

PROGRAMME DE FORMATION

Les Réseaux Sociaux

Stratégie, contenu et community management pour développer sa présence en ligne

Intitulé	Les Réseaux Sociaux : stratégie, contenu et community management
Durée	1 journée — 7 heures (9h00–12h30 / 13h30–17h00)
Modalité	Présentiel — formation inter ou intra-entreprise
Public	Tous niveaux : dirigeants, indépendants, salariés, personnes en reconversion
Prérequis	Savoir utiliser un ordinateur ou un smartphone et naviguer sur Internet
Effectif	4 à 10 participants
Lieu	CFP66 — Centre d'Affaires du Soler, 11 Avenue de Madrid, 66270 Le Soler (ou sur site client)
Tarif	À compléter (net de TVA — organisme exonéré / non assujetti)
Délai d'accès	Inscription jusqu'à 5 jours ouvrés avant le démarrage
Accessibilité	Formation accessible aux personnes en situation de handicap (voir référent)

Présentation & contexte

Les réseaux sociaux sont devenus un levier incontournable de visibilité, de relation client et de développement commercial. Pourtant, être présent ne suffit pas : il faut une stratégie claire, des contenus adaptés et une animation régulière pour transformer une audience en clients.

Cette formation d'une journée donne les clés pour comprendre l'écosystème des réseaux sociaux, choisir les plateformes pertinentes pour son activité, produire des contenus engageants et mesurer ses résultats. Elle alterne apports théoriques, exemples concrets et exercices pratiques appliqués au projet de chaque participant.

Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Comprendre le fonctionnement et les usages des principaux réseaux sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, YouTube).
- Définir des objectifs de présence en ligne alignés sur sa stratégie (visibilité, notoriété, acquisition, fidélisation).

-
- Choisir les plateformes adaptées à sa cible et à son activité.
 - Créer et optimiser un profil ou une page professionnelle.
 - Élaborer une ligne éditoriale et un calendrier de publication.
 - Produire des contenus engageants (texte, visuel, vidéo courte) et rédiger des publications efficaces.
 - Comprendre les bases de la publicité en ligne (Meta Ads) et du sponsoring de contenu.
 - Analyser les statistiques et piloter sa performance à l'aide d'indicateurs clés (KPI).

Public visé & prérequis

Public

Dirigeants de TPE-PME, artisans, commerçants, indépendants, salariés en charge de la communication, et toute personne en reconversion souhaitant acquérir les fondamentaux des réseaux sociaux. La formation est conçue pour un groupe de niveau mixte : les contenus sont progressifs, du débutant à l'intermédiaire.

Prérequis

Aucun prérequis technique particulier. Il est simplement demandé de savoir utiliser un ordinateur ou un smartphone et de naviguer sur Internet. Il est recommandé (mais non obligatoire) de disposer d'un compte sur au moins un réseau social.

Programme détaillé de la journée

Le programme est organisé en 4 modules répartis sur la journée, entrecoupés de temps d'échange et d'exercices pratiques.

Accueil & introduction — 9h00 à 9h15

- Tour de table, recueil des attentes et présentation des objectifs de la journée.
- Auto-positionnement initial des participants.

Module 1 — Panorama & fondamentaux des réseaux sociaux (9h15 – 10h45)

- L'écosystème social media en 2026 : chiffres clés, usages et tendances.
- Présentation des plateformes : Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, YouTube, Snapchat, Pinterest.
- Spécificités, formats et publics de chaque réseau.
- Comprendre le fonctionnement des algorithmes et de l'engagement.
- Vocabulaire essentiel : reach, engagement, portée, communauté, hashtags, KPI.

Module 2 — Définir sa stratégie & choisir ses plateformes (10h45 – 12h30)

- Fixer des objectifs SMART adaptés à son activité.
- Définir sa cible : personas et parcours client.
- Choisir les réseaux pertinents selon sa cible et ses ressources.
- Créer et optimiser un profil / une page professionnelle (bio, visuels, informations).
- Construire une identité de marque cohérente (charte, ton, visuels).
- Exercice pratique : définir sa stratégie et sélectionner ses plateformes.

Pause déjeuner — 12h30 à 13h30

Module 3 — Créer, publier & animer sa communauté (13h30 – 15h30)

- Construire une ligne éditoriale et des rubriques de contenu.
- Élaborer un calendrier éditorial et planifier ses publications.
- Créer des contenus engageants : rédaction de posts, visuels (Canva), vidéos courtes (Reels, Shorts, TikTok).
- Bonnes pratiques par format et par réseau.
- Animer et modérer sa communauté : répondre, engager, gérer les avis et commentaires.
- Outils de gestion et de programmation (Meta Business Suite, planificateurs).
- Exercice pratique : créer un mini-calendrier éditorial et rédiger 3 publications.

Module 4 — Publicité, analyse & bonnes pratiques (15h30 – 16h45)

- Introduction à la publicité en ligne : sponsoriser une publication, Meta Ads (objectifs, audiences, budget).
- Lire et interpréter ses statistiques (insights) et ses KPI.
- Mesurer le retour sur investissement et ajuster sa stratégie.

-
- Cadre légal et bonnes pratiques : droit à l'image, mentions, RGPD, e-réputation.
 - Erreurs fréquentes à éviter et ressources pour progresser.

Évaluation & clôture — 16h45 à 17h00

- Test de fin de formation (QCM).
- Bilan, questions/réponses et remise des attestations.

Méthodes & moyens pédagogiques

Méthodes

- Alternance d'apports théoriques et de mises en pratique.
- Étude de cas concrets et exemples réels par secteur.
- Exercices appliqués au projet de chaque participant.
- Pédagogie active et interactive favorisant les échanges.

Moyens techniques

- Salle équipée d'un vidéoprojecteur et d'un accès Wi-Fi.
- Support de formation remis à chaque participant (format numérique et/ou papier).
- Ordinateurs ou smartphones (les participants peuvent utiliser leur propre matériel).

Encadrement

Formation animée par un formateur expert en communication digitale et réseaux sociaux, disposant d'une expérience opérationnelle et pédagogique.

Modalités d'évaluation & de suivi

- Évaluation des acquis en continu par des exercices pratiques.
- Test de fin de formation (QCM) permettant de mesurer l'atteinte des objectifs.
- Auto-positionnement en début et en fin de formation.
- Questionnaire de satisfaction à chaud remis en fin de session.

Sanction de la formation

À l'issue de la formation, le participant reçoit une attestation de fin de formation mentionnant les objectifs, la nature, la durée de l'action et les résultats de l'évaluation des acquis, conformément à l'article L.6353-1 du Code du travail.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

CFP66 s'engage à rendre ses formations accessibles à tous. Toute personne en situation de handicap est invitée à contacter le référent handicap afin d'étudier les modalités d'adaptation nécessaires (aménagement des supports, du rythme, des locaux). Contact : 04 48 07 02 80.

Tarifs, délais d'accès & contact

- Tarif : à compléter (organisme de formation — mentions TVA à préciser).
- Délai d'accès : inscription possible jusqu'à 5 jours ouvrés avant le démarrage, sous réserve des places disponibles.
- Contact & inscription : CFP66 — Centre d'Affaires du Soler, 11 Avenue de Madrid, 66270 Le Soler — 04 48 07 02 80 — cfp66.fr.

