



FORMATIONS COURTES

PERFECTIONNEMENT

Ref. : C19ERESEAU

Durée :
2 jours - 14 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 1560 € HT

Repas inclus

ÉLABORER UNE STRATÉGIE DE SOCIAL MEDIA MARKETING - NIVEAU 2

Accélérer sa croissance grâce aux réseaux sociaux

Les réseaux sociaux sont incontournables pour les entreprises qui souhaitent optimiser leur [référencement](#)

et améliorer leur visibilité et leur [notoriété](#) sur le web.

Pourquoi se former sur "Les réseaux sociaux - niveau 2" ?

- Devenir un **expert** des principaux réseaux sociaux.
- Améliorer et mesurer l'**impact** de vos performances sur les réseaux en créant du **contenu stratégique**.
- Amplifier votre visibilité et votre trafic grâce à une stratégie pertinente et multicanal.

Découvrez comment passer au niveau supérieur dans votre stratégie de social media marketing en seulement 2 jours !

Si vous êtes débutant dans l'utilisation des réseaux sociaux et/ou que vous n'avez pas encore de compte actif sur les réseaux sociaux, venez vous former au niveau 1 : "[Intégrer les réseaux sociaux dans sa stratégie marketing](#)"

Si vous souhaitez une formation sur les réseaux sociaux dédié au secteur BtoB, découvrez la formation : "[Exploiter efficacement les réseaux sociaux en B2B](#)"

Vous souhaitez une formation dédiée à l'Intelligence Artificielle appliquée à la stratégie réseaux sociaux : [L'Intelligence artificielle pour optimiser sa stratégie social media](#)

OBJECTIFS

- Prendre en main les principaux réseaux sociaux BtoC et BtoB.
- Développer sa présence sur les principaux réseaux sociaux.
- Mesurer l'impact de ses actions social marketing pour optimiser sa performance.

EVALUATION

[Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.](#)

POUR QUI ?

Responsables marketing, digital, communication, social media et community managers.

PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux du marketing digital.

COMPÉTENCES ACQUISES

Mettre en place une stratégie sur les principaux réseaux sociaux.

PROGRAMME

Pendant

Élaborer une stratégie de social media marketing

Modules distanciels :

- E-quiz en amont/aval de la formation

Définir sa stratégie social marketing

- Degré de visibilité, taille de communautés, concurrence... : faire l'état des lieux de sa présence sociale.
- Définir des objectifs SMART pour établir une feuille de route et une stratégie cohérentes.
- Sélectionner des KPIs pour matérialiser ses objectifs.
- Atelier Persona : identifier les besoins de ses clients pour adapter ses contenus.
- Segmenter son audience pour arrêter ses cibles prioritaires.
- Fixer sa stratégie sociale : promesse et ligne éditoriale.
- Calendrier éditorial, dispositif de promotion... : établir un plan d'actions réaliste.
- Allouer les ressources nécessaires pour mener à bien son projet : temps et budget.

Créer des publications performantes pour générer du trafic

- Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, LinkedIn, TikTok, Snapchat... : se positionner sur les bons réseaux sociaux.
- Images, URL... : optimiser ses profils sociaux pour un impact positif sur ses leads.
- Adapter la forme de ses messages aux singularités du media social : stories, hashtag, thread, reels, carrousel...
- Adopter les bonnes pratiques pour valoriser ses contenus : partage, images, fréquence...
- Atelier : faire de la curation de contenu pour trouver du contenu à partager.
- Utiliser la publicité sociale ciblée pour promouvoir ses contenus.
- Faire passer à l'action ses prospects : conseils et astuces simples.

Publier du contenu de valeur pour susciter l'engagement

- Assigner un but à chaque publication pour apporter de la valeur à sa cible.
- Posts audio, messageries, live, articles, infographies, vidéos... : offrir un contenu varié pour combler son audience.
- Influence et community management : animer et mobiliser ses communautés.
- Atelier : créer des contenus engageants qui incitent au partage.

Planifier, gérer et analyser ses actions

- Hootsuite, buffer... : utiliser des outils dédiés pour optimiser la gestion de ses publications.
- Atelier : programmer la diffusion automatique de ses publications pour gagner en efficacité.
- Construire un tableau de bord pour suivre ses performances.
- Calculer le ROI de ses actions pour adapter sa stratégie

INTERVENANTS

Alexandra DENAT



Consultante et formatrice en marketing, développement commercial et communication digitale.
15 ans d'expérience dans le domaine du e-commerce et du marketing digital.

Ambre FRANDSEN

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

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



LIEUX ET DATES

À distance

23 et 24 mars 2026

02 et 03 juil. 2026

Paris

08 et 09 déc. 2025

05 et 06 oct. 2026

09 et 10 déc. 2026