

**Public visé :**

Salariés en poste d'assistant de ressource humaine, d'assistant de direction ou d'assistant commercial et les demandeurs d'emploi souhaitant découvrir le métier de "community manager interne". Aucune activité professionnelle préalable n'est requise mais il est préférable que le stagiaire ait un minimum de connaissance sur les réseaux sociaux.

**Pré requis :**

Aucun pré requis

**Objectif(s) pédagogique (s)**

Peu importe votre rôle dans l'entreprise, il est important de passer des messages liés aux décisions et aux activités de l'entreprise aux équipes en interne et en externe ou aux interlocuteurs externes (clients, partenaires, prestataires, etc.). Un des meilleurs moyens de communication est de créer des contenus simples et attirants pour que toute personne de l'entreprise puisse comprendre les sujets au mieux et qu'ils diminuent au maximum la possibilité de malentendus. Dans une entreprise à taille humaine, il est souvent possible de ne pas avoir une équipe dédiée à la communication où l'assistant de RH ou de direction prend constamment une partie de rôle de community manager afin de distribuer les plannings, les messages importants et les activités de l'entreprise aux interlocuteurs.

À l'issue de la formation le stagiaire sera capable de :

- Appréhender les différentes interfaces des réseaux sociaux
- Elaborer une stratégie de communication cohérente et sur le long terme
- Créer ou optimiser votre profil

**Durée et modalité d'organisation :**

Durée de 7 heures en présentiel

Maximum 3 stagiaires sont acceptés pour une formation

L'accès à un ordinateur (PC ou Mac) ou une tablette est requis.

**Accessibilité :**

*L'organisme de formation mobilise les expertises, outils et réseaux partenaires pour favoriser l'accueil des personnes en situation de handicap, merci de nous contacter pour envisager la faisabilité.*

**Tarifs :**

790€ HT avec 20% de TVA, soit 948 EUR TTC(1 journée par personne)

**Déroulé / contenu de la formation :**

Module 1. Appréhender les différentes interfaces des réseaux sociaux

- Présentation des réseaux sociaux (but, cibles et objectifs)
- Présentation des leviers à activer selon la cible
- Comprendre l'importance du storytelling et du bad buzz

**Module 2. Elaborer une stratégie de communication cohérente et sur le long terme**

- Déterminer sa stratégie de contenu et les objectifs en fonction de la cible et de d'audience
- Développer le Personal Branding
- Construire votre ligne éditoriale
- Créer une image authentique et communiquer sur ce qui rend unique la marque ou le produit

**Module 3. Créer ou optimiser votre profil LinkedIn/Facebook/Instagram**

- Remplir et mettre en avant votre profil
- Création d'une publication
- Développer votre visibilité
- Améliorer le référencement de votre profil

**Moyen d'encadrement :**

Le formateur est diplômé d'un Master d'Arts, parcours design graphique et design d'interaction et a des années d'expériences concrètes sur le domaine de communication et marketing. Ses compétences dans la création de visuels qui démontrent le story-telling d'un produit ou d'une société sont indispensables pour les stagiaires qui souhaitent devenir un 'community manager' interne/externe.

**Méthodes mobilisées :**

La formation pour devenir community manager est accessible en formation présentielle dans nos locaux à Bruay-sur-l'Escaut. Nous adaptons nos formations aux besoins des stagiaires en partant de leurs problématiques. Tout au long de nos formation-actions nous utilisons des mises en situation, des exercices et des études de cas pour transformer les apports théoriques en véritables compétences opérationnelles. Plus concrètement, après la première session (1h) de présentation et d'explication des bases théoriques, nous analyserons des comptes réseaux sociaux d'une marque ou d'une société afin de comprendre comment leurs comptes et messages ont été construits et développés au cours du temps. Une fois que les stagiaires comprennent les principes, nous ouvrons un compte de test, configurons les paramètres nécessaires, puis définissons ensemble la charte graphique ainsi que le message afin de développer la notoriété d'une marque ou d'une société choisie. Nous créons ensuite des visuels ainsi que des histoires à communiquer sur ces canaux et essayons de les programmer et poster directement. Ces différents exercices pratiques permettent d'évaluer les participants tout au long de la formation, de partager des retours d'expérience et d'évaluer les progrès des stagiaires.

**Modalités de suivi et d'évaluation :**

Au cours de la formation, les stagiaires passent une évaluation écrite afin de valider le module qui vient d'être étudié. La matinée de formation compte 3 QCM. Dans l'après-midi, les stagiaires sont évalués sur 2 exercices pratiques afin d'évaluer les apports réels de la formation et leurs mises en application dans le quotidien professionnel. Le formateur évalue chaque stagiaire individuellement selon une grille d'évaluation préalablement établie.

**Livrables remis aux stagiaires**

Certificat de réalisation

**Modalités et délai d'accès :**

Les délais légaux de rétractation : 10 jours pour une signature du contrat/convention en présentiel et 14 jours si signature à distance. Le stagiaire doit contacter l'organisme par email [info@com-3d.fr](mailto:info@com-3d.fr) ou par téléphone 06 22 82 08 25 pour manifester son intérêt. Un entretien téléphonique ou physique avec un formateur aura ensuite lieu, afin de comprendre les besoins du stagiaire en détails et le formateur proposera une date de formation avec un programme.