

COMMUNICATION ET INFORMATION - IA, DATA ET CALCUL

Construire et piloter une stratégie social media

PUBLIC ET PRÉ-REQUIS

Responsables et chargé(e)s de communication.

PROGRAMME

Jour 1 — Comprendre les mécaniques du social media

- Panorama et enjeux du social media**
 - Évolution du web social et économie de l'attention
 - Usages et chiffres clés des réseaux sociaux en France
 - Enjeux pour les grandes organisations (visibilité, réputation, pédagogie, dialogue)
 - Vision 360 des leviers social media (corporate, influence, advocacy, paid, veille)
- Comprendre et activer les algorithmes**
 - Rôle des algorithmes et modèles économiques des plateformes
 - Algorithmes sociaux vs algorithmes de recommandation
 - Signaux de performance (watch time, complétion, engagement, récence)
 - Déclinaisons par plateforme (Meta, TikTok, LinkedIn, YouTube)
 - Erreurs fréquentes et bonnes pratiques
- Plateformes, interfaces et formats**
 - Panorama des plateformes en France (audiences, temps passé, socio-démo)
 - Facebook : interfaces, formats et usages institutionnels
 - Instagram : narration visuelle, formats et interfaces
 - TikTok : découverte, formats et culture de l'authenticité
 - X : temps réel et prise de parole publique
 - YouTube : logique moteur de recherche et vidéo long terme
 - LinkedIn : communication corporate, marque employeur et leadership

Jour 2 — Concevoir et piloter une stratégie social media

- Construire sa stratégie social media**
 - Objectifs de communication
 - Audiences et plateformes
 - Ligne éditoriale
 - Calendrier de contenus
- Identité et positionnement de marque**
 - Culture des marques sur les réseaux
 - Benchmark concurrentiel
 - Influence, ambassadeurs et créateurs
 - Rédaction d'un brief social media
- Mesure, pilotage et valorisation de la performance**
 - Pourquoi mesurer et pour qui ?
 - KPI par objectif (notoriété, engagement, conversion, réputation)
 - Spécificités de la mesure vidéo
 - Construction d'un tableau de bord social media
 - Lecture managériale et storytelling des résultats

OBJECTIFS & COMPÉTENCES

- Comprendre les logiques et les usages des principales plateformes social media ainsi que l'impact des algorithmes sur la visibilité des contenus.
- Définir une stratégie social media cohérente en fonction des objectifs de communication, des audiences cibles et des plateformes pertinentes.
- Concevoir et adapter des contenus aux codes éditoriaux des réseaux sociaux
- Piloter et évaluer la performance des actions social media à l'aide d'indicateurs pertinents et valoriser les résultats auprès des parties prenantes.

Prochaines sessions

Du 25/06/2026 au 26/06/2026

Informations clés

Durée :
14h

Lieu :
77 Rue de Villiers, 92200 Neuilly-sur-Seine

Tarif :
Sur mesure

- Tiers (entreprises, OPCO, France Travail...) : 1680€ nets - Individuel : 1176€ nets

Responsable(s)

 **Laurent Galant**

Contact

formations-courtes@celsa.fr

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Méthodes

- Apports théoriques
- Ateliers collaboratifs en petits groupes
- Étude de cas concrets sur des marques actuelles

POUR CANDIDATER

Inscription en ligne :

**[https://fc.sorbonne-universite.fr/formulaire-bulletin-inscription-formati-
ons-courtes-celsa](https://fc.sorbonne-universite.fr/formulaire-bulletin-inscription-formati-
ons-courtes-celsa)**