

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.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

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

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

MODALITES D'ÉVALUATION

Études de cas

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)