Concevoir la stratégie sociale média de votre entreprise

Commerce - Achats - Vente

06/11/2026

Public et prérequis

Tout professionnel souhaitant découvrir ou intégrer les usages des réseaux sociaux dans son activité professionnelle
Toutes personnes intéressées par l'utilisation des réseaux sociaux et souhaitant acquérir des connaissances de base en digital et médias sociaux

Les objectifs

Comprendre l'écosystème digital et les médias sociaux
Identifier les principaux réseaux sociaux et leurs usages
Définir les bases de sa stratégie sur les réseaux sociaux
Créer et optimiser sa présence professionnelle
Créer des contenus adaptés aux réseaux sociaux à l'aide de l'IA
Mesurer et améliorer ses actions

Les méthodes pédagogiques et d'encadrement

ORGANISATION PÉDAGOGIQUE DU PARCOURS :
Alternance d'apports théoriques, de cas pratiques et de mises en situation et jeux de rôles
Études de cas, exercices sur les personas et le parcours client

Exercices d'application.
Échanges d'expériences et bonnes pratiques.
Mise à disposition d'outils et documents types

ENCADREMENT PÉDAGOGIQUE :
Il est assuré par un formateur référent.
La formation est animée par des formateurs experts, validés par nos équipes pédagogiques et disposant de 5 à 10 années d'expérience dans leur domaine de compétences.

Validation et certification

Attestation de formation

Outils pédagogiques

Supports théoriques et réglementaires
Multiples cas pratiques, mises en situations et jeux de rôles à partir d'exercices concrets
Outils et documents types

Contenu de la formation

Comprendre l'écosystème digital et les médias sociaux

Comprendre l'évolution du web et des usages numériques
Identifier l'impact du digital sur les comportements et les habitudes de consommation

RÉFÉRENCE
COAV0064

CENTRES DE FORMATION
Amiens

DURÉE DE LA FORMATION
2 jours / 14 heures

ACCUEIL PSH
Formation ouverte aux personnes en situation de handicap. Moyens de compensation à étudier avec le référent handicap du centre concerné.

Les + Promeo

• 60 ans d'existence
• Une communauté de 3 100 alternautes
• 24 000 stagiaires formés par an
• 3 500 entreprises qui nous font confiance

• Un accompagnement personnalisé et un contact dédié
• L'expertise professionnelle de tous nos formateurs
• La diversité des diplômes sous accréditation par des partenaires de renom
• Une pédagogie active
• Des infrastructures technologiques et un environnement stimulant

Distinguer réseaux sociaux et autres canaux digitaux : site web, blog, newsletter…
Comprendre les enjeux des réseaux sociaux pour l'entreprise : visibilité, notoriété, engagement, fidélisation et conversion
Identifier le rôle des créateurs de contenus et des influenceurs dans l'écosystème digital
Repérer les principales tendances et évolutions des usages

Identifier les principaux réseaux sociaux et leurs usages

Découvrir les principales plateformes : Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, YouTube, X, Pinterest, Snapchat…
Identifier leurs principales caractéristiques, audiences et usages
Comprendre leurs différents codes et formats
Identifier les plateformes pertinentes selon son activité, ses publics et ses objectifs
Découvrir les réseaux et plateformes émergentes à surveiller
Atelier pratique : Sélectionner les réseaux sociaux adaptés à une activité et justifier ses choix

Définir les bases de sa stratégie sur les réseaux sociaux

Définir ses objectifs : visibilité, notoriété, engagement, génération de contacts, fidélisation ou conversion
Identifier ses publics cibles et construire un persona
Choisir les réseaux sociaux en fonction de ses objectifs et de sa cible
Définir son positionnement et sa ligne éditoriale
Identifier les principaux indicateurs de performance associés à ses objectifs
Atelier pratique : Définir les premières bases d'une stratégie social media

Créer et optimiser sa présence professionnelle

Comprendre les différences entre profils personnel, profil professionnel, page et groupe
Créer ou optimiser un profil professionnel
Soigner les informations essentielles : présentation, visuels, description et information de contact
Paramétrer les principales options de confidentialité et de sécurité
Découvrir les fondamentaux de l'optimisation d'un profil LinkedIn
Comprendre les principes du personal branding et de la marque employeur
Atelier pratique : Analyser et optimiser un profil ou une page professionnelle

Créer des contenus adaptés aux réseaux sociaux à l'aide de l'IA

Identifier les différents formats : texte, image, carrousel, story, réel, vidéo courte, live…
Adapter le contenu, le format et le ton aux spécificités de chaque plateforme.
Structurer une publication claire et engageante.
Utiliser les hashtags, mentions et appels à l'action de manière pertinente.
Identifier les bonnes pratiques pour améliorer la visibilité et l'engagement.
Identifier les usages de l'IA générative pour accompagner la création de contenus.
Formuler une demande efficace à l'IA pour rechercher des idées et préparer une publication.
Utiliser l'IA pour adapter le ton, reformuler ou décliner un contenu selon les plateformes et les publics.
Vérifier, personnaliser et améliorer les contenus générés par l'IA en tenant compte de ses limites et des points de vigilance.
Construire un calendrier éditorial.
Organiser et planifier ses publications.
Atelier pratique : Créer puis améliorer une publication avec l'aide de l'IA générative

Mesurer et améliorer ses actions

Comprendre les notions de portée, impressions, engagement, clics et conversions
Identifier les principaux indicateurs de performance (KPI)
Découvrir les outils statistiques intégrés aux principales plateformes
Lire et interpréter les résultats d'une publication
Identifier les contenus les plus performants
Ajuster ses publications et sa stratégie en fonction des résultats
Construire un premier plan d'actions pour développer sa présence sur les réseaux sociaux
Atelier pratique : Analyser les résultats d'une série de publications et proposer des axes d'amélioration

Modalité d’évaluation

Questionnaire de positionnement en début de formation.
Quizz de validation des connaissances
Exercices et ateliers pratiques tout au long de la formation
Évaluation d'une publication réalisée par le participant
Élaboration d'un plan d'actions social media en fin de formation