Formation Réseaux sociaux : développez votre stratégie et communication

CCI Formation Pro

Marketing Digital Communication d'entreprise - 2025

La formation en résumé

Les réseaux sociaux sont un canal incontournable dans tout projet de communication Web. L'image de votre entreprise, de votre marque, de vous-même doit être maîtrisée car elle peut rapidement être exposée à des commentaires. Cette formation vous propose d'appréhender les principaux réseaux sociaux **(Facebook, Linkedin, Pinterest, Instagram, Tiktok)** , de comprendre leur fonctionnement et spécificités de contenus.

Objectifs :

- Comprendre les réseaux sociaux
- Connaître leur fonctionnement
- Créer et promouvoir son profil
- Gérer son e-réputation
- Communiquer grâce aux réseaux sociaux
- Intensifier sa présence sur le net
- Recruter, fidéliser des clients
- Animer une communauté
- Mesurer un retour sur investissement

Participants :

Tout responsable ou collaborateur d'entreprise souhaitant découvrir et utiliser les réseaux sociaux pour valoriser son entreprise

Prérequis :

- La formation s'adresse à un public ayant peu ou pas de connaissances des réseaux sociaux
- Avoir une boîte mail valide et accessible le jour de la formation

1 060 €

(non assujetti à la TVA)

2 jours

(14 heures)

Accès Mobile learning

Appartient au(x) cycle(s) :

Concevoir et déployer la communication digitale en entreprise (formation certifiante)

Le contenu

Connaître les réseaux sociaux

- L'état des lieux et les principaux réseaux sociaux
- Les fonctionnalités principales, les différences et les typologies d'usages
- L'intérêt des réseaux sociaux pour l'entreprise et les conditions préalables
- Un nouveau métier : le community manager
- La notion centrale d'engagement pour les réseaux sociaux
- Le langage social de chaque réseau

Découvrir Facebook

- La différence entre Profil et Page
- Le fonctionnement algorithmique de Facebook (Edge Rank)
- L'analyse des statistiques pour l'amélioration continue de l'expérience utilisateur

Découvrir Linkedin

- Un réseau social professionnel
- Optimiser son personal branding
- Travailler sa marque employeur
- Introduction au social selling

Découvrir Pinterest et Instagram

- La photo comme vecteur de visibilité
- La notion de stratégie d'influence

Découvrir TikTok

- Les spécificités de TikTok
- L'incontournable : Les challenges TikTok
- La video au cœur au réseau

Quels contenus sur les réseaux sociaux ?

- La spécificité de la rédaction de contenu sur les réseaux sociaux
- La typologie de contenus et usages

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 17/03, 18/03
- 22/05, 23/05
- 25/09, 26/09
- 20/11, 21/11

Saint-Etienne - 04 77 49 24 66

- 19/05, 20/05
- 17/11, 18/11

Roanne - 04 77 44 54 69

- 19/05, 20/05
- 17/11

Créer sa stratégie social media professionnelle

- Le choix des réseaux en fonction de son secteur d'activité
- Le planning de diffusion : optimiser votre temps et pertinence
- Structurer son contenu : créer une charte éditoriale par réseau
- Quelle stratégie ? Se poser les bonnes questions stratégiques : objectifs, cibles, positionnement
- La place des réseaux sociaux dans la stratégie de communication globale

Brand content : savoir susciter l'intérêt

- Amorcer la visibilité de votre marque sur les réseaux sociaux
- Les règles et pratiques pour être vu ou trouvé
- Les techniques pour fidéliser ses abonnés
- L'expérience utilisateur : miser sur la valeur ajoutée pour séduire les socionautes

Gestion de la relation avec ses socionautes

- La recherche de l'engagement et la proximité avec l'internaute
- Les bonnes pratiques de la modération de ses contenus
- La création d'une communauté et l'aspect participatif des réseaux sociaux
- La gestion de l'e-réputation et des bad buzz : étude de cas

Promouvoir sa page, son compte

- Les campagnes publicitaires (Meta Ads)

Monitoring et reporting

- Les outils de suivi, de planification et d'optimisation de ses réseaux
- L'analyse des statistiques pour l'amélioration de sa stratégie

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.
Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises
Support de formation remis aux participants.
Groupe de 3 à 12 participants maximum.
Formation animée par un de formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs sont accompagnés par notre pôle pédagogique intégré « Agir et Apprendre ». Parcours du formateur disponible sur simple demande.

Suivi et évaluation de la formation :
Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations… Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur. Un questionnaire d'analyse des besoins et de positionnement sera envoyé en amont.
Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.
Retrouvez les modalités de la certification pouvant être associée à cette formation en cliquant ici