

**+DE 85% DE NOS ALTERNANTS
TROUVENT UN EMPLOI CHAQUE ANNÉE**

Source : Etude Emploi pour France Compétences



CERTIFICATION

Diplôme RNCP de niveau 6 (bac+3/4)

Enregistré au Répertoire National
des Certifications Professionnelles
(J.O. du 1 juin 2022, code 320m)

Formacodes® : 46235 / 24223 / 34093 / 46341

PRÉ-REQUIS

Niveau 5 validé (niveau bac+2) ou diplôme /
certification de niveau équivalent

DURÉE

12 mois

PUBLIC

Contrat d'apprentissage

Jeunes de 16 et 29 ans révolus ou personnes RQTH
sans limite d'âge

Contrat de professionnalisation

Jeunes de 16 à 25 ans révolus ou demandeurs
d'emplois de 26 ans et plus inscrits à Pôle emploi

ADMISSION

Dossier + Entretien de positionnement + tests

RÉMUNÉRATION

Contrat de professionnalisation

Entre 55% et 100% du SMIC selon l'âge et le niveau
d'études

Contrat d'apprentissage

Entre 43% et 100% du SMIC selon l'âge et le niveau
d'études

Descriptif métier

Acteur du webmarketing, le Community manager fédère, développe et anime des communautés on-line et offline via les réseaux sociaux pour développer la notoriété de la marque. Il interagit avec les clients, les prospects, les influenceurs et les incite à produire des contenus. Il crée de l'animation virale (buzz) via des opérations marketing nécessaires à la valorisation du contenu du site.

Le community manager possède une très bonne connaissance des plateformes communautaires et veille aux évolutions technologiques et concurrentielles (benchmarking). Il participe au référencement du site via les réseaux sociaux.

Il évalue l'efficacité des actions, met en place des indicateurs d'audience, les analyse et propose ou active des opérations correctives.

Les opportunités sont riches et variées en termes de métiers ou débouchés : Traffic manager, Rédacteur web, Consultant en communication ...

Code ROME correspondant au métier de Community manager : E1101

Compétences acquises

- Mener une veille sur les usages de communication et consommation digitales
- Élaborer une stratégie en marketing digital
- Élaborer un plan de communication
- Mettre en place une campagne publicitaire
- Analyser/interpréter le ROI (retour sur investissement) pour ajuster la stratégie
- Produire des contenus rédactionnels en optimisant le référencement / produire des contenus visuels
- Faire vivre et réguler les espaces d'échanges avec les communautés
- Favoriser l'engagement de la communautés (événements)
- Assurer la fonctionnalité des comptes sur les réseaux sociaux
- Créer un blog, suivre les fonctionnalités et anticiper les évolutions techniques et fonctionnelles du blog (audit, préconisations)

Modalités de certification

- Contrôle continu (mises en situation professionnelle, études de cas, projets...)
- Évaluation de la période d'application pratique en entreprise par le tuteur
- Élaboration d'un dossier professionnel relatif à la période d'application pratique en entreprise
- Soutenance orale devant un jury de professionnels

Modalités pédagogiques

Centrées sur l'acquisition de compétences opérationnelles et dans un objectif d'emploi, les modalités pédagogiques s'appuient sur un dispositif de cours en présentiel.

Pendant toute la formation, vous avez accès à une plateforme pédagogique en ligne vous permettant d'accéder à des ressources complémentaires.

Vous bénéficiez également d'un accompagnement durant votre contrat d'alternance via cette plateforme pour la réalisation de votre dossier professionnel.

PROGRAMME

2 jours de cours par semaine pendant 12 mois

Élaborer et évaluer la stratégie en marketing digital

Objectif pédagogique : Mener une veille sur les innovations fonctionnelles et technologiques afin d'élaborer des stratégies en marketing digital et en communication

Compétences visées :

- Mener une veille sur les usages de communication et consommation digitales
- Élaborer une stratégie en marketing digital
- Élaborer un plan de communication
- Mettre en place une campagne publicitaire
- Analyser/interpréter le ROI (retour sur investissement) pour ajuster la stratégie

Produire des contenus et animer des communautés

Objectif pédagogique : Assurer la production de contenus visuels, rédactionnels et favoriser l'engagement de la communauté

Compétences visées :

- Produire des contenus visuels et rédactionnels
- Construire un storytelling
- Animer des communautés
- Optimiser le référencement naturel pour les moteurs de recherche (SEO)
- Optimiser la gestion des leads

Créer et configurer les outils de communication Web

Objectif pédagogique : Assurer la fonctionnalité des comptes de l'entreprise

Compétences visées :

- Assurer la fonctionnalité des comptes sur les réseaux sociaux
- Créer un blog
- Suivre les fonctionnalités et anticiper les évolutions techniques et fonctionnelles du blog (audit, préconisations)

3 jours par semaine en entreprise pendant 12 mois

L'apprenant met en application ses nouvelles compétences chaque semaine, au fur et à mesure qu'il les acquiert et ce pendant un an.

Dossier

Chaque alternant doit rédiger un dossier en rapport avec sa période d'alternance en entreprise et le remettre à l'Institut en fin de formation. Le sujet est choisi en accord avec le tuteur en entreprise. Le document doit proposer une méthodologie de réflexion et des recommandations.

Les 6 avantages de l'alternance :

- Deux types de contrat au choix
- Décrocher un diplôme
- Être rémunéré pendant sa formation
- Apprendre un métier sur le terrain
- Être accompagné
- Une porte d'entrée dans l'entreprise

CENTRES & SESSIONS

<https://www.ifocop.fr/calendrier-des-formations/>



ifocop

RECRUTEMENT PERMANENT

Contacts Candidats et Entreprises

01 56 34 69 69 - alternance@ifocop.fr

Inscription directe à une réunion d'information :

www.ifocop.fr