

LE CERTIFICAT DE MODULE

Community Management & Brand Content

EST DÉLIVRÉ À

Sabine Ghislaine Vouala
MABONDZO

DURÉE ET DATES

157.5 heures | du 08/01/25 au 11/02/25

Toutes les conditions de certification exigées ont été remplies et la formation s'est achevée avec succès.

CADSCHOOL LAUSANNE, LE 11 FÉVRIER 2025

CÉDRIC MILLIoud | DIRECTEUR



DURÉE

Durée totale : 157.5 heures

OBJECTIFS

Être capable de :

Produire avec un smartphone des vidéos adaptées à Internet

Créer des contenus visuels sur Canva Pro, adaptés aux médias sociaux

Élaborer une stratégie de contenus performante et mesurable

Établir une stratégie de dialogue adaptée aux réseaux sociaux et attentes de leurs utilisateurs

Amplifier l'image et la fidélité d'une entreprise / marque en développant l'engagement de sa communauté sur les réseaux justement sélectionnés

Évaluer et exploiter les résultats quantitatifs et qualitatifs des posts organiques et des publicités payantes diffusées sur les réseaux sociaux

Utiliser les outils Facebook Business Manager et de Social Analytics

CONTENU

Vidéo avec smartphone – Prise de vues, tournage, montage et publication de vidéos adaptées à Internet

Canva Pro – Concevoir et publier des contenus visuels adaptés aux différents réseaux sociaux

Marketing médias sociaux - Les fondamentaux pour définir ses audiences avec les personas et établir les parcours consommateurs

Communication médias sociaux – Étudier les possibilités de ciblage, lier les Social Ads aux différents canaux de communication, définir des objectifs marketing SMART

Réseaux sociaux - Profils – Connaître les spécificités des principales plateformes et leurs algorithmes

Réseaux sociaux - Stratégie – Définir une stratégie pour construire son image, sa communication et la vente avec le Social selling

Réseaux sociaux - Rédaction – Rédiger selon les publications et utiliser les hashtags

Marketing de contenus – Définir une stratégie de contenus pour établir la crédibilité de sa marque

Réseaux sociaux - Publication – Concevoir des publications organiques efficaces

Communautés & Influenceurs – Construire une communauté engagée et s'appuyer sur les influenceurs

Réseaux sociaux - Publicité – Réaliser et gérer des campagnes publicitaires sur les réseaux sociaux

Réseaux sociaux - Campagnes – Paramétrer, cibler et optimiser des campagnes publicitaires sur les réseaux sociaux

Objectifs et Social Analytics – Fixer des objectifs et analyser le résultat des actions mises en place

E-reputation et Veille sociale – Surveiller et analyser les mentions de sa marque et de ses concurrents; établir une politique d'entreprise pour les réseaux sociaux

Cas pratique certifiant – projet de groupe ayant pour objectif d'élaborer la stratégie social media d'une entreprise, puis de la décliner en contenus et de la présenter