FICHE DESCRIPTIVE DE L'ACTION DE FORMATION EN PRÉSENTIEL

RÉSEAUX SOCIAUX – STRATÉGIES DE BASE

EN INTER-ENTREPRISES / EN INTRA-ENTREPRISE / EN INDIVIDUEL ET SUR MESURE

DURÉE	PUBLIC VISÉ	PRÉ-REQUIS
1 jour soit 7 heures **LIEU** Région AURA **TARIF** En inter-entreprises : 400€ HT/j En intra & Sur mesure : Sur devis	Toute personne ayant à communiquer à travers un ou plusieurs réseaux sociaux, parmi les plus référents sur le web Pour accès aux personnes en situation de handicap, nous consulter.	Aucun

OBJECTIF PROFESSIONNEL :

- Acquérir les compétences nécessaires pour élaborer et mettre en œuvre des stratégies de base sur les réseaux sociaux afin d'améliorer la visibilité et l'engagement de l'entreprise

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS ET ÉVALUABLES DE DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES :

- À l'issue de l'action de formation, les bénéficiaires seront capables de :
  - Comprendre les principes fondamentaux des réseaux sociaux
  - Identifier les plateformes de réseaux sociaux adaptées à son secteur d'activité
  - Élaborer une stratégie de contenu de base pour les réseaux sociaux
  - Mesurer l'impact des actions menées sur les réseaux sociaux

MODALITES ET DELAIS D'ACCES

En amont de la contractualisation, un entretien téléphonique ou en visioconférence avec Zoom ou Teams permet de :

- Analyser les besoins en formation du client
- Vérifier les prérequis
- Adapter, le cas échéant, l'action de formation aux profils/situations du/des bénéficiaires
- Identifier, le cas échéant, les situations de handicap et décider des adaptations nécessaires (durée, rythme, méthodes, supports pédagogiques…)
- Les dates/horaires sont déterminés d'un commun accord entre le Client et le Prestataire en amont de la contractualisation.
  Pour les inter-entreprises : voir planning du semestre en cours (disponible sur demande)
  Pour les intra-entreprise : l'action de formation peut débuter, selon les souhaits du Client, dans un délai de 2 semaines à 3 mois maximum.

SUIVI DE L'ACTION DE FORMATION

Feuilles d'émargement co-signées par ½ journée par les bénéficiaires et l'intervenant.

MODALITES PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

PEDAGOGIE MOBILISEE :

Apports méthodologiques, apports théoriques illustrés d'exemples, échanges, exercices et/ou travaux pratiques.
Support de cours papier ou numérique.

MODALITES TECHNIQUES :

Formation Inter ou intra dans nos locaux : salle climatisée équipée d'un ordinateur par personne avec logiciel installé, d'un paperboard et/ou d'un tableau blanc et d'une connexion internet.
Si intra chez le client **:** le client devra mettre à disposition de l'intervenant les locaux et équipements décrits ci-dessus (sauf si le client souhaite qu'ALGOTIS fournisse les équipements ; dans ce cas, la prestation sera facturée en sus).

NOTRE EQUIPE D'INTERVENANTS

Nos formateurs internes :

- **Françoise** – Formatrice et responsable pédagogique (34 ans d'expérience en formation bureautique & PAO)
- **Alain** – Formateur et gérant de la société ALGOTIS (32 ans d'expérience en formation bureautique & technique)
- **Franck** – Formateur bureautique (28 ans d'expérience en formation bureautique)

Nos formateurs bénéficient d'un suivi de compétences aussi bien au niveau technique que pédagogique.

Nos intervenants extérieurs :

- Ils ont tous une expertise pédagogique et technique reconnue dans leurs domaines de compétences (CV à disposition)

SANCTION DE LA FORMATION

Certificat de réalisation

CONTENU DE LA FORMATION

PRESENTATION DE LA JOURNEE ET ECHANGES

Introduction aux objectifs pédagogiques
Discussion autour des attentes des participants et de leurs expériences avec les réseaux sociaux

L'IMPORTANCE DES RESEAUX SOCIAUX POUR LES ENTREPRISES

Évolution et impact des réseaux sociaux sur le marketing digital
Les avantages pour les entreprises : visibilité, engagement, notoriété, acquisition client

PANORAMA DES PRINCIPALES PLATEFORMES

Présentation des plateformes majeures :

- Facebook : Connexion de masse et publicité ciblée
- Instagram : Le pouvoir de l'image et des stories
- LinkedIn : Réseautage professionnel et marketing B2B
- YouTube, Twitter, Pinterest : Quand et pourquoi les utiliser

ANALYSE DES CARACTERISTIQUES DE CHAQUE PLATEFORME

Typologies des utilisateurs : démographies, comportements
Contenus performants selon les plateformes : photos, vidéos, textes, carrousels
Quels réseaux choisir selon :

- Le secteur d'activité
- Les objectifs marketing (vente, notoriété, engagement)

PRINCIPES DE BASE D'UNE STRATEGIE DE CONTENU

Définir sa cible grâce à un persona marketing
Créer un ton et une ligne éditoriale cohérents
Intégrer storytelling et authenticité dans vos publications

TYPES DE CONTENU ET CALENDRIER EDITORIAL

Quels types de contenus fonctionnent (exemples concrets et études de cas)
Organisation et planification : créer un calendrier éditorial efficace
Rythme de publication : combien et quand poster ?

ATELIER PRATIQUE : CREATION DE CONTENU ENGAGEANT

Réalisation d'un post pour une plateforme au choix (texte, visuel et hashtags).
Utilisation de canaux créatifs gratuits comme Canva ou d'outils natifs.

MESURER, ANALYSER ET S'INSPIRER

Introduction aux concepts de mesure et d'analyse de performance
Importance de l'évaluation pour ajuster sa stratégie

LES OUTILS D'ANALYSE ET LES INDICATEURS CLES DE PERFORMANCE (KPI)

Découverte des outils natifs (Meta Business Suite, Analytics sur Instagram, LinkedIn Insights)
Focus sur les principaux KPI :
Taux d'engagement
Portée et impressions
Conversion et clics
Retour sur investissement (ROI)

ÉTUDE DE CAS : ANALYSE DE CAMPAGNES REUSSIES

Décortiquer des campagnes impactantes :
Quels types de contenus ont fonctionné ?
Stratégies employées (publicité, storytelling, interactions)
Résultats obtenus et enseignements
Exemples issus de secteurs variés (mode, B2B, restauration, tech)

SYNTHESE ET BONNES PRATIQUES

Checklist des étapes clés pour réussir sur les réseaux sociaux
Conseils pour maintenir une stratégie évolutive et durable

ÉVALUATION DE FIN DE JOURNEE

MODALITES D'EVALUATION (AVANT, EN COURS ET A LA FIN DE LA PRESTATION)

- Entretien téléphonique ou en visioconférence avec Zoom ou Teams ou formulaire de contact
- Évaluations formatives tout au long de l'action de formation (exercices, manipulations, questions/réponses)
- Auto-évaluation de l'atteinte des objectifs opérationnels par le formateur
- Recueil des appréciations des bénéficiaires en fin de formation

INDICATEURS DE RESULTATS EN 2024

- **Niveau d'accomplissement :**
  Nombre de bénéficiaires accueillis :

- **Niveau de performance :**
  Note de satisfaction globale des bénéficiaires : % très satisfait, % satisfait, % peu satisfait, % d'insatisfait

ACCESSIBILITE AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Conformément à la règlementation (Loi du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées / Articles D. 5211-1 et suivants du code du travail), ALGOTIS peut proposer des aménagements (technique, organisationnel et/ou pédagogique) pour répondre aux besoins particuliers de personnes en situation de handicap.
Pour plus d'information, veuillez consulter : https://www.algotis.fr/sitealgotis/referent-handicap/

CONTACT PEDAGOGIQUE, ADMINISTRATIF ET HANDICAP

Contact pédagogique : pour toute information / inscription : Mireille Égoux – mireille@algotis.fr – 04.73.24.91.67
Contact administratif et handicap : Sandy Rebelo – sandy@algotis.fr – 04.73.24.91.67