L'intégration des réseaux sociaux dans la stratégie de communication de l'entreprise



Communication - Audiovisuel | Continue

Durée	Finalité	Pratique en entreprise / Alternance	Métier en pénurie / Fonction critique
21 heures	Attestation	Non	Non

Notre formation exclusive offre une plongée captivante dans l'univers des réseaux sociaux. Découvrez les secrets des campagnes percutantes, maîtrisez l'art de mesurer votre e-réputation, et créez des contenus qui captivent. De la définition de votre ligne éditoriale à l'écriture persuasive et la création de visuels dynamiques, cette formation est la clé pour propulser votre impact numérique.

Conditions d'accès

- **Connaissances de base en informatique et sur les outils numériques** : Les candidats doivent être à l'aise avec l'utilisation d'un ordinateur, d'internet, ainsi que des outils bureautiques. Il est nécessaire qu'ils aient déjà un compte sur au moins une ou deux plateformes sociales (comme Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, etc.) et connaissent les fonctions de base (publier un post, interagir avec d'autres utilisateurs, etc.).

Programme

Jour 1 - Construire une stratégie réseaux sociaux solide

De la réflexion à un plan d'action clair

Objectif : Comprendre pourquoi communiquer, pour qui et avec quels objectifs

Module 1 – Les réseaux sociaux en 2026

- Tour d'horizon des réseaux sociaux en 2026
- Les tendances et évolutions des usages
- Les attentes des consommateurs
- Ce qui fonctionne réellement aujourd'hui
- Focus Facebook & Instagram
- Cas concrets

Module 2 – Définir sa stratégie

- Objectif SMART
- Personas
- Parcours client
- Choix des plateformes
- Positionnement
- Proposition de valeur

Module 3 – Construire sa ligne éditoriale

- Les piliers de contenu
- Les différents types de publications
- Trouver des idées de contenu toute l'année
- Copywriting

Introduction à la création de contenus

Jour 2 - Produire du contenu qui attire et convertit

Plan d'action

Objectif : Apprendre à écrire des textes impactant et créer du contenu sans sacrifier la qualité

Module 1 – Les formats qui performent

- Reels
- Carrousels
- Stories
- Facebook
- Instagram
- LinkedIn
- Coulisses
- La preuve sociale
- UGC
- Le marketing d'influence

Module 2 – Storytelling & copywriting

- Les hooks
- Les appels à l'action
- Les émotions
- Les structures qui captent l'attention
- Les erreurs d'écriture

Module 3 – Intelligence artificielle

- ChatGPT
- Meta IA
- Claude

Module 4 – Créations d'images et de vidéos

- Canva
- CapCut
- Edits

Jour 3 - Développer sa visibilité et mesurer ses résultats

S'organiser et mesurer les résultats

Objectif : gagner du temps, améliorer les performances et mesurer le retour sur investissement.

Module 1 – Organiser sa communication

- Calendrier éditorial
- Batch content
- Programmation
- Réutilisation des contenus
- Automatisation

Module 2 – Développer sa communauté

- Engagement
- Fidélisation
- Collaborations
- Gestion des commentaires
- Gestion de crise

Module 3 – Publicités Meta (initiation)

- Quand sponsoriser ?
- Les différents objectifs
- Les erreurs fréquentes
- Les bonnes pratiques

Module 4 – Mesurer les résultats

- Les KPI qui comptent
- Les statistiques (spécifique Meta)
- Les tableaux de bord

Exercice final