

Ref. : 4610719

Durée :
2 jours - 14 heures**Tarif :**
Salarié - Entreprise : 1700 € HT

Repas inclus

MESURER SA PERFORMANCE SUR LES RÉSEAUX ET MÉDIAS SOCIAUX

Comprendre l'importance de mettre en place un reporting, définir ses indicateurs et créer ses tableaux de bord.

Etre capable de mesurer de manière fiable et efficace sa performance sur les réseaux sociaux est aujourd'hui un atout crucial de toute pratique professionnelle. Définir des indicateurs clairs, choisir les bons outils et savoir les manipuler correctement pour monitorer votre stratégie, voilà l'objectif de cette formation. Le parcours se veut le plus participatif et dynamique possible, irrigué d'exemples concrets et d'études de cas sur toutes les plateformes (Instagram, TikTok, Twitter, facebook, etc) afin de vous aider à mieux suivre et comprendre votre audience et vos communautés.

LIEUX ET DATES DÉTAILLÉS

Paris

01 et 02 oct. 2026

- **01/10/2026 09:00 --> 02/10/2026 17:30 à Paris**
 - 01/10/2026 09:00 --> 01/10/2026 17:30
 - 02/10/2026 09:00 --> 02/10/2026 17:30

OBJECTIFS

- Comprendre l'importance du reporting.
- Mettre en place ses propres KPIs.
- Partager ses tableaux de bord.

EVALUATION

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

POUR QUI ?

Community managers, social media managers, utilisateurs aguerris des réseaux sociaux.

PRÉREQUIS

Avoir une pratique aguerrie des réseaux sociaux.

COMPÉTENCES ACQUISES

Mesurer sa performance en social media en choisissant les bons KPI.

PROGRAMME

Pendant
Mesurer sa performance sur les réseaux et médias sociaux

Comprendre pourquoi évaluer ses actions

- Définir ses indicateurs pour analyser la performance d'une stratégie social media.

- Fixer ses objectifs stratégiques et les KPIs qui s'y rattachent.
- Croiser plusieurs indicateurs pour poursuivre une stratégie social media ou la réorienter si besoin.
- Mesurer ses actions pour soi, pour évangéliser en interne et rassurer en externe.

Mesurer son ROI

- Fixer ses objectifs stratégiques et les KPIs qui s'y rattachent.
- Repérer où se situe sa communauté.
- Mesurer les comportements.
- Comparer ses performances d'audience avec ses concurrents.
- La fin du earned media ?
- Découvrir les outils de monitoring des réseaux sociaux.

Booster son ROI sur les réseaux et les médias sociaux

- Maîtriser sa e-réputation : moteurs de recherche spécialisés, services d'alerte, veille.
- Mettre en oeuvre des outils de reporting sur Facebook, Twitter, Instagram et les réseaux professionnels.

Travail en atelier "reporting"

Mise en conditions réelles

Restitution et débriefing

INTERVENANTS

Ambre FRANDSEN

Brand Content Manager. Social Media Manager Senior. Consultante et formatrice en communication digitale. Journaliste.

Laurent BENARD

V.I.T.A.L.

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

