

LES ESSENTIELS POUR COMMUNIQUER EFFICACEMENT SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

OBJECTIFS

- Comprendre le fonctionnement de Facebook, Instagram, Tik Tok (et éventuellement LinkedIn selon les profils)
- Définir ses objectifs, ses cibles et sa stratégie de contenu
- Créer des contenus engageants (photo, vidéo, rédaction) / Utiliser Canva pour réaliser ses visuels
- Organiser et planifier sa communication
- Analyser ses performances et optimiser ses actions

PUBLIC VISÉ

- Responsables marketing et communication, Community Manager souhaitant monter en compétences, Chefs d'entreprise et indépendants souhaitant avoir une présence active sur les réseaux sociaux

PRÉREQUIS

- Fiche de diagnostic des comptes sociaux actuels et maîtrise des fonctionnalités de base des plateformes citées
- Expérience préalable en publication de contenus professionnels

MÉTHODES MOBILISÉES

- Ateliers pratiques de création sur mobile (CapCut, Canva, IA)
- Audits croisés des comptes des participants et brainstorming collectif
- Démonstrations d'outils de veille et de pilotage en temps réel

ÉVALUATION

Des acquis :

- Évaluation continue via des exercices de création de contenus et d'analyse de métriques
- Final : Présentation d'une stratégie de contenu sur 3 mois en fin de formation

Mesure de satisfaction des stagiaires

INTERVENANT

- Formation animée par un(e) formateur(trice) spécialisé(e) en marketing & communication.

MODALITÉS D'ACCÈS

- Présentiel : locaux HSF équipés à disposition
- Nous consulter pour toute question relative à l'accessibilité aux personnes en situation de handicap

FORMAT INTRA – Nous contacter

PROGRAMME

16h

JOUR 1

COMPRENDRE LES RÉSEAUX SOCIAUX ET POSER LES BASE DE SA COMMUNICATION

- Spécificités de Facebook, Instagram, TikTok et LinkedIn
- Comprendre les algorithmes et les logiques de diffusion
- Identifier les comportements des utilisateurs selon les plateformes
- Définir ses objectifs de communication
- Identifier ses cibles
- Définir ses thématiques de contenus (piliers éditoriaux)
- Atelier : Analyse de sa présence actuelle et définition de sa stratégie de communication.

JOUR 2

ORGANISER ET PLANIFIER SA COMMUNICATION

- Définir ses thématiques de contenus à partir de sa stratégie
- Trouver des idées de contenus
- Construire un calendrier éditorial opérationnel
- Organiser la production de ses contenus
- Outils et méthodes de planification
- Bonnes pratiques pour gagner en efficacité et en régularité
- Atelier : Création d'un calendrier éditorial personnalisé.

JOUR 3

CRÉER DES CONTENUS ENGAGEANTS

- Les fondamentaux d'un contenu efficace sur les réseaux sociaux
- Rédiger des publications impactantes (hooks, appels à l'action, hashtags)
- Réaliser des photos et vidéos avec un smartphone
- Créer des visuels professionnels avec Canva
- Adapter ses contenus aux différentes plateformes
- Atelier : Création de visuels prêts à être diffusés.

JOUR 4

DÉVELOPPER SA VISIBILITÉ ET ANALYSER SES RÉSULTATS

- Comprendre les statistiques des réseaux sociaux
- Identifier les indicateurs clés de performance
- Optimiser ses contenus grâce aux données
- Introduction à la publicité sur Meta (Facebook / Instagram)
- Booster une publication et comprendre les bases du ciblage
- Atelier : A définir selon les besoins finaux