

Communiquer efficacement sur les réseaux sociaux

Choisir ses réseaux, créer du contenu engageant, planifier sa communication

DURÉE	RYTHME	FORMAT	TARIF
7 heures • 1 jour	9 séquences	Présentiel	290 € net

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Utiliser les réseaux sociaux pour développer sa visibilité et sa communication digitale : identifier les plateformes adaptées à son activité et mettre en place une stratégie de contenu simple.

COMPÉTENCES VISÉES

À l'issue de la formation, le participant aura développé deux compétences complémentaires :

Compétence 1 — Définir une stratégie de présence sur les réseaux sociaux adaptée à son activité

- Identifier le rôle des réseaux sociaux et définir ses objectifs de communication
- Décrire sa cible et formuler un message clair
- Expliquer le fonctionnement des algorithmes et les signaux d'engagement
- Comparer les principaux réseaux et sélectionner ceux adaptés à son activité

Compétence 2 — Créer et planifier des contenus engageants pour les réseaux sociaux

- Créer des contenus engageants (piliers de contenu, storytelling, structure d'un post, appel à l'action)
- Générer des idées de contenus et concevoir un calendrier éditorial simple
- Utiliser un outil de gestion (Meta Business Suite) et interpréter les statistiques essentielles (portée, engagement, communauté)

La journée se conclut par l'élaboration d'un plan d'action social media priorisé, qui mobilise les deux compétences et constitue l'évaluation finale.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation continue par des exercices et productions réalisés en séance (définition de la cible, choix des réseaux, rédaction de publications, calendrier éditorial), aboutissant à un plan d'action social media personnalisé qui constitue l'évaluation finale. Une attestation de fin de formation, mentionnant les objectifs atteints, est délivrée à l'issue de la session.

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES & MOYENS

Apports théoriques illustrés d'exemples concrets, démonstrations en direct par le formateur, exercices pratiques appliqués au projet réel de chaque participant et ateliers individuels accompagnés afin de favoriser la mise en pratique immédiate. Salle équipée, vidéoprojecteur, écran interactif, environnement BGE Mon Bureau Virtuel, connexion internet et supports pédagogiques numériques.

INDICATEURS DE RÉSULTATS

Formation récente : les indicateurs de résultats (taux de satisfaction, nombre de participants) seront publiés à l'issue des premières sessions.

PUBLIC

Dirigeant d'entreprise ou porteur de projet de création ou reprise d'entreprise.

PRÉREQUIS

- › Savoir utiliser internet et les outils bureautiques
- › Avoir un smartphone ou un ordinateur
- › Disposer d'un compte ou d'un projet de présence sur les réseaux sociaux

DURÉE

1 jour — 7 heures en présentiel.

MODALITÉS & DÉLAI D'ACCÈS

Entretien préalable avec un conseiller pour analyser les besoins du participant. Délai d'accès : jusqu'à 3 mois après validation du dossier.

DATES ET LIEUX

Sessions organisées régulièrement à Sète ou à Béziers. Responsable formation : Agnès Romatico — a.romatico@bge-eo.fr

ACCESSIBILITÉ

Formation accessible aux personnes en situation de handicap. Adaptations pédagogiques possibles selon les besoins. Coordonnées des référents handicap : bgeouestherault.fr/3359-2

TARIF

290 €

net de taxes

Financement possible sous réserve d'éligibilité (Agefice, FAFCEA, FIFPL...). Renseignez-vous auprès de votre conseiller BGE.

Le déroulé en 9 séquences

Des fondamentaux au plan d'action social media

- 1 Les réseaux sociaux dans la stratégie digitale** 30 min
 Rôle des réseaux sociaux, opportunités et limites, définition des objectifs (visibilité, prospects, ventes, fidélisation).
- 2 Les fondamentaux avant de publier** 30 min
 Définition de la cible (persona), clarification du message, importance de l'identité visuelle.
- 3 Les algorithmes et les signaux d'engagement** 30 min
 Fonctionnement des algorithmes, signaux d'engagement et bonnes pratiques communes aux plateformes.
- 4 Panorama des principaux réseaux sociaux** 2 h
 Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok : usages, avantages, limites et choix des réseaux adaptés à son activité.
- 5 Créer du contenu engageant** 1 h
 Piliers de contenu, storytelling, structure d'un post efficace, appels à l'action.
- 6 Trouver des idées de contenus** 45 min
 Méthodes pour trouver des idées, recyclage de contenu, outils d'aide (dont IA).
- 7 Planifier sa communication** 45 min
 Fréquence de publication, calendrier éditorial, batching et outils de programmation.
- 8 Outils de gestion & statistiques** 30 min
 Meta Business Suite (programmation, messages) ; lecture des statistiques : portée, engagement, évolution de la communauté.
- 9 Élaborer son plan d'action social media** 30 min - Livrable
 Choix des réseaux prioritaires, idées de contenus et organisation des publications.

Durée totale : 7 heures de formation.



LIVRABLE FINAL — PLAN D'ACTION SOCIAL MEDIA

Plan d'action personnalisé construit tout au long de la journée (cible, réseaux prioritaires, publications, calendrier éditorial, suivi des statistiques). Il constitue l'évaluation finale ; une attestation de fin de formation mentionnant les objectifs atteints est délivrée. Un questionnaire de satisfaction est remis en fin de formation afin d'améliorer en continu le dispositif.