



Mise à jour : 28.06.2022

## TP Community manager

NIVEAU DE CERTIFICATION

VI

FAMILLE

Marketing, Communication, Vente

CODE NSF

320m Spécialités plurivalentes de la communication et de l'information

NIVEAU FRANÇAIS

II

CODE-ROME

E1101 : Animation de site multimédia

## Présentation

L'objectif de la certification est de former le futur titulaire afin de lui permettre de :

- Fédérer, développer, gérer et animer des communautés on line et off line via les réseaux sociaux pour développer la notoriété d'une marque, d'un produit, d'un projet
- Intéragir avec les clients et les prospects. Il crée un réseau de prescripteurs (ou influenceurs) au service de son objectif. Il les incite à produire du contenu favorable à la marque. Il crée de l'animation virale (buzz) via des opérations marketing (débats, jeux, concours, réunion off line,...) nécessaires à la valorisation du contenu du site
- Conduire le référencement du site via les réseaux sociaux et les ombres conversationnelles. Il est souvent amené à conduire les autres aspects du référencement (naturel comme payant), à mettre en place des indicateurs d'audience, à les analyser et proposer ou activer des opérations correctives.
- Posséder une très bonne connaissance des plateformes communautaires et assure une veille technologique pour identifier leurs évolutions.
- Assurer une veille concurrentielle (benchmarking).
- Garantir l'identité numérique de l'entreprise ou des produits (e réputation).

## Les compétences

Le titulaire de la certification est capable notamment de :

- Définir et piloter la stratégie de communication sur le web de l'entreprise en lien avec les Directions Générales et Marketing.
- Développer la notoriété positive de l'entreprise sur le web.
- Attirer, fédérer et développer des communautés autour de produit, de la marque.



- Animer et modérer ces communautés.
- Fidéliser les internautes par des actions web marketing.
- Créer et faire vivre des communautés : organiser des évènements fédérateurs, faire remonter les remarques et suggestions des membres.
- Identifier, solliciter et valoriser les bloggeurs influents pour la création de contenu positifs.
- Définir des indicateurs (fréquentation, notoriété, de satisfaction...) pour suivre la vie de la communauté, produire des statistiques et des tableaux de bord.
- Mettre en oeuvre les actions correctives.
- Faire les reportings auprès de son (ou ses) responsable(s).

## Voie d'accès

- ✓ Formation continue
- ✓ Candidature individuelle
- ✓ Contrat de professionnalisation
- ✓ VAE

## Organismes certificateur

- Institut de formation commerciale permanente (IFOCOP)

## Métiers cibles

MARKETING, COMMUNICATION, VENTE

- animateur(trice) réseaux sociaux