

## 🔴 Réseaux Sociaux – Intermédiaire : stratégies de communication Social Media efficaces

Maîtriser les stratégies de communication digitale de pointe

### PUBLIC

Responsables de communication digitale – Chargés de communication – Community managers – Cadres en charge de la communication externe ou globale – Attachés de presse – Chargés de relations publiques

### PRÉ-REQUIS

Aucun prérequis nécessaire

### NIVEAU D'EXPERTISE

Perfectionnement

### MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Dispositif de formation structuré autour du transfert des compétences
- Acquisition des compétences opérationnelles par la pratique et l'expérimentation
- Apprentissage collaboratif lors des moments synchrones
- Parcours d'apprentissage en plusieurs temps pour permettre engagement, apprentissage et transfert
- Formation favorisant l'engagement du participant pour un meilleur ancrage des enseignements

### SATISFACTION ET EVALUATION

- L'évaluation des compétences sera réalisée tout au long de la formation par le participant lui-même (auto-évaluation) et/ou le formateur selon les modalités de la formation.
- Evaluation de l'action de formation en ligne sur votre espace participant :
  - ▶ A chaud, dès la fin de la formation, pour mesurer votre satisfaction et votre perception de l'évolution de vos compétences par rapport aux objectifs de la formation. Avec votre accord, votre note globale et vos verbatims seront publiés sur notre site au travers d'Avis Vérifiés, solution Certifiée NF Service
  - ▶ A froid, 40 jours après la formation pour valider le

Code  
**702818**

Durée  
**2 jours / 14 heures**

Tarif Inter\*  
**1 590 € HT**

\*Repas inclus (en présentiel)

## Objectifs pédagogiques

- Concevoir une stratégie de communication digitale efficace et personnalisée
- Maîtriser les outils d'IA pour optimiser la gestion des réseaux sociaux et la création de contenu
- Identifier les opportunités publicitaires et d'influence
- Mesurer et optimiser les performances des actions digitales
- Gérer efficacement l'e-réputation et les crises

## Programme de la formation

### Engagement

Vous vous engagez dans votre formation. Connectez-vous sur votre espace participant et complétez votre questionnaire préparatoire. Votre formateur reçoit vos objectifs de progrès.

### Stratégie Digitale et Optimisation avec l'IA

#### Concevoir la Stratégie de Communication Digitale

- Construire étape par étape la stratégie Social Media pour l'analyse des tendances et des audiences
- Bâtir un plan de communication médias et réseaux sociaux optimisé par l'IA
- Présentation de la matrice POSE (Paid, Owned, Social, Earned)
- Création Ligne éditoriale : focus sur la création de contenu engageant avec l'aide des IA génératives
- Évolutions des plateformes : Instagram, Facebook, LinkedIn, X (ex Twitter), Pinterest, TikTok et YouTube

#### Organiser le Dispositif Social Media

- L'importance du rôle et missions du community manager à l'ère de l'IA
- Documentation du dispositif social media pour le suivi des tops et flops et adaptation de la communication en fonction des performances et du ciblage
- Optimisation de la communication en utilisant les outils digitaux et l'IA pour un gain de temps opérationnel

transfert de vos acquis en situation de travail

- Suivi des présences et remise d'une attestation individuelle de formation ou d'un certificat de réalisation

### ACCOMPAGNEMENT FORMATION À DISTANCE

En cas de nécessité, une assistance technique et pédagogique est joignable entre 8h30 et 18h (jours ouvrés):

- par téléphone : 01 83 10 10 10
- par mail : [care-formation@lefebvre-dalloz.fr](mailto:care-formation@lefebvre-dalloz.fr)

Une réponse immédiate est apportée ; si besoin, le demandeur est mis en relation avec un expert dans un délai maximum de 48h.

- Usage avancé des IA génératives pour faciliter la gestion, la production de contenu et l'analyse des données
- Cas d'étude : mise en place d'outils d'IA pour la gestion des réseaux sociaux

## Publicité, Performance et Gestion de Crise avec l'IA

### Identifier les Opportunités Publicitaires et Influence

- Business models des réseaux sociaux
- Objectifs des Social Ads
- Solutions publicitaires : Facebook, LinkedIn, Instagram, X (ex Twitter) et leur ciblage
- Écosystème de l'e-influence et son analyse avec l'aide de l'IA pour identifier les influenceurs pertinents

### Mesurer, Optimiser et gérer l'E-réputation

- Statistiques : likes, partages, portée, impressions, RT, followers
- Mesure de l'engagement et ROE (Return on Engagement)
- Dashboard et Suivi des statistiques pour améliorer la performance
- Évaluation de l'e-réputation avec les outils IA
- Gestion des avis clients négatifs et des commentaires sur les réseaux sociaux
- Cas d'étude : gestion de crise

### Transfert

Votre parcours de formation se poursuit dans votre espace participant. Connectez-vous pour accéder aux ressources et faciliter la mise en œuvre de vos engagements dans votre contexte professionnel.

## A noter

En amont et en aval de la formation, le positionnement pédagogique sera effectué à l'aide d'un questionnaire d'auto-positionnement.

## Prochaines sessions

...

### PARIS

- 28-29 Sep. 2026 – Session Garantie
- 3-4 Déc. 2026

### A DISTANCE

- 28-29 Sep. 2026
- 3-4 Déc. 2026

