

# Créer une stratégie de communication sur les réseaux sociaux

Intégrer les médias sociaux à son plan de communication

2 jours (14 heures)

Perfectionnement

Présentiel ou classe à distance

à partir de

**1 650 € HT** par personne (TVA en vigueur) **Repas inclus en présentiel**

Contenu mis à jour le 08/10/2026. Document téléchargé le 09/10/2026.

Être présent sur les réseaux sociaux demande une stratégie claire : choisir les plateformes utiles, proposer des contenus cohérents et construire des échanges durables avec ses publics. L'enjeu est de donner un rôle précis à chaque action pour soutenir la visibilité, la réputation et les relations de son organisation.

Cette formation du CFPJ vous accompagne pour **concevoir, animer et piloter une stratégie de communication sur les réseaux sociaux**. À travers des exercices pratiques, vous définirez votre ligne éditoriale, préparerez vos publications et travaillerez l'animation comme la modération de votre communauté. Vous explorerez également les usages pertinents de l'IA pour faciliter certaines tâches, tout en préservant la qualité des contenus et des interactions. Vous construirez un plan d'actions concret, assorti d'indicateurs pour évaluer vos résultats et ajuster vos choix.

## Objectifs

- Communiquer autour de sa marque sur les médias sociaux.
- Favoriser une approche cohérente des réseaux sociaux.
- Tirer parti de la communauté et de la viralité.

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

### Compétences acquises

Communiquer autour de sa marque sur les réseaux sociaux et tirer parti de la communauté et de la viralité.

## À qui s'adresse cette formation ?

Responsables et chargés de communication, de marketing.

### Prérequis

Avoir une connaissance fine des réseaux sociaux ou avoir suivi la formation "Maîtriser les RS : investir le web d'aujourd'hui et de demain".

## Programme

### 1 Pendant votre formation

## Créer une stratégie de communication sur les réseaux sociaux

### Définir la place des réseaux sociaux dans sa communication

- Évaluer la contribution des réseaux sociaux à ses objectifs : visibilité, réputation, engagement et relations avec ses publics.
- Analyser les attentes, les usages et les conversations de ses communautés.
- Choisir les plateformes pertinentes selon ses publics, ses ressources et ses contenus.
- Définir une ligne éditoriale cohérente avec l'identité et les engagements de son organisation.
- Articuler réseaux sociaux, communication interne et autres canaux de communication.
- Utiliser l'IA pour explorer des axes éditoriaux et challenger ses hypothèses, à partir d'informations vérifiées.

*Exercice pratique : réaliser un diagnostic de sa présence sociale ou d'un cas proposé. Définir ses publics prioritaires, ses objectifs et ses axes éditoriaux.*

### Animer, développer et modérer sa communauté

- Construire un calendrier associant contenus réguliers, temps forts et interactions.
- Concevoir des publications qui favorisent les échanges et la participation.
- Exploiter les questions et les retours de sa communauté pour adapter ses contenus.
- Mobiliser ses collaborateurs, ses partenaires et ses membres actifs pour élargir sa visibilité.
- Organiser un événement ou un rendez-vous participatif sur les réseaux sociaux.
- Définir des règles de modération et traiter les critiques, les tensions et les commentaires problématiques.
- Utiliser l'IA pour proposer des variantes de publications et préparer des réponses, avec validation humaine.

- Évaluer l'intérêt d'un agent conversationnel : besoins couverts, limites et relais vers un interlocuteur humain.

#### Exercices pratiques :

- Construire une semaine de publications et décliner un message en deux formats avec l'aide de l'IA.
- Concevoir une animation communautaire précisant les modalités de participation et de suivi.
- Simuler la modération de plusieurs commentaires : question, critique argumentée, provocation et propos haineux.

### Formaliser et piloter une stratégie social media

- Traduire ses orientations en un plan d'actions : priorités, calendrier, responsabilités et budget.
- Organiser la production, la validation des contenus et le suivi des interactions.
- Définir les usages de l'IA dans son organisation : tâches pertinentes ou non, contrôle des résultats et protection des données.
- Choisir des indicateurs liés à ses objectifs : portée, engagement, qualité des échanges et actions réalisées.
- Analyser les résultats pour identifier les contenus et les dispositifs les plus utiles.
- Ajuster son plan à l'actualité et aux retours de sa communauté, en conservant une ligne cohérente.
- Anticiper les situations sensibles et prévoir un circuit d'alerte et de réponse.

*Exercice pratique : élaborer un plan social media sur trois mois, accompagné d'un tableau de bord. À partir de résultats fournis, utiliser l'IA pour explorer des pistes d'amélioration, puis sélectionner et justifier trois ajustements.*

*Fil rouge : construire une stratégie applicable à son organisation, de la définition des objectifs au pilotage des actions.*

## Financement

Plusieurs dispositifs de financement sont accessibles via les OPCO (Opérateurs de Compétences), organismes agréés par le ministère du Travail dont le rôle est d'accompagner, collecter et gérer les contributions des entreprises au titre du financement de la formation professionnelle.

Pour plus d'information, une équipe de gestionnaires SKOLAE Formation spécialisée vous accompagne dans le choix de vos formations et la gestion administrative.

Nous contacter pour en savoir plus →

## Intervenants

Kim DEZEQUE  
MERKUTIO

Emeraude LAMIET  
L'Homme qui à vu l'Ours

## Modalités pédagogiques

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.

Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur [votre espace apprenant](#).

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre [plateforme](#) dédiée.

[Accessibilité aux personnes en situation de handicap](#)

## Détails de la session

Du 25 octobre 2027 au 26 octobre 2027 (2 jours / 14 heures)

Paris

Du 25 octobre 2027 au 26 octobre 2027 **Paris**

- 25 octobre 2027 ..... 9h00 – 17h30
- 26 octobre 2027 ..... 9h00 – 17h30