

## Réseaux sociaux

Référence du module : MOD\_2025044

### Organisation

**Durée** : 14 heures (2 jours)

**Prix par participant** : 420.00 € HT

**Modalités et délais d'accès** : L'accès à nos formations est initié par l'employeur. Le délai moyen d'accès est de 2 mois. Ce délai peut être adapté en fonction de vos besoins et du planning de nos formateurs.

**Organisation des séquences de formation** : 2 journées de 7h consécutives pour une meilleure appropriation des notions.

### Public

**Public** : Toute personne désirant se familiariser avec les principaux réseaux sociaux, dans un contexte professionnel

**Accessibilité aux personnes en situation de handicap** : Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap. Merci de nous consulter avant validation de la formation.

**Pré-requis** : Aucun prérequis ni aucune expérience n'est nécessaire pour accéder à cette formation

### Objectifs

A l'issue de la formation, vous serez capable de :

- Organiser une veille sur les réseaux sociaux
- Gérer la e réputation
- Utiliser les réseaux sociaux pour développer son chiffre d'affaires

### Contenu

Jour 1 : (7 heures)

#### Introduction aux réseaux sociaux et leur impact (3h30)

- Les réseaux sociaux : un levier de communication stratégique
  - L'importance des réseaux sociaux dans le monde digital actuel
  - Les principaux réseaux sociaux : Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, TikTok, etc.
  - Les types de contenus et leurs objectifs (visibilité, engagement, conversion)
- Stratégie de présence sur les réseaux sociaux
  - Définir ses objectifs : notoriété, engagement, génération de leads, fidélisation
  - Cibler son audience : comprendre son public et ses attentes
  - Construire un plan de communication digital efficace

#### Organiser une veille stratégique sur les réseaux sociaux(3h30)

- La veille sur les réseaux sociaux : définition et enjeux
  - Pourquoi la veille est essentielle pour une entreprise ?
  - Types de veille : concurrentielle, sectorielle, réputationnelle
- Les outils de veille sur les réseaux sociaux
  - Introduction aux principaux outils de veille (Hootsuite, Mention, Google Alerts, Brandwatch, etc.)
  - Comment paramétrer des alertes et suivre les discussions
  - Analyse des données et extraction de tendances
- Créer une veille sur un sujet spécifique
  - Mise en place d'une veille personnalisée avec un outil de son choix
  - Identification des conversations pertinentes pour l'entreprise ou le secteur d'activité des participants.
  - Discussion de cas réels

## Jour 2 : (7 heures)

### **Gestion de la e-réputation et développement du chiffre d'affaires via les réseaux sociaux (3h30)**

- Introduction à la e-réputation
  - Définition de la e-réputation et son importance
  - Les enjeux d'une bonne e-réputation pour une entreprise
  - Les crises réputationnelles : prévention et gestion
- Outils et techniques pour surveiller et améliorer sa e-réputation
  - Répondre aux avis et commentaires sur les réseaux sociaux
  - Gérer les commentaires négatifs et transformer une situation de crise
- La gestion proactive de la e-réputation
  - Créer du contenu positif et valoriser les avis clients
  - Construire une image de marque positive sur les réseaux sociaux
  - Utiliser des influenceurs pour renforcer la réputation de la marque

### **Utiliser les réseaux sociaux pour développer son chiffre d'affaires (3h30)**

- Les réseaux sociaux comme canal de vente : principes et bonnes pratiques
  - Comment transformer ses followers en clients ?
  - Les stratégies de contenu pour la conversion : appels à l'action, promotions, storytelling
  - Le rôle des publicités sur les réseaux sociaux (Facebook Ads, Instagram Ads, LinkedIn Ads)
- Créer une campagne de publicité sur les réseaux sociaux
  - Définir des objectifs de campagne (notoriété, trafic, conversion)
  - Créer une publicité efficace : ciblage, visuel, message
  - Analyse des résultats d'une campagne
- Le Social Selling et l'utilisation de LinkedIn pour développer son business
  - Introduction au Social Selling : utiliser LinkedIn pour développer des relations commerciales
  - Optimiser son profil et son réseau sur LinkedIn pour générer des leads

## **Modalités pédagogiques**

---

Les méthodes pédagogiques utilisées sont une alternance de présentations théoriques et d'ateliers pratiques, des études de cas réels pour illustrer les concepts et des interactions avec les participants pour personnaliser les exemples et les exercices. Les moyens pédagogiques utilisés seront des mises en situations, des exercices pratiques, des questionnaires ainsi que des jeux de rôle.

Supports pédagogiques utilisés : Réseaux sociaux, jeux de rôle, mises en situation.

Documentation remise aux stagiaires : Documentation complète sur les outils de veille et la gestion de la e-réputation, modèles de plan de gestion de la e-réputation et de stratégie de contenu, guide pratique pour créer des publicités efficaces sur les réseaux sociaux.

## **Modalités d'évaluation et de suivi**

---

Le formateur aura recours à plusieurs sortes d'évaluations : L'évaluation des acquis en début de formation, le recueil des attentes, des évaluations diagnostiques pour diagnostiquer le niveau de connaissances des apprenants, des évaluations formatives pour valider ou ajuster l'encours de l'apprentissage et accompagner la progression de celui-ci, des évaluations sommatives en fin de formation pour valider les acquis. Pour recueillir son appréciation et ses suggestions sur la formation, le participant recevra une évaluation à chaud à l'issue de la formation puis une évaluation à froid 2 mois après la formation.

## **Validation**

---

Certificat de réalisation

## **Contacts**

---

- **Catherine GOHAU**, Responsable RH Pôle Franchise et QVT Groupe - Contact handicap  
cathgo@lamiecaline.com ou 02.51.59.19.19
- **Marie LE TRANOUEZ**, Responsable école de formation  
mariel@lamiecaline.com ou 02.51.59.99.87