



MAÎTRISER LA COMMUNICATION SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX : OUTILS, CONTENUS ET ANALYSE DE PERFORMANCE

Code module : 786

Durée : 2 jours / 14 heures**Composition du groupe :** De 1 à 12 personnes**Pré-requis :** Aucun**Modalités pédagogiques disponibles :**

- ✓ Intra présentiel (dans vos locaux)
- ✓ Intra en classe distancielle
- ✗ Inter présentiel
- ✗ Inter en classe distancielle

Public : Tout public**Accès handicapés :** Nous consulter pour adapter les modalités de mise en oeuvre**Objectifs pédagogiques :**

- Comprendre son audience et choisir les bons réseaux sociaux
- Organiser et planifier efficacement ses publications
- Créer du contenu engageant et adapté à chaque plateforme
- Utiliser les outils de mesure pour ajuster sa stratégie
- Maîtriser les spécificités de chaque réseau social
- Gérer les interactions avec les clients de manière professionnelle

Méthodes pédagogiques :

- Exposé
- Questions / Réponses
- Etudes de cas
- Exercices
- Validation des acquis par des questionnaires, tests d'évaluation
- Envoi d'un support à l'issue de la formation

Modalité d'évaluation :

- Questionnaire d'évaluation

Modalités de sanction :

- Remise d'une attestation de fin de formation

Intervenant :

- Formateur expérimenté, CV sur demande

Suivi de la formation :

- Feuille de présence émarginée par demie-journée

Moyens et assistance pédagogiques en distanciel :

- Formation par visioconférence :** type classe virtuelle avec assistance technique et pédagogique synchrone
- Matériel requis :** ordinateur (avec webcam, micro et casque ou hauts-parleurs + connexion internet)
- Chaque participant doit disposer d'une **adresse e-mail valide**

Modalités et délais d'accès / pédagogiques :

- Délai de réponse à la demande de devis sous 48 heures après prise de contact par téléphone, e-mail ou formulaire.

Cette formation s'adresse aux professionnels souhaitant structurer leur présence sur les réseaux sociaux avec une stratégie claire, cohérente et adaptée à leur activité.

En 2 jours, vous explorerez les réseaux clés (Instagram, LinkedIn, TikTok, Facebook...), apprendrez à organiser vos contenus et à planifier efficacement.

Grâce à des exemples concrets et des ateliers pratiques, vous saurez :

- définir vos objectifs,
- ajuster votre ligne éditoriale,
- comprendre les codes de chaque plateforme,
- et analyser vos résultats pour optimiser vos actions.

PROGRAMME

1- Construire sa stratégie sur les réseaux sociaux

- Identifier sa cible et comprendre ses attentes
- Analyser les tendances et comportements numériques
- Adapter sa présence selon son secteur d'activité
- Créer un calendrier éditorial efficace
- Intégrer l'intelligence artificielle dans sa stratégie (Automatisation, planification, contenus...)

2- Instagram : Construire une image de marque forte

- Stories, reels et publications : quel format pour quel objectif ?
- Améliorer la prestation de son compte professionnel (profil, identité visuelle, bio...)
- Stratégies de contenu et engagement (algorithme, collaborations, hashtags, légendes...)

3- LinkedIn : Développer son réseau et son influence

- Optimiser son profil et sa page entreprise
- Créer des contenus engageants pour un public professionnel

4- TikTok : Captiver son audience avec du contenu dynamique

- Pourquoi se lancer sur TikTok ?
- Comprendre l'algorithme et les formats qui fonctionnent
- Créer un profil professionnel
- Bonnes pratiques pour créer un contenu attractif et engageant

5- Facebook : Engager et développer sa communauté

- Fonctionnalités clés : pages, groupes, événements, publicités...
- Gestion d'une page professionnelle au quotidien

6- Les autres réseaux sociaux : diversifier sa présence en fonction des objectifs

- YouTube : Le pouvoir de la vidéo longue durée
- Pinterest : Générer du trafic grâce au visuel
- Twitter/X : Informations et communication rapide

7- Mesurer les performances et ajuster sa stratégie

- Identifier les indicateurs clés (engagement, portée, conversions...)
- Exploiter les outils d'analyse des réseaux sociaux
- Adapter son contenu en fonction des résultats
- Gérer les interactions avec les clients (réponses, opportunités commerciales, avis négatifs...)