



Exploiter les réseaux sociaux à des fins professionnelles et mettre en place une politique de communication adaptée.

Durée : 2 jours

Organisation : en présentiel.
Possibilité d'organiser la session en distanciel synchrone

Prérequis : aucun

Méthode pédagogique : active, différenciée et expérientielle

Validation des acquis :
évaluation continue

Maximum de participants : 6

Tarif inter : 1 200 € HT / stagiaire

Prochaine session

16 et 23 mars 2026

Lieu : Colomiers (31770)

Session sur-mesure possible

Objectifs

- Mesurer les enjeux des réseaux sociaux, leurs intérêts, leurs limites
- Se familiariser avec les réseaux sociaux et leur mode de fonctionnement
- Savoir construire sa stratégie de communication sur les réseaux sociaux et communiquer
- Maîtriser les outils pour mieux communiquer sur les réseaux sociaux
- Savoir créer des visuels pertinents
- Acquérir les fondamentaux et mesurer l'importance de l'e-réputation
- Savoir mettre une veille en place

Les clés d'une communication réussie sur les réseaux sociaux

Programme détaillé

1/ Identifier les nouveaux usages du numérique

- Le web 2.0 : quels sont les enjeux des réseaux sociaux et comment les mesurer ? Quels sont leurs intérêts, leurs limites ?
- Définir le vocabulaire et les notions couramment utilisés dans les réseaux sociaux
- Présentation des différentes plateformes pour se familiariser avec les réseaux sociaux et leur mode de fonctionnement

2/ Présentation des fondamentaux théoriques et pratiques pour définir sa stratégie de communication sur les réseaux sociaux et la mettre en œuvre

- Définition, usages et chiffres clés des principaux réseaux sociaux : Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter...
- Connaître les algorithmes pour une meilleure visibilité des publications

3/ Communiquer sur les réseaux sociaux

- Facebook
 - Les différents formats : profil, page, groupe
 - Quelle utilisation pour son entreprise ?
 - L'Edge Rank de Facebook
 - Créer une publication efficace
 - La publicité sur Facebook
- Instagram
 - Fonctionnement et spécificités

- Quelle utilisation pour son entreprise ?
- Créer une publication efficace et choisir ses hashtags
- Créer des réels, des stories
- Utiliser les filtres
- Savoir communiquer par l'image
- Twitter
 - Fonctionnalités et usages
 - Le vocabulaire : tweet, hashtag, follower...
- Intérêt pour son entreprise ?
- LinkedIn
 - Usages professionnels individuels : comment optimiser son profil
 - Intérêt et usages pour son entreprise ?

4/ Canva

- Créer des visuels pertinents et efficaces pour ses réseaux sociaux

5/ Mesurer l'importance de l'e-réputation

- Définitions des fondamentaux : identité numérique, personnel branding et e-réputation
- L'importance du moteur de recherche
- Pourquoi et comment répondre aux avis et commentaires ?
- Situations de crise et possibilités d'intervention

6/ Mettre en place un dispositif de veille

- Veille sur son activité
- Se renseigner sur ses interlocuteurs
- Veille concurrentielle

Renseignements et inscription

Nicolas Weckerlin
07 68 40 08 95

nweckerlin@lesclesdelagestion.fr

 les clés de la gestion
FORMATIONS