

## PROGRAMME DE FORMATION EN PRÉSENTIEL

# CONSTRUIRE UNE STRATÉGIE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX (SOCIAL MEDIA)

### OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Construire une stratégie de communication sur les réseaux sociaux  
Bâtir son image de marque personnelle pour se différencier  
Maîtriser les différents réseaux sociaux et outils associés

Savoir les mettre en application au service de votre stratégie  
Évaluer les performances de la stratégie et effectuer des ajustements

**Nos équipes s'engagent à vous rappeler sous 24 à 72 heures**

#### Public concerné

Responsable marketing, responsable digital, Social media strategist, chargé de communication, Community manager, Digital planner, cadre en entreprise, chef d'entreprise, responsable commercial, responsable RH, Social Media Manager, créateur d'entreprise, artisans, commerçants, profession libérale

#### Pré-requis

Avoir des bases en informatique

#### Durée de la formation

En distanciel  
7 heures  
En présentiel  
1 jour  
La durée vous sera confirmée après étude de vos besoins.

#### Prix de la formation

En distanciel  
Nous consulter  
En présentiel intra  
À partir de 900€ ht la journée

#### Lieu de la formation

Dans vos locaux ou à distance

#### Moyens et méthodes pédagogiques

Explications, démonstrations, exercices, vérification des acquis

#### Profil du(des) formateur(s)

Plusieurs années d'expérience dans l'enseignement et dans la production.

#### Modalités d'évaluation

Questionnaire d'évaluation en fin de session

#### Moyens techniques

Un ordinateur par personne. Vidéo projecteur. Connexion Internet

10/2025

► Appréhender les bases du marketing digital et maîtriser LinkedIn  
Appréhender les bases de la communication et du marketing  
Dernières tendances en matières de réseaux sociaux (chiffres clés, études statistiques, et évolution des pratiques)  
Les bases du marketing: modèle des 10P  
Focus sur la communication: modèle de Lasswell  
La communication digitale: l'enjeu social  
► Bâtir son image de marque et son positionnement sur les réseaux sociaux  
Personal branding: atelier des 5 éléments et atelier CANVA  
Les éléments essentiels de votre territoire de marque: charte graphique, valeurs, moodboard  
Les cibles: adapter son positionnement à sa cible: méthode des personas  
► Mobiliser LinkedIn pour bâtir sa réputation  
Histoire du réseau et de son algorithme, chiffres clés  
La puissance du profil personnel sur LinkedIn: fonctionnement et pistes d'optimisations  
La page entreprise: fonctionnement et règles particulières  
Principes de fonctionnement: s'informer, acquérir de la visibilité, trouver de nouveaux clients, dynamiser le référencement de votre site web, créer sa propre communauté, recruter  
Création de contenus adaptés à LinkedIn: atelier  
Mesurer sa performance sur LinkedIn  
► Comprendre et savoir utiliser Facebook et Instagram  
► Maîtriser Facebook et son algorithme  
Les utilisateurs de Facebook  
Le profil personnel, le groupe, la page entreprise  
Atelier: créer sa page Facebook

Principes de fonctionnement: créer du contenu adapté à la plateforme, comprendre l'algorithme, la plateforme de gestion META BUSINESS SUITE, et sponsoring de contenus, Publier au bon moment et mesurer sa performance sur Facebook  
► Maîtriser Instagram et son algorithme  
Les utilisateurs d'Instagram  
Atelier jeu de l'oie: l'algorithme d'Instagram  
Le profil Instagram et les types de comptes professionnels Importance des stories  
Importance des reels: l'enjeu de la vidéo pour l'algorithme Publier au bon moment et mesurer sa performance sur Facebook  
► Mise en pratique et études de cas sur Facebook, Instagram et LinkedIn  
Exercice «Cas pratique» pour votre marque ou activité: Quels réseaux sociaux pour ma marque? Mettre en place les pages sur les plateformes  
Créer du contenu adapté à chaque plateforme en découvrant des outils de création graphique: CANVA, CAPCUT, INSHOT  
Étude de cas concrète: comment développer la présence d'une entreprise sur les réseaux sociaux: vos recommandations, idées et création de contenus adaptés  
► Utiliser la boîte à outil du marketing de contenu pour développer une stratégie percutante  
► Boîte à outils de la création de contenus  
La ligne éditoriale: comment la construire?  
Le calendrier éditorial: colonne vertébrale de votre stratégie Benchmark: que font mes concurrents sur les réseaux sociaux? Outils et applications supports pour la création de contenus  
► Les métiers du social media management Social Media Manager ou Community Manager? Méthode AIDA: attirer des clients et développer la conversion Importance du storytelling  
Le social selling: comment vendre sur les réseaux sociaux  
La modération de contenus  
► Panorama des autres réseaux sociaux Youtube: vocabulaire et principe de fonctionnement TikTok: vocabulaire et principe de fonctionnement Pinterest: vocabulaire et principe de fonctionnement Snapchat: vocabulaire et principe de fonctionnement Twitter / X: vocabulaire et principe de fonctionnement