Formation Stratégie de communication sur les médias sociaux

FORMATION STRATÉGIQUE ET PERSONNALISÉE POUR CONSTRUIRE SA PRÉSENCE EN LIGNE

Cette formation s'adresse aux professionnels qui souhaitent structurer leur présence sur les réseaux sociaux. Elle permet de concevoir une stratégie de communication adaptée à leurs objectifs, à leurs cibles et à leurs ressources. Les participants apprennent à organiser leurs contenus, à améliorer leur visibilité et à mesurer leurs actions.

OBJECTIF

A l'issue de la formation Formation Stratégie de communication sur les médias sociaux, diverses compétences vous seront transmises, notamment :

- Concevoir et déployer une stratégie de présence et d'influence sur les réseaux sociaux
- Animer et fédérer une communauté, veiller au respect des codes de bonne conduite et gérer les situations de crise
- Maîtriser les pratiques éditoriales adaptées aux réseaux sociaux
- Exploiter les possibilités des formats multimédia

LES PRÉREQUIS

Aucun pré-requis n'est nécessaire pour suivre cette formation : un bilan préformation sera établi.

PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne souhaitant développer ses compétences.

OUTILS ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

Matériel requis : Ordinateur, connexion Internet, navigateur web à jour, si la formation porte sur un logiciel spécifique, vous devez avoir une version de celui-ci. En cas de formation en

présentiel, un PC avec les logiciels nécessaires pourra vous être prêté le temps de la formation.
Plateformes utilisées : outils collaboratifs (Google Docs, Drive pour échanges de fichiers), échange de mail, site web spécifique pour envoi de gros fichiers
Supports fournis : supports PDF, modèles de sites, bibliothèques d'exemples

SUIVI ET ÉVALUATION

Feuille d'émargement signée. Une attestation de fin de stage est délivrée. Exercices pratiques tout au long de la formation. Une évaluation pratique & théorique sera réalisée en fin de parcours.

LES POINTS FORTS

Formation réalisable à distance,
en présentiel ou un mix des deux.

Formation sur mesure et adaptée.

Avancement à votre rythme
Devenez autonomes !

ACCESSIBILITÉ

Pour les personnes en situation de handicap,
Vous pouvez consulter cette page pour vous orienter au mieux.

DÉLAI D'ACCÈS

Variable en fonction de votre statut et du financement de la formation. Pour en savoir plus, contactez-nous

SI FORMATION À DISTANCE

Dispositif d'exécution utilisé pour la visio : Nous utiliserons de préférence Google Meet, en cas de problème ou changement nous pouvons passer par Microsoft Teams, Zoom, Skype. Dispositif mis en place pour échanger : Le formateur reste disponible par mail entre les séances pour toutes éventuelles question

DURÉE DE LA FORMATION

Se référer au devis

MODALITÉ D'EXECUTION

Se référer au devis

MODALITÉS D'ACCOMPAGNEMENT PÉDAGOGIQUE

L'accompagnement comprend

– Un test de positionnement initial permettant d'adapter le parcours
– Un entretien de cadrage pédagogique en début de formation
– Un suivi continu durant les séances (feedback immédiat, corrections guidées)
– Un temps de questions/réponses en début de chaque session (10 à 15 minutes). Votre formateur vous pose quelques questions pour repérer ce qui a été retenu du cours précédent et fait une piqûre de rappel en cas de besoin
– Une disponibilité du formateur par email entre les séances (sous 48h ouvrées)
– Un point intermédiaire à mi-parcours
– Un bilan final de préparation à la certification

Encadrement

– Le formateur est là pour vous, il vous accompagne tout au long du processus
– Accompagnement individualisé en cas de difficulté
– Adaptation des exercices au niveau du candidat
– Tout en dirigeant cette formation, il s'adapte à votre rythme, à votre besoin

Modes d’évaluation de la progression

L’évaluation se fait tout au cours de la formation. Une fois un point du programme vu, un retour d’information oral peut s’effectue ou plus fréquemment une manipulation par le stagiaire pour voir si le point est compris et acquis.

La théorie, mais surtout la pratique est de mise pour atteindre l’objectif fixé

La durée annoncée de chaque module est la durée minimum, elle peut être allongée si nécessaire au bon déroulement de la formation.

CONTENU DE LA FORMATION

Module 1 – Définir sa stratégie de communication réseaux sociaux

- Analyser les concurrents présents sur les réseaux sociaux
- Observer les formats et tons utilisés dans son secteur
- Déterminer ses objectifs : notoriété, visibilité, trafic, conversion
- Identifier précisément ses cibles (personas, comportements)
- Choisir un positionnement éditorial clair et cohérent
- Définir les messages clés à faire passer
- Créer une ligne éditoriale : ton, style, fréquence
- Élaborer un plan de communication simple (réseaux + contenus)
- Organiser les types de contenus selon le cycle client
- Choisir les indicateurs clés de performance (KPI)
- Préparer un tableau de suivi des actions (reporting)

Module 2 – Créer et optimiser ses réseaux sociaux

- Créer ou refondre ses profils professionnels
- Configurer les paramètres de compte essentiels
- Compléter les bios et descriptions de manière claire
- Ajouter les bons liens et call-to-action
- Uniformiser les visuels (photo, logo, bannière)
- Adapter les visuels aux formats spécifiques par plateforme
- Vérifier la cohérence entre les différents profils
- Identifier les erreurs fréquentes à éviter

Module 3 – Créer ses templates et son univers visuel

- Concevoir une bannière de profil adaptée à chaque réseau
- Choisir une palette de couleurs pour ses contenus
- Sélectionner 2 à 3 typographies cohérentes
- Créer un modèle de post personnalisable (Canva, Adobe Express…)
- Préparer des gabarits pour stories et carrousels
- Créer une charte graphique simple pour les réseaux sociaux
- Organiser un feed Instagram visuellement harmonieux
- Simuler l'aspect visuel de 9 à 12 publications

Module 4 – Créer son premier mois de contenu

- Définir 3 à 5 piliers éditoriaux selon ses objectifs
- Lister des idées de publications pour chaque pilier
- Rédiger 12 posts de lancement (texte + visuel)
- Créer 3 stories à la une : présentation, services, contact
- Utiliser des outils simples pour la mise en forme (Canva, Mojo…)
- Planifier la diffusion des contenus sur 4 semaines
- Choisir les bons moments pour publier selon ses audiences
- Ajouter les hashtags et mentions utiles
- Tester une programmation avec Meta Business Suite ou Buffer

Module 5 – Organisation du dispositif social media

- Décrire les rôles du Community Manager dans une petite structure
- Créer un calendrier éditorial mensuel
- Structurer un dossier avec les visuels, textes, hashtags
- Automatiser certaines tâches (planification, publication)
- Utiliser des outils de gestion (Notion, Trello, Excel…)
- Définir un rituel de suivi : hebdomadaire ou mensuel
- Préparer une check-list pour chaque type de publication

Module 6 – Mesurer et optimiser ses actions

- Identifier les statistiques disponibles sur chaque réseau
- Lire un tableau de bord (Meta, LinkedIn, Instagram, etc.)
- Suivre les bons indicateurs : engagement, portée, clics
- Comprendre la notion de ROI et de ROE (engagement)

- Exporter et interpréter des données simples
- Adapter les prochaines publications selon les résultats
- Repérer les contenus les plus performants

Module 7 – Formation pratique : prise en main des outils

- Tester les outils vus en formation
- Publier un post en conditions réelles
- Utiliser les templates et visuels créés
- Organiser sa semaine de communication
- Répondre aux questions et points de blocage

Module 8 – Suivi d’une campagne

- Défi hebdomadaire personnalisé (création, analyse, publication)
- Envoi d’un contenu à améliorer ou publier chaque semaine
- Échange régulier avec la communauté