

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 – Paramétrier, 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