

Formation Community Manager : devenez expert des réseaux sociaux

séances individuelles d'une heure en format hybride · 1 expert dédié du premier cadrage jusqu'au bilan final.
Programme bâti sur vos comptes réels, vos objectifs concrets et votre secteur d'activité.

DURÉE

36 séances · 100 h

TARIF HT

À partir de 15 000 € HT

FORMAT

Hybride

CATÉGORIE

Marketing & réseaux sociaux

DURÉE

**36 séances ·
100 h**

TARIF HT

**À partir de
15 000 € HT**

FORMAT

Hybride

SESSIONS

36 séances

CUMUL DE VOTRE SÉLECTION

4 niveaux sélectionnés · **36 séances individuelles** de **1 heure** en visio · **100 heures** au total · **À partir de 15 000 € HT** .

01 Présentation

Vous prenez en charge les réseaux sociaux d'une entreprise ou vous lancez votre propre présence en ligne, mais vous n'avez jamais été formé au community management de façon structurée. Ce parcours en séances individuelles d'une heure vous accompagne depuis les premiers fondamentaux jusqu'à la production autonome de contenus engageants.

Avant la première séance, votre expert dédié réalise un cadrage gratuit pour identifier vos comptes actifs, vos objectifs (notoriété, engagement, génération de trafic) et les plateformes prioritaires pour votre activité. Le programme est ensuite ajusté en conséquence : si votre cible est sur LinkedIn, on travaille LinkedIn. Si vous évoluez dans le commerce local, on cible Instagram et Facebook.

Chaque séance d'une heure produit un livrable concret : un calendrier éditorial, un visuel publié, une analyse de performance, un premier boosting mis en place. Vous ne repartez jamais les mains vides. Le format hybride permet d'alterner séances en visioconférence et sessions en présentiel sur site, selon ce qui convient le mieux à votre contexte.

À l'issue des séances individuelles, vous maîtrisez les algorithmes, la production de contenu (texte, visuel, vidéo courte), la lecture des statistiques et les bases de la publicité sur les plateformes sociales. Vous disposez d'un système éditorial opérationnel que vous pouvez faire tourner seul ou avec une petite équipe.

02 Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le stagiaire est capable de :

Comprendre les codes et le fonctionnement de chaque réseau social (Instagram, LinkedIn, Facebook, TikTok)

Créer ou optimiser des profils professionnels adaptés à son secteur d'activité

Produire des visuels professionnels et des vidéos courtes avec Canva et CapCut

Rédiger des légendes engageantes et structurer une stratégie de hashtags

Construire un calendrier éditorial sur 90 jours et planifier ses contenus

Lire et interpréter ses statistiques pour ajuster sa stratégie de publication

Gérer sa communauté au quotidien : répondre aux commentaires, modérer, fidéliser

03 Public & prérequis

PUBLIC CONCERNÉ

Indépendants, dirigeants de TPE/PME, responsables communication sans expérience sur les réseaux sociaux, ou salariés en charge de la communication digitale de leur entreprise sans accompagnement préalable. Aucune compétence technique requise.

PRÉREQUIS

Aucun pré-requis technique. Savoir utiliser un smartphone et naviguer sur internet suffit pour démarrer.

04 Programme par séance

36 séances individuelles d'1 heure en visio avec votre expert dédié. Chaque séance débute par un point d'avancement et se termine par un livrable concret · pas de cours générique.

Programme cumulé sur 4 niveaux : Débutant, Intermédiaire, Confirmé, Expert.

NIVEAU DÉBUTANT

SÉANCE 01

Séance 1 · Audit de votre présence et cadrage personnalisé

1H

- Analyse de vos comptes existants et de votre présence actuelle
- Identification de vos objectifs prioritaires et de votre cible
- Adaptation du programme à votre secteur et à vos outils

SÉANCE 02

Séances 2 à 6 · Panorama des réseaux et positionnement

5H

- Comprendre les algorithmes et les codes propres à chaque plateforme
- Choisir les réseaux adaptés à votre activité et à votre cible
- Optimiser biographie, photo de profil et liens sur chaque réseau
- Définir votre positionnement éditorial et vos piliers de contenu
- Distinguer compte professionnel et compte personnel : enjeux et règles

SÉANCE 03

Séances 7 à 13 · Création de contenu visuel

7H

Prise en main de Canva : templates et charte graphique personnalisée

- Créer des posts statiques, des carousels et des infographies simples
- Adapter les formats aux spécificités de chaque réseau
- Construire une identité visuelle cohérente sur toutes les plateformes
- Créer ses premières stories avec texte, stickers et liens actifs
- Publier un premier visuel en direct sur votre compte professionnel
- Organiser un dossier de ressources visuelles réutilisables

SÉANCE 04**Séances 14 à 18 · Création de contenu vidéo****5H**

- Tournage simple : cadrage, lumière et son avec un smartphone
- Prise en main de CapCut : montage, sous-titres, musique libre de droits
- Créer son premier Reels ou TikTok sur un sujet métier concret
- Intégrer visuels, transitions et textes à l'écran
- Publier et analyser la performance de sa première vidéo courte

SÉANCE 05**Séances 19 à 23 · Rédaction et calendrier éditorial****5H**

- Rédiger des légendes engageantes : accroche, corps, appel à l'action
- Stratégie de hashtags : identifier les bons, les organiser par thème
- Construire un calendrier éditorial mensuel structuré
- Planifier ses contenus avec Meta Business Suite ou Buffer
- Préparer un mois complet de contenu à l'avance

SÉANCE 06**Séances 24 à 27 · Maîtrise des plateformes clés****4H**

LinkedIn : spécificités B2B, publication personnelle et page entreprise

- Instagram : esthétique, grille, Reels et stories pour la visibilité
- Facebook : gestion d'une page, groupes et événements
- TikTok : codes, tendances et création d'un premier contenu viral

SÉANCE 07**Séances 28 à 31 · Gestion de communauté et analyse****4H**

- Répondre aux commentaires et messages de manière professionnelle
- Gérer un avis négatif ou un commentaire inapproprié
- Lire ses statistiques : portée, engagement, impressions
- Identifier ses contenus les plus performants et en tirer des enseignements

SÉANCE 08**Séances 32 à 33 · Introduction à la publicité sociale****2H**

- Comprendre la structure des publicités sur Meta (Facebook et Instagram)
- Créer une première publicité simple avec un objectif de visibilité
- Différencier une publication boostée d'une campagne publicitaire structurée

SÉANCE 09**Séance 34 · Plan de contenu sur 90 jours****1H**

- Construire un plan éditorial sur 3 mois avec thèmes, formats et fréquences
- Anticiper les temps forts, événements sectoriels et temps creux
- Préparer les ressources et les planifier dans votre outil choisi

SÉANCE 10**Séance 35 · Bilan et plan d'action post-parcours****1H**

Évaluation des compétences acquises sur livrable concret

- Identification des axes d'amélioration prioritaires
- Feuille de route autonome pour les 6 prochains mois

NIVEAU INTERMÉDIAIRE

SÉANCE 11

Séance 1 · Audit stratégique et cadrage personnalisé

1H

- Analyse de vos comptes, de vos statistiques actuelles et de vos objectifs
- Identification des leviers prioritaires et des points de blocage
- Adaptation du programme à votre secteur et à vos objectifs de croissance

SÉANCE 12

Séances 2 à 5 · Stratégie éditoriale structurée

4H

- Définir ses piliers de contenu et son calendrier éditorial avancé
- Construire une ligne éditoriale cohérente sur 3 réseaux simultanément
- Techniques de storytelling appliquées aux réseaux sociaux professionnels
- Adapter les formats aux objectifs : notoriété, engagement, conversion

SÉANCE 13

Séances 6 à 10 · Contenu vidéo professionnel

5H

- Production vidéo avec smartphone : cadrage, lumière, son professionnel
- CapCut avancé : sous-titres automatiques, transitions et musique
- Créer des Reels Instagram et TikTok sur un sujet métier précis
- Vidéo LinkedIn : codes spécifiques, format et durée optimaux
- Publier et optimiser la distribution de ses vidéos sur chaque réseau

SÉANCE 14

Séances 11 à 14 · Publicité sur les réseaux sociaux

4H

- Structure des Meta Ads : campagnes, ensembles de publicités, annonces
- Ciblage d'audience avancé : intérêts, lookalike, retargeting
- Créer et piloter une campagne Instagram ou Facebook complète
- LinkedIn Ads : objectifs de campagne et ciblage B2B professionnel

SÉANCE 15

Séances 15 à 18 · Analyse et tableaux de bord

4H

- KPIs essentiels par réseau et par objectif business
- Construire un tableau de bord personnalisé avec Metricool ou Looker Studio
- Analyser et interpréter les performances d'une campagne publicitaire
- Produire un reporting mensuel clair et actionnable pour les dirigeants

SÉANCE 16

Séances 19 à 21 · Community management avancé

3H

- Techniques d'engagement : questions, sondages, challenges, lives
- Gérer une situation de crise ou un bad buzz avec méthode
- Modération avancée : répondre, masquer, signaler et escalader

SÉANCE 17

Séances 22 à 23 · Partenariats et influence

2H

- Identifier et sélectionner des micro-influenceurs pertinents pour votre secteur
- Rédiger un brief influenceur et définir les modalités d'un partenariat
- Analyser les résultats d'une opération d'influence et en mesurer l'impact

SÉANCE 18

Séance 24 · Plan de contenu trimestriel

1H

Construire le plan éditorial du prochain trimestre

- Intégrer les campagnes publicitaires dans le calendrier éditorial
- Anticiper les temps forts et allouer les ressources en conséquence

SÉANCE 19**Séance 25 · Bilan et plan d'action post-parcours****1H**

- Évaluation des compétences acquises sur cas réels de votre activité
- Identification des axes d'amélioration prioritaires
- Feuille de route autonome pour les 6 prochains mois

NIVEAU CONFIRMÉ**SÉANCE 20****Séance 1 · Audit de votre stack et cadrage personnalisé****1H**

- Analyse de vos outils, campagnes et performances actuelles
- Identification des 3 leviers d'optimisation prioritaires
- Adaptation du programme à votre organisation et vos objectifs à 12 mois

SÉANCE 21**Séances 2 à 4 · IA et automatisation éditoriale****3H**

- Utiliser ChatGPT et Claude pour générer et affiner des contenus éditoriaux
- Construire des prompts efficaces pour la production régulière
- Automatiser la planification et les relances avec Make ou Zapier

SÉANCE 22**Séances 5 à 7 · Production vidéo avancée****3H**

Storytelling vidéo : structure narrative, hooks d'accroche et rythme

- Editing professionnel : color grading, transitions et effets sur mobile
- Créer des contenus vidéo adaptés à LinkedIn, Reels et YouTube Shorts

SÉANCE 23**Séances 8 à 11 · Publicité avancée et optimisation****4H**

- Méthodes d'optimisation des campagnes Meta : Creative Testing, CBO
- LinkedIn Ads avancé : Lead Gen Forms, Sponsored Content, ciblage par compte
- Structurer et piloter un budget publicitaire mensuel multicanal
- Analyser les données et ajuster les enchères et audiences en temps réel

SÉANCE 24**Séances 12 à 14 · Monitoring et reporting avancé****3H**

- Construire un tableau de bord Looker Studio connecté à vos sources de données
- Définir des objectifs SMART et des KPIs actionnables par réseau
- Produire un rapport trimestriel stratégique pour les dirigeants

SÉANCE 25**Séances 15 à 17 · Community building et gestion de crise****3H**

- Techniques avancées d'engagement : gamification, UGC, live streaming
- Gestion de crise avancée : protocole, communication et récupération
- Construire une communauté engagée sur le long terme

SÉANCE 26**Séances 18 à 19 · Stratégie d'influence****2H**

Identifier des influenceurs pertinents selon les objectifs et le secteur

- Rédiger un brief d'influence, cadrer les livrables et contractualiser
- Piloter une opération d'influence de A à Z et en mesurer le ROI

SÉANCE 27**Séance 20 · Bilan et feuille de route sur 12 mois****1H**

- Évaluation des compétences acquises sur cas réels de votre entreprise
- Construction d'un plan de développement social media sur 12 mois
- Plan d'action prioritaire pour les 60 prochains jours

NIVEAU EXPERT**SÉANCE 28****Séance 1 · Audit de votre organisation et cadrage stratégique****1H**

- Analyse de votre organisation, de vos équipes et de vos enjeux prioritaires
- Cartographie de votre présence actuelle et des écarts avec vos objectifs
- Définition des priorités du parcours et des livrables attendus

SÉANCE 29**Séances 2 à 4 · Architecture stratégique et gouvernance****3H**

- Concevoir une stratégie social media à 18 mois alignée sur les objectifs business
- Rédiger une charte éditoriale complète : ton, formats, fréquences, processus
- Construire des workflows de validation et de publication documentés

SÉANCE 30**Séances 5 à 7 · Management d'équipe social media****3H**

Structurer une équipe social media : rôles, responsabilités, indicateurs de performance

- Brief et management d'un community manager ou d'une agence externe
- Recrutement : compétences clés, test pratique et grille d'évaluation

SÉANCE 31**Séances 8 à 10 · Audit et recommandations stratégiques****3H**

- Méthode d'audit d'une présence sociale : critères, outils et référentiel
- Analyser les données et identifier les axes d'optimisation prioritaires
- Rédiger un rapport d'audit actionnable avec recommandations chiffrées

SÉANCE 32**Séances 11 à 13 · ROI social et pilotage budgétaire****3H**

- Construire un modèle d'attribution et de ROI pour les actions social media
- Piloter un budget social media annuel : allocation, suivi et réallocation
- Produire un tableau de bord stratégique pour le comité de direction

SÉANCE 33**Séances 14 à 15 · Influence marketing à l'échelle****2H**

- Construire un programme d'influence : identification, brief et contractualisation
- Gouvernance d'un programme d'influence : suivi, évaluation et renouvellement

SÉANCE 34**Séances 16 à 17 · Gestion de crise institutionnelle et social listening****2H**

- Protocole de gestion de crise institutionnelle sur les réseaux
- Social listening : mettre en place une veille stratégique automatisée
- Analyser les signaux faibles et anticiper les sujets sensibles

SÉANCE 35

Séances 18 à 19 • Transmission et acculturation interne

2H

- Former et acculturer ses équipes aux enjeux et codes des réseaux sociaux
- Construire un programme d'acculturation interne sur les réseaux
- Créer une base documentaire partagée et des processus durables

SÉANCE 36

Séance 20 • Bilan et feuille de route stratégique

1H

- Évaluation sur livrable stratégique concret : plan ou rapport d'audit
- Identification des prochains chantiers prioritaires
- Plan de développement de la présence sociale sur 18 mois

05 Modalités

PÉDAGOGIE

Ce parcours se déroule en séances individuelles d'une heure en format hybride, visioconférence ou présentiel selon votre localisation. Un cadrage préalable sans frais permet à votre expert dédié d'analyser votre contexte, vos outils actuels et vos cas d'usage prioritaires avant la première séance. Le programme est entièrement retravaillé selon votre secteur et vos objectifs concrets. Chaque séance produit un livrable directement applicable : visuel publié, légende rédigée, calendrier structuré. Si vous travaillez principalement sur Instagram, on travaille sur Instagram. Si votre audience est B2B sur LinkedIn, c'est LinkedIn qui est central. Votre expert reste le même du début à la fin.

ÉVALUATION

Un quiz de positionnement précède la première séance pour calibrer les objectifs et adapter le niveau de départ. À chaque séance, des mises en situation sur vos comptes réels permettent de valider les acquis en conditions opérationnelles. Un point de progression structuré à mi-parcours réajuste le programme si nécessaire. La séance finale évalue vos compétences sur un livrable concret : un calendrier éditorial complet sur 90 jours pour votre activité. Une enquête de satisfaction est recueillie à chaud à J+1 et à froid à J+30 pour mesurer l'impact de l'accompagnement sur votre activité professionnelle.

ACCESSIBILITÉ

Ce parcours est accessible aux personnes en situation de handicap. Le format hybride permet de s'adapter aux contraintes de mobilité. À la demande, les supports sont fournis en texte brut, audio ou police adaptée aux troubles de la lecture. La durée des séances peut être modulée selon les capacités de concentration ou les contraintes de santé. Un accompagnement par interprète en langue des signes française peut être organisé sur demande. notre référent handicap, Benjamin Berrous, est disponible avant et pendant le parcours.

L'environnement de travail du stagiaire, matériel, connexion et espace, est pris en compte lors du cadrage initial Contact référent handicap · benjamin.berrous@mda-performance.fr.

Prêt à démarrer ?

Premier échange de cadrage gratuit avec votre futur expert. Programme adapté à votre contexte, sans engagement.

VOUS POUVEZ ME RETROUVER ICI

groupe-mda.fr/formations/formation-community-manager-devenez-expert-des-reseaux-sociaux