



Programme de Formation

Gérer la communication digitale d'une entreprise via les réseaux sociaux

Certification RS6240 - ALLOKOM

Durée : 45h (39h e-learning + 6h synchrone)

Prix : 1500 € HT

Objectifs de la formation

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Utiliser les réseaux sociaux selon les objectifs et la cible définis
- Mettre en place des visuels inclusifs et optimisés
- Élaborer un plan social media cohérent
- Rédiger des publications professionnelles et percutantes
- Utiliser Meta Business Suite pour gérer les pages Facebook et Instagram
- Animer les comptes et modérer les échanges
- Créer et analyser des campagnes sponsorisées

Public et Prérequis

- **Aucun prérequis**
 - Toute personne souhaitant développer les compétences nécessaires pour gérer la communication digitale d'une entreprise via les réseaux sociaux
-

Modalités pédagogiques

- **39 heures de formation e-learning**
 - Accès à une plateforme pédagogique en ligne 24h/24
 - Ressources téléchargeables, vidéos, modèles pratiques, études de cas
- **6 heures de formation synchrone en visioconférence**
 - Accompagnement par un formateur expert
 - Mises en situation, retours d'expérience, échanges

68 Avenue Sainte-Marie
SAINT-MANDE
94160

Numéro de déclaration d'activité : 11941171194
Siret : 907 545 081 00024

- **Méthodes pédagogiques** : interrogative, démonstrative, participative
- **Supports fournis** : modèles de stratégie, planning éditorial, tableau de reporting, exercices corrigés

Organisation & Durée par module

Module	Module Intitulé	Objectifs pédagogiques	Durée
1	Définir sa stratégie digitale	Comprendre le marketing digital, créer une stratégie adaptée	5h
2	Maîtriser les réseaux sociaux professionnels	Naviguer, comprendre les enjeux, automatiser certaines actions	10h
3	Créer du contenu engageant et optimisé	Élaborer une ligne éditoriale, visuels & copywriting	12h
4	Animer et modérer les échanges	Veille, modération, gestion des avis, storytelling	7h
5	Focus Meta : Facebook & Instagram	Créer publications, stories, campagnes via Meta Business Suite	5h
6	Formation synchrone en visio (1 jour)	Études de cas, pratique, corrections, échanges avec formateur	6h

Déroulé pédagogique (modules & durées)

Module	Module Intitulé	Objectifs	Contenu & Activités	Durée
1	Stratégie digitale	Créer une stratégie Social Media	Funnel marketing, schéma stratégique, cas pratique	5h e-learning
2	Réseaux sociaux pro	Comprendre leur usage pro	Social selling, automatisation (Waalaxy), chiffres clés	10h e-learning
3	Contenu engageant	Créer des contenus optimisés	Ligne éditoriale, visuels, copywriting, planning	12h e-learning
4	Animation & modération	Gérer les interactions	Veille, e-réputation, stories, Google My Business	7h e-learning

68 Avenue Sainte-Marie
SAINT-MANDE
94160

Numéro de déclaration d'activité : 11941171194
Siret : 907 545 081 00024



5	Meta Suite & pub	Publier et sponsoriser	Canva, gestionnaire de pub, reporting, réels	5h e-learning
6	Séance visio	Mise en pratique & coaching	Cas réels (Flochon, L’Affinerie), relecture, feedback	6h visioconférence



Modalités pédagogiques détaillées

Format	39h en e-learning + 6h de formation en visioconférence
Méthodes	Interrogative, incitative, active (cas pratiques, quiz, tutoriels)
Supports	Vidéos, PDF, modèles, outils Canva, Meta Suite, tutoriels Capcut
Outils utilisés	Canva, Meta Business Suite, Capcut, LinkedIn, Instagram, Facebook, Google My Business
Accessibilité	Formation adaptée. Référent handicap dédié
Suivi	Visio live avec formateur, assistance technique, forum d’échange

68 Avenue Sainte-Marie
SAINT-MANDE
94160

Numéro de déclaration d’activité : 11941171194
Siret : 907 545 081 00024



Contenu détaillé

Programme de Formation – Gérer la communication digitale d’une entreprise via les réseaux sociaux

1. Élaborer une Stratégie Digitale Efficace pour les Réseaux Sociaux

- Découverte visuelle : le marketing digital expliqué par un schéma
 - Approfondir le concept de l’entonnoir de conversion digital
 - Définir une stratégie de communication sur les réseaux sociaux
 - **Atelier pratique** : concevoir sa propre stratégie digitale adaptée à son secteur
-

2. Maîtriser l’Utilisation des Réseaux Sociaux en Milieu Professionnel

- Premiers pas sur les plateformes sociales : prise en main et bonnes pratiques
- Repères et données clés sur l’usage des réseaux sociaux
- Intégration des réseaux sociaux dans une logique de tunnel marketing
- Le principe des « 5 poignées de main » : comprendre la viralité
- Le **social selling** : transformer ses réseaux en leviers commerciaux
- Analyse du baromètre du social selling
- Tendances 2022 selon Hubspot : ce qu’il faut retenir
- **Zoom sur LinkedIn** : bâtir sa présence sur le réseau B2B de référence
- Introduction à l’automatisation sur LinkedIn via **Waalaxy**
- **Focus Instagram** : tirer parti des formats verticaux (Reels) avec **CapCut**
- Utiliser **Canva** pour créer rapidement du contenu visuel percutant
- Gérer ses publications avec la **Meta Business Suite** : planification et gain de temps
- Présentation des fonctionnalités clés de la Meta Suite
- Réaliser ses premières campagnes publicitaires via **Meta Ads**
- Suivre ses performances avec des outils de mesure

68 Avenue Sainte-Marie
SAINT-MANDE
94160

Numéro de déclaration d’activité : 11941171194
Siret : 907 545 081 00024



- **Outil bonus** : tableau de bord de reporting à personnaliser

Études de cas concrets :

- CRRSP
- The North Face (Clermont-Ferrand)
- Pâtisserie Flochon (Lyon)
- Friperie L'Affinerie (Clermont-Ferrand)

3. Créer du Contenu Impactant et Optimisé pour les Réseaux

- Structurer sa ligne éditoriale en lien avec sa stratégie de marque
- Exemples de modèles pour bâtir son plan de contenu
- Introduction au **copywriting** : écrire pour séduire et vendre
- Outils et ressources : guide du copywriting
- Rédaction pour le web : les formats essentiels à connaître
- Organiser sa diffusion : création d'un **calendrier éditorial**
- **Ressource incluse** : modèle de planning à adapter
- Certification Hubspot offerte à la fin du module

4. Gérer la Modération et l'Animation des Communautés

Les responsabilités quotidiennes du **community manager**

- Mettre en place une veille stratégique & soigner sa **e-réputation**
- Animer une page professionnelle et interagir avec sa communauté
- Mettre en place une messagerie automatisée (chatbots, réponses rapides)
- Optimiser sa présence locale avec **Google My Business**
- Créer et publier des stories sur Facebook et Instagram
- Comprendre et utiliser **X (ex-Twitter)** dans un cadre professionnel

5. Approfondissement : Maîtriser les Outils Meta

68 Avenue Sainte-Marie
SAINT-MANDE
94160

Numéro de déclaration d'activité : 11941171194
Siret : 907 545 081 00024



- Explorer les différents formats proposés par **Meta** (posts, stories, reels)
 - Réaliser des visuels conformes aux standards de Meta avec **Canva**
 - Rédiger un contenu engageant et visuellement attractif
 - Gérer ses contenus via la **Meta Business Suite**
 - **Créer et programmer** efficacement ses publications
 - Lancer une **campagne publicitaire ciblée** avec le gestionnaire de publicité
-

Modalités

- Aucun prérequis
- Formation participative, basée sur la **méthode interrogative et collaborative**
- Alternance d'apports théoriques, d'**études de cas** et de **mises en pratique concrètes**

68 Avenue Sainte-Marie
SAINT-MANDE
94160

Numéro de déclaration d'activité : 11941171194
Siret : 907 545 081 00024