

Optimiser sa communication digitale : stratégies et outils des réseaux sociaux

Financement

Formation professionnelle continue
Non conventionnée / sans dispositif

Organisme responsable et contact

ENEKO FORMATION
DRIDI SARRA
07.44.09.74.66
sarra@eneko-formation.fr

Accès à la formation

Publics visés :

Demandeur d'emploi
Jeune de moins de 26 ans
Personne handicapée
Salarié(e)
Actif(ve) non salarié(e)

Sélection :

Inscription obligatoire par un conseiller
en insertion professionnelle
Entretien

Niveau d'entrée requis :

Sans niveau spécifique

Conditions d'accès :

Pas de conditions d'accès Sous réserve
d'acceptation du devis par France Travail

Prérequis pédagogiques :

Pas de prérequis

Contrat de professionnalisation possible ?

Non

Objectif de la formation

Maîtriser les réseaux sociaux pour accroître la visibilité et le chiffre d'affaires. Élaborer une stratégie de communication adaptée aux objectifs de l'entreprise. Créer du contenu engageant et maîtriser les outils. Développer des campagnes publicitaires. Analyser les performances et ajuster les stratégies en fonction des résultats. Comprendre l'importance des réseaux sociaux Maîtriser les mots-clés et le jargon des réseaux sociaux

Contenu et modalités d'organisation

Module 1 : Introduction aux réseaux sociaux et leur importance pour les entreprises Comprendre les fondamentaux des réseaux sociaux : portée, engagement, conversion. Présentation des principales plateformes : Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok. Exemples d'entreprises ayant réussi grâce à une stratégie sociale efficace. Chapitre 1 : 1.1. Présentation des principales plateformes 1.1.1. Facebook, Instagram, LinkedIn 1.2. Rôle des réseaux sociaux dans le développement de l'entreprise 1.3. Terminologie de base 1.3.1. Portée, engagement, conversion **Module 2 : Définir une stratégie Social Media efficace** Identifier les objectifs stratégiques : notoriété, acquisition, fidélisation. Analyse concurrentielle : identifier les tendances et pratiques inspirantes. Élaboration d'un plan stratégique de contenu adapté aux audiences cibles. Chapitre 2 : Élaborer une Stratégie Social Media 2.1. Définir les objectifs de la stratégie 2.1.1. Notoriété de la marque 2.1.2. Fidélisation de la clientèle 2.1.3. Acquisition de nouveaux clients 2.2. Analyse de la concurrence 2.2.1. Identifier les meilleures pratiques 2.3. Création d'un plan stratégique de contenu **Module 3 : Création de contenus engageants** Création visuelle avec des outils tels que Canva Techniques d'écriture percutantes : storytelling, titres accrocheurs. Gestion d'un calendrier éditorial pour organiser les publications. Cas pratique : concevoir une série de publications pour une campagne fictive. Chapitre 3 : Identifier et segmenter son audience 3.1. Création de personas 3.2. Identification des besoins et des motivations de la cible 3.3. Adapter le ton et le style de contenu selon l'audience **Module 4 : Gérer et animer une communauté** Techniques pour encourager l'interaction (commentaires, messages privés). Organisation de concours et de sondages pour dynamiser la communauté. Analyse des feedbacks des utilisateurs pour améliorer les performances. Chapitre 4 : Création de contenus visuels 4.1. Introduction aux outils de création graphique 4.1.1. Canva, Adobe Express, autres outils populaires 4.2. Techniques d'écriture engageante 4.2.1. Storytelling, accroches 4.3. Planification avec un calendrier éditorial **Module 5 : Publicité sur les réseaux sociaux**

...
Parcours de formation personnalisable ? **Oui** Type de parcours **Mixte**

Validation(s) Visée(s)

Gérer la communication digitale d'une entreprise via les réseaux sociaux - **Sans niveau spécifique**

MON COMPTE FORMATION Éligible au CPF

Et après ?

Suite de parcours

Sans suite

Calendrier des sessions

Numéro Carif	Dates de formation	Ville	Organisme de formation	Type d'entrée	CPF	Modalités
00621550	du 21/08/2025 au 31/12/2025	Le Teich (33)	ENEKO FORMATION		MON COMPTE FORMATION	FPC