Réseaux sociaux / Médias sociaux / Community Management

Intégrer les réseaux sociaux dans sa stratégie marketing - Niveau 1

2 jours (14h00) | ★★★★½ 4,6/5 | RESOC-C19EMARK2 | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 1 530 € ht

Formations Digital & Multimédia › Réseaux sociaux et content strategy : faites de votre marque un média › Réseaux sociaux / Médias sociaux / Community Management

Document mis à jour le 13/11/2026

Objectifs de formation

- Découvrir l'univers du web social : codes et usages.
- Comprendre le fonctionnement des principaux réseaux sociaux.
- Identifier et activer les leviers sociaux pour sa stratégie de marque.

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Équipe pédagogique :
Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :
Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.
Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :
Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur votre espace apprenant.
Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre plateforme dédiée.

Prérequis

Aucun

Public concerné

Responsables marketing digital, marketing, communication, social media managers, community managers, webmarketeurs.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2I Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

Modules distanciels :

- E-quiz en amont/aval de la formation.

Découvrir les nouveaux usages des réseaux sociaux

- Analyse et chiffres clés de chaque réseaux sociaux.
- Appréhender l'avènement des communautés sur les réseaux sociaux.
- Identifier les habitudes web de chaque génération.
- Influenceurs, micro influenceurs et ambassadeurs : saisir l'impact du marketing d'influence.
- **Atelier :** établir le profil social de ses clients et leurs influenceurs.

Utiliser les médias sociaux comme leviers d'engagement

- Panorama des médias sociaux et de leurs poids : Meta (facebook et instagram), X, Tik Tok, Twitch, Pinterest, Discord, Snapchat.
- Maîtriser les fondamentaux de Facebook :
  - Usages, profil utilisateurs, chiffres clés.
  - Like, share, page... : vocabulaire et fonctionnalités spécifiques.
  - Créer la page de sa marque et animer sa communauté.
- Maitriser les fondamentaux d'Instagram :
  - Usages, profil utilisateurs, chiffres clés.
  - Stories, réels, tag... : vocabulaire et fonctionnalités spécifiques.
  - Optimiser son profil entreprise pour augmenter son influence.
- Maitriser les fondamentaux de Tik Tok :
  - Usages, profil utilisateurs, chiffres clés.
  - Quel format pour quel usage ?
- Maîtriser les fondamentaux de X (ex twitter) :
  - Usages, profil utilisateurs, chiffres clés.
  - Tweet, hashtag... : Vocabulaire et fonctionnalités spécifiques.
  - Utiliser X comme un outil d'influence.
- Maîtriser les fondamentaux de LinkedIn :
  - Optimiser son profil sur LinkedIn.
  - Faire la différence entre l'utilisation de LinkedIn en tant que professionnel et en tant que marque.

Optimiser la présence de sa marque sur les réseaux sociaux

- Augmenter sa visibilité sur les réseaux sociaux : le SMO (Search Media Optimisation)
- Rédiger et publier des contenus à valeur ajoutée différenciant
- Interactivité et participatif : renforcer l'impact de ses campagnes social

- Se constituer un réseau d'influence pour booster la viralité de ses messages sur les réseaux sociaux.
- **Atelier** : maîtriser les nouvelles techniques de communication en ligne.
- Piloter et contrôler sa e-reputation et son personal branding grâce aux réseaux sociaux.

Adapter sa stratégie de marque selon le média social

- **Cas pratique** : Faire la différence sur Facebook.
    - Déterminer son positionnement
    - Développer une ligne éditoriale et un contenu associé
    - Connaître les bonnes pratiques pour faire le buzz et susciter l'attachement
    - Meta Ads : optimiser ses investissements publicitaires
    - Assurer le suivi de la performance de sa page Facebook
- **Étude de cas** : décrypter des stratégies de marque exemplaires sur Facebook.
- **Atelier pratique** : Définir son plan d'action :
    - Choix du réseau social adéquat.
    - Définition de la ligne éditoriale.
    - Choix des différents types de contenus a publier.
    - Réalisation d'un calendrier éditorial.
    - Gestion des outils de pilotage et reporting et analyse des KPI.

Saisir les nouvelles opportunités liées aux médias sociaux

- Communiquer par l'image : l'importance du storytelling visuel sur les réseaux sociaux.
- Live streaming, vidéos... : comprendre l'impact de la vidéo et l'évolution des formats.
- Renforcer sa proximité clients sur les réseaux sociaux: développer ses stories.
- **Atelier** : réaliser et diffuser une story.
- Les nouveaux réseaux sociaux à surveiller.

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d'évaluation des acquis

Évaluation des acquis : Quiz avant la formation et après la formation pour mesurer les acquis, la progression. Évaluation à chaud : À la fin de la formation, un bilan qualité dématérialisé pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation. Évaluation à froid : À J+3 mois, une e-évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle.

Accessibilité de la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Le groupe M2I s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les détails de l'accueil des personnes sont consultables sur la page Accueil Handicap

Modalités et délais d'accès à la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Les formations M2I sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme.
Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation.
Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 12 jours ouvrés.