différentes actions pour réaliser des articles, des cartographies, des photos, des vidéos, des bases de données, différentes œuvres etc.

Mettre en forme les savoirs partagés et de données ouvertes produits en vue de les valoriser avec différents moyens de diffusion : supports numériques, expositions, espaces d'information, imprimés, projections.

Dossier Professionnel

Tous les candidats au CCP du Titre Professionnel décrivent par activité type et à partir d'exemples concrets, les pratiques professionnelles en rapport direct et étroit avec le titre professionnel visé. Le candidat a également la possibilité de fournir tout support illustrant cette description. A partir des informations fournies dans ce document et en complémentarité à l'épreuve de synthèse, le jury évaluera les acquis du candidat et les comparera aux requis du titre.

Préparation au CCP

Durée : 7 heures / 1 jour

Préparation à la validation du CCP 002337 « Collaborer à la valorisation numérique d'un territoire, d'une entreprise, ou d'un projet ».

Prérequis : avoir validé les évaluations des modules précédents

- Préparation à la présentation d'un projet réalisé en amont de la session
- Préparation à l'entretien technique

Présentation d'un projet réalisé en amont de la session

En amont de la session, le candidat a préparé une présentation pour le binôme évaluateur de différents projets qu'il a réalisés ou contribués dans le cadre de : Collaboration à la valorisation numérique d'un territoire, d'une entreprise, ou d'un projet.

La présentation attendue se compose de 2 parties.

Le candidat dispose de 20 min pour présenter au binôme évaluateur, différents projets et actions de valorisation numérique qui l'a réalisé. La présentation est composée d'un diaporama de 15 diapositives maximum et d'une séquence vidéo

- Partie diaporama :

Les diapositives présentent différents projets dans lesquels le candidat a collaboré à la valorisation numérique d'un territoire, d'une entreprise, ou d'un projet.

Les projets sont présentés en contexte, objectifs et résultats.

Le candidat présente également tous types de documents qu'il juge complémentaires pour favoriser la compréhension des projets ou valoriser ses contributions dans les projets.

Le temps de cette présentation est de 15 min.

- Partie vidéo

C'est une séquence d'un format compris entre 2 min 30 et 5 min maximum. Elle sert à montrer le candidat agissant dans l'un des projets présentés dans son diaporama. Le cadre réglementaire doit être respecté

Entretien technique

L'entretien technique se déroule à la fin de la première partie de la mise en situation professionnelle. A partir d'une liste préétablie, les jurys choisissent un thème qu'il communique au candidat. Ce dernier a 10 min pour préparer son entretien sur le thème demandé. A l'issue de la préparation munie d'un guide et de questions le jury dispose de 20 min pour conduire l'entretien. Ils interrogent le candidat sur le thème demandé et abordent également les points qui ont retenu leur attention lors de la présentation du projet différencié par rapport aux compétences évaluées.

Modalités pédagogiques

Cette formation est construite sur une alternance de séquence théorique et de mise en pratique.

Chaque module de formation débute par une présentation :

- Des objectifs à atteindre
 - o Compétences à acquérir
 - o Connaissances associées

- Des ressources, outils et méthodes disponibles sur la plateforme de formation
 - o Bibliographie
 - o Webographie
 - o Vidéo
 - o Forum
 - o Guide méthodologique
 - o Support au format PDF
 - o Diaporama
 - o Ressource multimédia ...

- Des travaux à réaliser
 - o Mises en situation
 - o Travaux dirigés
 - o Travaux tutorés
 - o Projets individuels
 - o Projet collectifs...

- Des supports de correction
 - o Support de correction consultable après livraison (vidéo, papier, ...)
 - o Correction en direct (présentiel ou visio-conférence en direct)

- Des critères d'évaluation et seuil requis pour la validation des compétences
 - o Grille d'évaluation
 - o Calendriers des livrables attendus
 - o Epreuve « sur table »

- Des modalités de suivi du tuteur de formation
 - o Rencontre individuelle
 - o Visio-conférences (hangout)
 - o Forum
 - o Messagerie
 - o Téléphone ...

Personnes ressources

Les apprenants disposent de trois tuteurs :

- o Le tuteur pédagogique
 - Pour les questions liées à l'apprentissage
- o Le tuteur technique
 - Pour des problèmes de fonctionnement du matériel ou de la plateforme Campus
- o Le tuteur administratif
 - Pour les questions liées aux difficultés administratives (émargement, rémunération...).

Pour assurer le meilleur déroulement possible de la formation, les tuteurs sont joignables :

- o Par mail, par téléphone, visioconférence, tchat ...

Méthodes et moyens pédagogiques

Les méthodes s'appuient sur des principes de pédagogie active, avec modulation des objectifs par stagiaire et par domaine. Elles alternent des séquences de formation en grand groupe et temps de formation par petits groupes à tâches différenciées, selon les prérequis et la progression de chacun. Les objectifs spécifiques sont travaillés de façon individualisée.

Les activités mise en œuvre privilégieront les liens avec la pratique, tous les apports théoriques auront une application lors de mises en situations professionnelles.

L'ensemble des parcours de formation et des ressources associées sont disponibles sur notre plateforme LMS.

Chaque apprenant dispose d'un espace personnel – accessible par un identifiant et un mot de passe.

Celui-ci comprend :

- Un espace administratif
 - o Règlement intérieur / Charte informatique
 - o CV des intervenants
 - o Programme de stage
 - o Calendrier de la formation
 - o Feuilles d'émargement
 - o REAC / RC

- Des modules de cours :
 - o Description du cours
 - o Parcours de formation
 - o Exercices
 - o Cahier de notes
 - o Tableau de suivi de présence
 - o Documents
 - o Liens
 - o Forum
 - o Utilisateurs

Pendant toute la formation est mis à disposition de l'apprenant un ordinateur fixe :

- o Intel Core i3-3120M
- o 8Go de Ram
- o 640 Go de disque dur
- o Ecran 21" Led
- o Wi-fi N
- o Bluetooth
- o Webcam
- o Windows 8.1
- o Suite Adobe
- o MS office
- o Utilitaire nécessaire installé au fur et à mesure de la formation

Chaque salle de formation dispose :

- o 1 serveur NAS 1 Tera octet
- o Imprimante A4 et A3 couleur
- o Webcam
- o Scanner à plat
- o Vidéoprojecteur
- o Parc i-pad pour test de développement sur IOS