
Programme de Formation

Commencer à communiquer avec les réseaux sociaux

Organisation

Début :

Fin :

Durée : 7 heures

Mode d'organisation : Présentiel

Contenu pédagogique

Public visé

- Entrepreneurs, indépendants, porteurs de projets, professionnels de la communication débutants.
- Toute personne souhaitant lancer ou structurer une présence professionnelle sur les réseaux sociaux.



Objectifs pédagogiques

- Comprendre les fondamentaux de la communication sur les réseaux sociaux.
- Identifier les plateformes adaptées à sa cible et à ses objectifs.
- Savoir produire et publier des contenus adaptés aux différents formats.
- Connaître les bonnes pratiques pour créer de l'engagement et éviter les erreurs.



Description

Jour 1 – Les fondamentaux de la communication digitale

1. Pourquoi communiquer sur les réseaux sociaux ?

- Identifier ses objectifs de communication
- Notion de cible, de message, de ton
- Définir son positionnement numérique

2. E-réputation & rôle du Community manager

- Ce qu'est une e-réputation
- Fonctions du Community manager (CM)
- Exemples de bonnes pratiques et dérives

3. Les bases de la culture digitale

- Vocabulaire courant (hashtags, algorithmes, stories, reels...)
- Tendances, usages et influenceurs
- Propriété intellectuelle, droit à l'image, mentions légales

4. Charte graphique et création de visuels

- Importance de la cohérence visuelle
- Création de posts simples avec **Canva** ou **Genially**
- Cas pratiques : création de modèle post/story

5. Interagir, animer sa communauté

- Comment répondre aux commentaires
- Gestion d'un bad buzz ou shit storm
- Stratégies d'engagement : quiz, sondages, concours, lives



Jour 2 – Panorama des réseaux sociaux et outils

6. Panorama des principaux réseaux sociaux

- **Facebook** : pages, groupes, stories, lives – cibles et contenus adaptés
- **Instagram** : visuels impactants, reels, stories, publications
- **YouTube** : chaînes, vidéos, lives, Studio Creator
- **Twitter** : communication en temps réel, hashtags, threads
- **LinkedIn** : réseau professionnel, posts et articles, positionnement
- Pour chaque réseau : Quand publier ? Comment publier ? À quelle fréquence ?

7. Autres canaux à découvrir

- **TikTok, Twitch, Pinterest, Podcasts, Blogs**
- Spécificités, publics, potentiel selon son activité

8. Prise en main d'outils pratiques

- Découverte de **Canva, Genially, Grafix** : créer du contenu attractif
- Utiliser **Anchor** pour lancer un podcast
- S'informer des tendances : outils de veille design et marketing
- Atelier pratique : créer un planning de publications simple

9. Clôture – Plan d'action personnalisé

- Identification des réseaux à privilégier
- Élaboration d'un mini-plan éditorial
- Checklist pour se lancer sereinement



Prérequis

Aucune connaissance préalable des réseaux sociaux n'est requise.
Savoir utiliser un ordinateur ou un smartphone de manière courante.



Modalités pédagogiques

- Apports théoriques et interactifs
- Ateliers pratiques (création de visuels, publication simulée, mini stratégie)



Moyens et supports pédagogiques

Un ordinateur et un support par participants



Modalités d'évaluation et de suivi

- Quiz de fin de formation
- Exercice pratique : créer un post ou un calendrier de publication
- Évaluation de la satisfaction stagiaire à chaud

Informations sur l'admission



Informations sur la formation en présentielle

- **Lieu** : les stagiaires suivront la formation dans nos locaux (2 avenue Leonard de Vinci, 63000 Clermont- Ferrand
- **Horaires** : 9h -12 h 30// 13h 30- 17 h avec pauses.
- **Interactivité** : échanges directs avec le formateur, travaux pratiques, questions-réponses.
- **Supports** : documents papier ou numériques remis aux participants.
- **Matériel** : chaque stagiaire dispose d'un poste informatique.



Informations sur l'accessibilité

Etablissement ERP

Accessibilité aux personnes en situation de Handicap