Mise à jour : 28.06.2022

TP Community manager

NIVEAU DE CERTIFICATION VI

NIVEAU FRANÇAIS II

FAMILLE
Marketing, Communication, Vente

CODE-ROME
E1101 : Animation de site multimédia

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

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 trés bonne connaissance des plateformes communautaires et assure une veille technologique pour identifier leurs évolutions.
- Assurer une veille concurentielle (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.

© Observatoire des industries de la Chimie - 2022

- 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

© Observatoire des industries de la Chimie - 2022