



FORMAVICTOIRE
Organisme de Formation

Développer une stratégie de communication efficace sur les réseaux sociaux Niveau 2

Dans un monde hyperconnecté, les réseaux sociaux jouent un rôle stratégique dans la communication des entreprises. Ils permettent de construire une image de marque forte, de promouvoir des contenus engageants, et de développer une relation de proximité avec les audiences.

Cette formation vous aide à structurer votre stratégie de communication digitale pour maximiser l'impact de vos actions sur les réseaux sociaux. Grâce à des outils pratiques et des méthodologies adaptées, vous apprendrez à utiliser les médias sociaux pour atteindre vos objectifs et répondre aux défis actuels de la communication digitale.

Formation en présentiel ou à distance, en inter-entreprise ou en intra-entreprise

Informations pratiques

- **Public** : Responsables communication digitale, community managers, chargés de communication, attachés de presse, responsables RP.
- **Prérequis** : aucun
- **Durée** : 2 jours (14h)
- **Personnes en situation de handicap** : notre page dédiée vous donnera toutes les informations concernant l'accessibilité de nos formations aux personnes en situation de handicap
<https://www.formavictoire.com/handicap/>
- **Tarif formation intra-entreprise** : 1 490€ HT par jour (groupes de 2 à 10 personnes)
- **Tarif formation inter-entreprise** : 390 € HT par jour et par apprenant
- **Tarif accompagnement individuel** : 150 € HT par heure
- **Délai d'accès** : 3 semaines entre la demande et l'animation de la formation (réunion de préparation, choix du formateur, planification de la session, information des participants)

Evaluations

- **Modalité d'adaptation** : Le contenu des modules de formation peut être adaptés aux besoins spécifiques des stagiaires.
- **Suivi de l'assiduité** : Feuilles de présence signées pour demi-journée, ou rapport de connexion et signature d'une feuille d'émargement en distanciel.
- **Evaluation début de formation** : Questionnaire de positionnement
- **Evaluations en cours de formation** : QCM, exercices, quiz, compte rendu pédagogique en fin de chaque session
- **Evaluations en fin de formation** : Evaluation des acquis
- **Evaluation de la satisfaction** : Compte rendu pédagogique du formateur, évaluation de satisfaction du client, évaluation de satisfaction des apprenants en fin de formation.
- **Evaluations après la formation** : Evaluation à froid des apprenants 4 à 6 mois après la formation (Transfert des compétences)
- **Attestation de suivi de formation** : Développer une stratégie de communication efficace sur les réseaux sociaux Niveau 2

Extensions Possibles

- Organiser des ateliers spécifiques pour approfondir la publicité digitale ou la gestion des crises.
- Proposer des séances de coaching pour ajuster les stratégies aux besoins des participants.
- Digitaliser les supports pédagogiques pour un accès continu aux outils et modules de renforcement.
- Concevoir des groupes de codéveloppement pour échanger sur les meilleures pratiques en communication digitale.

Méthodes pédagogiques

- 80% pratique et 20% théorique
- Mises en situation
- Études de cas
- Serious games
- Jeux de rôles, pratiques interactives.
- Débriefings
- Apports théoriques en lien avec la pratique

Objectifs

Objectif global de la formation :

- Construire et déployer une stratégie de communication digitale performante sur les réseaux sociaux pour promouvoir son activité et engager son audience.

Objectifs de chaque module :

- Élaborer une stratégie de communication digitale performante
- Comprendre et exploiter les principaux réseaux sociaux
- Organiser et optimiser ses actions sur les réseaux sociaux
- Développer une communication publicitaire et d'influence
- Mesurer et améliorer les performances de ses actions
- Protéger et valoriser l'e-réputation de l'entreprise



MODULE 1 – ÉLABORER UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION DIGITALE PERFORMANTE

- Définir une stratégie social media par étapes.
- Construire un plan de communication en associant les médias et réseaux sociaux adaptés aux objectifs.
- Comprendre les usages des médias sociaux grâce à la matrice POSE (Paid, Owned, Shared, Earned).
- Rédiger une ligne éditoriale claire pour structurer sa stratégie de contenu.
- **Cas pratique** : Élaborer une stratégie pour une campagne de communication fictive.

MODULE 2 – COMPRENDRE ET EXPLOITER LES PRINCIPAUX RÉSEAUX SOCIAUX

- Analyser les évolutions des plateformes clés : Facebook, LinkedIn, Instagram, TikTok, X (ex Twitter).
- Identifier les opportunités spécifiques à chaque réseau pour engager son audience.
- Étudier les cas d'entreprises utilisant efficacement ces réseaux sociaux.
- **Mise en situation** : Comparer les plateformes et choisir celles adaptées à des objectifs professionnels spécifiques.

MODULE 3 – ORGANISER ET OPTIMISER SES ACTIONS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

- Intégrer le rôle du community manager dans le dispositif social media.
- Documenter ses actions grâce à des outils de gestion tels que les Social Media Management Systems (SMMS).
- Utiliser l'intelligence artificielle pour créer, planifier et optimiser les publications.
- Maximiser la visibilité d'un événement grâce à une stratégie omnicanale.
- **Exercice pratique** : Simuler la planification d'une campagne avec des outils digitaux.

MODULE 4 – DÉVELOPPER UNE COMMUNICATION PUBLICITAIRE ET D'INFLUENCE

- Explorer les business models publicitaires des principales plateformes.
- Définir des objectifs clairs pour les campagnes de Social Ads.
- Découvrir les solutions publicitaires de Facebook, Instagram, LinkedIn, et X.
- Intégrer l'e-influence dans sa stratégie : identifier et collaborer avec des influenceurs pertinents.
- **Atelier interactif** : Concevoir une mini-campagne publicitaire sur un réseau social.

MODULE 5 – MESURER ET AMÉLIORER LES PERFORMANCES DE SES ACTIONS

- Suivre et analyser les principales statistiques (likes, partages, impressions, etc.).
- Mesurer l'engagement et calculer le ROE (Return on Engagement).
- Utiliser les données pour optimiser la performance des contenus et des campagnes.
- **Cas pratique** : Interpréter les statistiques d'une campagne pour proposer des ajustements.

MODULE 6 : PROTÉGER ET VALORISER L'E-RÉPUTATION DE L'ENTREPRISE

- Évaluer l'e-réputation et surveiller les discussions en ligne.
- Gérer les commentaires et avis clients sur les plateformes sociales.
- Répondre aux avis négatifs pour transformer les crises en opportunités.
- **Mise en situation** : Traiter un cas de gestion d'avis négatifs sur les réseaux sociaux.