



LES FONDAMENTAUX DU COMMUNITY MANAGEMENT

Se positionner en community manager pour créer, développer et animer sa communauté.

FORMATIONS COURTES

INITIATION

BEST-OF

DIST.

Ref. : 3703319

Durée :
2 jours - 14 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 1750 € HT

Repas inclus

Code Dokelio : 030034

Nouveau métier né de l'évolution du web et de l'émergence du Social Média (réseaux sociaux), le rôle du community manager (gestionnaire des communautés) est de recruter, gérer, animer et fédérer une communauté pour le compte d'une marque ou d'une société. Poste stratégique au sein du service communication et/ou marketing, il en est l'un des porte-parole, favorise le dialogue et crée de l'engagement.

LIEUX ET DATES DÉTAILLÉS

Lyon

15 et 16 oct. 2026

- 15/10/2026 09:00 --> 16/10/2026 17:30 à Lyon
 - 15/10/2026 09:00 --> 15/10/2026 17:30
 - 16/10/2026 09:00 --> 16/10/2026 17:30

OBJECTIFS

- Définir une stratégie pour construire et développer sa communauté.
- Animer sa communauté.
- Fidéliser ses membres et améliorer leur cohésion.

EVALUATION

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

POUR QUI ?

Responsables et chargés de communication. Webmasters et responsables éditoriaux ayant acquis les techniques rédactionnelles pour le web.

PRÉREQUIS

Travailler dans la communication, l'animation de communautés ou la création de sites web.

Maîtriser les techniques rédactionnelles pour le web.

COMPÉTENCES ACQUISES

Définir une stratégie pour construire et développer sa communauté et animer sa communauté, fidéliser ses membres et améliorer leur cohésion.

PROGRAMME

Pendant

Les fondamentaux du community management



Organisme qualifié
par l'ISQ-OPQF



Membre de la Fédération
Les Acteurs de la Compétence

CFPJ SAS - 18-24 rue Tiphaine - 75015 PARIS
Tél. : +33 (0)1 42 21 02 02 - e-mail : serviceclient@cfpj.com
Siret 449 557 339 000 32



Intégrer la notion de communauté et mesurer ses enjeux

- Qu'est-ce qu'une communauté ? À quoi sert-elle ?
- Déterminer les impacts du web social sur l'identité individuelle, sur la relation marque-consommateurs, sur l'image des marques
- Mesurer l'importance des communautés sur le web.
- Identifier les nouvelles tendances introduites par le web collaboratif

Définir sa stratégie communautaire

- Faut-il créer sa communauté ou profiter des communautés existantes ?
- Quels types de relations développer ?
- Piloter son image au sein des communautés
- Profiter du potentiel démultiplicateur des communautés
- Optimiser ses investissements online grâce aux communautés

Construire et développer sa communauté

- Planifier les étapes de sa création
- Définir les valeurs de sa communauté
- Impliquer ses collègues : les enjeux

Animer sa communauté sur internet, améliorer sa cohésion

- Respecter les principes fondamentaux : transparence, implication, partage, audience
- Identifier les outils, les fonctionnalités à mettre à la disposition de sa communauté
- Faire des membres existants des relais d'information
- Lancer des sujets permettant de susciter le débat ou le partage d'expériences.
- Veiller à la qualité des réponses et relancer la discussion
- Assurer la fidélisation des membres à travers l'organisation d'événements
- Faire respecter les règles éthiques de la communauté par la modération des contenus
- Veiller au respect des conditions générales d'utilisation du site

INTERVENANTS

Laurent BOUR

Laurent BOUR

Alexandra TEMPERE

Social Media Manager et Consultante-Formatrice en Stratégies conversationnelles

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**. Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur [votre espace apprenant](#).



Organisme qualifié
par l'ISQ-OPQF



Membre de la Fédération
Les Acteurs de la Compétence

CFPJ SAS - 18-24 rue Tiphaine - 75015 PARIS
Tél. : +33 (0)1 42 21 02 02 - e-mail : serviceclient@cfpj.com
Siret 449 557 339 000 32



Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre [plateforme](#) dédiée.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap



Organisme qualifié
par l'ISQ-OPQF



Membre de la Fédération
Les Acteurs de la Compétence

CFPJ SAS - 18-24 rue Tiphaine - 75015 PARIS
Tél. : +33 (0)1 42 21 02 02 - e-mail : serviceclient@cfpj.com
Siret 449 557 339 000 32