

Ref. : 3700825

Durée :
2 jours - 14 heuresTarif :
Salarié - Entreprise : 1470 € HT

Repas inclus

RÉSEAUX SOCIAUX - LES FONDAMENTAUX STRATÉGIQUES DU SOCIAL MEDIA

Construisez une stratégie cohérente sur les réseaux sociaux

Comprendre les réseaux sociaux, c'est saisir leurs enjeux stratégiques, renforcer la cohérence de votre organisation et cadrer efficacement la mission d'un Community Manager. Durant deux jours, vous explorez les usages et spécificités des principales plateformes (Facebook, LinkedIn, TikTok, Instagram, X...), les tendances d'audience, les opportunités pour les marques, ainsi que l'apport de l'IA dans la veille et les formats rich media. Vous sortez formé-e pour définir une stratégie pertinente, mesurer ses répercussions concrètes et structurer votre équipe numérique.

LIEUX ET DATES DÉTAILLÉS

Paris

20 et 21 nov. 2025

- 20/11/2025 09:00 --> 21/11/2025 17:30 à Paris
 - 20/11/2025 09:00 --> 20/11/2025 17:30
 - 21/11/2025 09:00 --> 21/11/2025 17:30

OBJECTIFS

A l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Déterminer les enjeux des réseaux sociaux
- Mesurer les implications concrètes sur la stratégie et l'organisation
- Recruter et encadrer un Community Manager.

POUR QUI ?

Toute personne amenée à avoir une mission de Community Management.

PRÉREQUIS

Pratique courante de la navigation Web.

COMPÉTENCES ACQUISES

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

PROGRAMME

Introduction : panorama et état des lieux des réseaux sociaux

- Spécificités et tendances de chaque réseau social
 - Facebook

- LinkedIn
- TikTok
- YouTube
- X (ex Twitter)
- Instagram
- Pinterest
- Snapchat
- Qui sont les utilisateurs, quels sont leurs usages et sur quels supports ?
- Sources statistiques : rapports annuels et sites à privilégier

Réseaux sociaux et stratégie de communication

- Spécificités de la communication sur les réseaux sociaux
 - Enjeux
 - Opportunités
 - Menaces et dangers pour les marques et organisations
- Profil et missions d'un Community Manager : organisation au sein d'une équipe
- Identifier les réseaux pertinents et les algorithmes de classement
- Définir une ligne éditoriale
 - Ton
 - Thématiques
 - Types de posts
 - Les outils de veille
 - Les apports de l'Intelligence Artificielle (IA) dans la rédaction et la veille
- Rédactionnel : analyse critique de posts
- Possibilités et choix des formats rich media
 - Les outils de création graphique
 - L'aide de l'IA dans les "rich medias"
- Exemples de bonnes pratiques
 - Facebook
 - Instagram
 - TikTok
 - X (ex Twitter)
 - LinkedIn

Réseaux sociaux et stratégie marketing

- B to B, B to C et réseaux sociaux : état des lieux et tendances
- Quelles cibles je veux atteindre ?
- Quels types de contenus font vendre, et pourquoi ?
- Définir ses objectifs
 - Générer des leads
 - Générer des achats
 - Fidéliser les membres
 - Renforcer l'image de marque
- Convertir les visites en achats et optimiser le tunnel d'achat
- Mesurer l'impact sur les ventes et calculer le retour sur investissement
- Identifier les statistiques importantes dans Google Analytics pour les réseaux sociaux
- Achat et vente d'espaces publicitaires : récapitulatif des formats publicitaires (Meta, Facebook, LinkedIn)
- Créer une campagne sur-mesure pour Facebook
 - Canvas
 - Collections
 - Carrousels
 - Instant Experience

Notions de référencement naturel (SEO) et de SMO

- Définition de la notion de SEM, SEO et SMO
- Comprendre l'impact des réseaux sociaux sur le SEO
- Comprendre le processus d'indexation des pages Web par les robots
- Le PageRank Google et ses implications sur les liens (links, backlinks, crosslinks)
- Définir des mots-clés avec un bon rapport entre offre et demande
- Google Trends : mesurer les requêtes formulées par les internautes
- Repérer les balises HTML prises en compte par les moteurs de recherche sur les réseaux sociaux
- Identifier les statistiques importantes dans Google Analytics

Mise en pratique avec des outils spécialisés

- Comparaison de 4 solutions : Hootsuite, Buffer, Swello, Agorapulse
- Fonctionnalités de veille
- Fonctionnalités de publication
- Mesures statistiques et rapports d'activité

Exemples de travaux pratiques (à titre indicatif)

- Définition d'une ligne éditoriale selon le contexte du stagiaire
- Création d'un écosystème social media pertinent selon les objectifs de l'entreprise du stagiaire

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

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](#).

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

[Accessibilité aux personnes en situation de handicap](#)



