



PROGRAMME DE FORMATION

Communication : Apprendre à communiquer sur les réseaux sociaux

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- **Comprendre les réseaux sociaux** : Connaître les bases et l'importance des réseaux sociaux dans la communication.
- **Créer une stratégie de contenu** : Savoir élaborer et publier des contenus adaptés à chaque plateforme.
- **Utiliser les outils de gestion** : Maîtriser les outils pour planifier, publier, et analyser les performances.
- **Améliorer l'engagement** : Apprendre à gérer et animer une communauté en ligne.
- **Optimiser les stratégies** : Analyser les résultats et ajuster les stratégies pour améliorer l'efficacité.

Ces compétences peuvent être évaluées par des exercices pratiques, des études de cas, des tests ou des simulations de situation.

PUBLIC CONCERNÉ

- **Professionnels du marketing et de la communication** souhaitant améliorer leurs compétences en réseaux sociaux.
- **Entrepreneurs et dirigeants de PME** voulant renforcer leur présence en ligne.
- **Community managers débutants** cherchant à maîtriser la gestion des réseaux sociaux.
- **Freelances et indépendants** désirant promouvoir leurs services via les réseaux sociaux.
- **Étudiants en communication ou marketing** préparant leur carrière dans le digital.

PRÉ-REQUIS

Aucuns pré-requis.

DURÉE DE LA FORMATION ET MODALITÉS D'ORGANISATION

28 heures - 3,5 journée (8 heures)

- *En présentiel : 10 stagiaires maximum*
- *Sur site : sur-mesure, nous contacter*
- *En distanciel : 4 stagiaires maximum*

LIEU DE LA FORMATION

- En présentiel : 1 RUE BAPTISTE MARCET 30300 BEAUCAIR
- Possibilité de formation sur site.
- En distanciel : via Google Meets



CONTENU DE LA FORMATION

Jour 1 : Introduction et Fondamentaux des Réseaux Sociaux (8 heures)

8h00 - 9h30 : Introduction à la communication sur les réseaux sociaux

- Importance des réseaux sociaux dans la stratégie de communication.
- Présentation des principaux réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, etc.).
- Objectifs de la communication sur les réseaux sociaux.

9h30 - 11h00 : Comprendre votre public cible

- Définition et segmentation des publics cibles.
- Outils pour identifier et analyser les audiences.

11h00 - 12h30 : Stratégie de contenu

- Types de contenu adaptés à chaque plateforme.
- Calendrier éditorial et planification.
- Techniques pour capter l'attention de l'audience.

12h30 - 13h30 : Pause déjeuner

13h30 - 15h00 : Optimisation des profils sociaux

- Comment créer un profil engageant et professionnel.
- Optimisation des descriptions, images, et autres éléments visuels.

15h00 - 16h30 : Bonnes pratiques et éthique sur les réseaux sociaux

- Règles de conduite sur les réseaux sociaux.
- Gérer les commentaires négatifs et les situations de crise.

16h30 - 18h00 : Ateliers pratiques

- Création et optimisation de profils sur différentes plateformes.
- Analyse de cas pratiques.

Jour 2 : Contenu Visuel et Gestion de Communauté (8 heures)

8h00 - 9h30 : Création de contenu visuel

- Outils et techniques pour créer des visuels attrayants.



- Principes de base du design graphique pour les réseaux sociaux.

9h30 - 11h00 : Vidéos et Stories

- Importance du format vidéo dans la communication actuelle.
- Création et montage de vidéos simples.
- Utilisation des stories sur Instagram et Facebook.

11h00 - 12h30 : Gestion de communauté

- Définition et rôle du community manager.
- Animation de communauté et engagement des abonnés.

12h30 - 13h30 : Pause déjeuner

13h30 - 15h00 : Outils de gestion des réseaux sociaux

- Présentation des principaux outils (Hootsuite, Buffer, etc.).
- Programmation et analyse des publications.

15h00 - 16h30 : Publicité sur les réseaux sociaux

- Introduction à la publicité sur Facebook, Instagram et LinkedIn.
- Ciblage et création de campagnes publicitaires efficaces.

16h30 - 18h00 : Ateliers pratiques

- Création de visuels, vidéos et stories.
- Mise en place d'une petite campagne publicitaire.

Jour 3 : Analyse de Performance et Évolution des Stratégies (8 heures)

8h00 - 9h30 : Analyse des statistiques et performances

- Comprendre les KPI's des réseaux sociaux.
- Utilisation des outils d'analyse (Google Analytics, Insights, etc.).

9h30 - 11h00 : Adaptation et optimisation de la stratégie

- Analyse de cas réels et ajustement de la stratégie de communication.
- Techniques pour améliorer l'engagement et la portée.

11h00 - 12h30 : Techniques avancées

- Automatisation de certaines tâches.
- Utilisation des chatbots pour améliorer la communication.



12h30 - 13h30 : Pause déjeuner

13h30 - 15h00 : Plan de communication sur les réseaux sociaux

- Élaboration d'un plan de communication complet.
- Intégration des réseaux sociaux dans la stratégie globale de l'entreprise.

15h00 - 16h30 : Exercices de synthèse

- Révision des concepts clés.
- Étude de cas final pour mettre en pratique les compétences acquises.

16h30 - 18h00 : Évaluation et Feedback

- Évaluation des compétences acquises.
- Retour d'expérience et discussion sur les points à améliorer.

Jour 4 : Révision et Perfectionnement (4 heures)

8h00 - 10h00 : Révision des points clés

- Synthèse des apprentissages des jours précédents.
- Mise en pratique à travers des simulations et des jeux de rôle.

10h00 - 12h00 : Session de questions-réponses et perfectionnement

- Réponses aux questions spécifiques des participants.
- Conseils personnalisés pour améliorer les stratégies individuelles.

12h00 : Conclusion et remise des certificats de formation

Évaluation, Feedback et Clôture

Évaluation, Feedback et Clôture (2 heures)

- Évaluation des compétences par le formateur et les pairs (1 heures)
- Session de feedback individuel pour chaque participant (30 minutes)
- Clôture officielle du cours avec remise des certificats et discours final (30 minutes)



MOYENS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

La formation combine des exposés théoriques, des études de cas, des exercices pratiques, des quizz en salle, et des supports de formation projetés.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation des compétences acquises à travers des exercices pratiques, des études de cas, et un QCM final.

PROFIL DU(DES) FORMATEUR(S)

Gaune Solenn, directrice de l'agence de communication Apostrophe Social Media, possède plus de 4 années d'expérience en formation professionnelle et en enseignement. Diplômée en Marketing et Communication Digitale ainsi qu'en LEA avec une spécialisation en communication digitale.

MOYENS TECHNIQUES

Mise à disposition de salles équipées de rétroprojecteurs.

TARIF

Nous contacter pour un devis.

DÉLAI D'ACCÈS

Pour une formation en présentiel, les inscriptions doivent être réalisées 2 semaines avant le début de la formation.

Pour une formation sur site, les inscriptions doivent être réalisées 1 semaine avant le début de la formation en fonction des disponibilités des 2 parties.

Pour une formation en distanciel, les inscriptions doivent être réalisées 1 semaine avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Les personnes atteintes de handicap souhaitant suivre cette formation sont invitées à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivre la formation dans les meilleures conditions.

CONTACT

Gaune Solenn
Référente pédagogique et formatrice
formation@apostrophe-consulting.fr
0762736089