



ÉLABORER UNE STRATÉGIE DE SOCIAL MEDIA MARKETING - NIVEAU 2

Accélérer sa croissance grâce aux réseaux sociaux

FORMATIONS COURTES

PERFECTIONNEMENT

Ref. : C19ERESEAU

Durée :
2 jours - 14 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 1560 € HT

Repas inclus

Les réseaux sociaux sont incontournables pour les entreprises qui souhaitent optimiser leur [référencement](#)

et améliorer leur visibilité et leur [notoriété](#) sur le web.

Pourquoi se former sur "Les réseaux sociaux - niveau 2" ?

- Devenir un **expert** des principaux réseaux sociaux.
- Améliorer et mesurer l'**impact** de vos performances sur les réseaux en créant du **contenu stratégique**.
- Amplifier votre visibilité et votre trafic grâce à une stratégie pertinente et multicanal.

Découvrez comment passer au niveau supérieur dans votre stratégie de social media marketing en seulement 2 jours !

Si vous êtes débutant dans l'utilisation des réseaux sociaux et/ou que vous n'avez pas encore de compte actif sur les réseaux sociaux, venez vous former au niveau 1 : "

[Intégrer les réseaux sociaux dans sa stratégie marketing](#)

"

Si vous souhaitez une formation sur les réseaux sociaux dédié au secteur BtoB, découvrez la formation :

["Exploiter efficacement les réseaux sociaux en B2B"](#)

Vous souhaitez une formation dédiée à l'Intelligence Artificielle appliquée à la stratégie réseaux sociaux :

[L'Intelligence artificielle pour optimiser sa stratégie social media](#)

LIEUX ET DATES DÉTAILLÉS

[À distance](#)

23 et 24 mars 2026

- 23/03/2026 09:00 --> 24/03/2026 17:30 à À distance
 - 23/03/2026 09:00 --> 23/03/2026 17:30
 - 24/03/2026 09:00 --> 24/03/2026 17:30

OBJECTIFS

- Prendre en main les principaux réseaux sociaux BtoC et BtoB.
- Développer sa présence sur les principaux réseaux sociaux.
- Mesurer l'impact de ses actions social marketing pour optimiser sa performance.

EVALUATION

[Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.](#)



POUR QUI ?

Responsables marketing, digital, communication, social media et community managers.

PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux du marketing digital.

Avoir suivi la formation niveau 1 : "[Intégrer les réseaux sociaux dans sa stratégie marketing](#)" est un plus !

COMPÉTENCES ACQUISES

Mettre en place une stratégie sur les principaux réseaux sociaux.

PROGRAMME

Pendant

Élaborer une stratégie de social media marketing

Modules distanciels :

- E-quizz en amont/aval de la formation

Définir sa stratégie social marketing

- Degré de visibilité, taille de communautés, concurrence... : faire l'état des lieux de sa présence sociale.
- Définir des objectifs SMART pour établir une feuille de route et une stratégie cohérentes.
- Sélectionner des KPIs pour matérialiser ses objectifs.
- Atelier Persona : identifier les besoins de ses clients pour adapter ses contenus.
- Segmenter son audience pour arrêter ses cibles prioritaires.
- Fixer sa stratégie sociale : promesse et ligne éditoriale.
- Calendrier éditorial, dispositif de promotion... : établir un plan d'actions réaliste.
- Allouer les ressources nécessaires pour mener à bien son projet : temps et budget.

Créer des publications performantes pour générer du trafic

- Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, LinkedIn, TikTok, Snapchat... : se positionner sur les bons réseaux sociaux.
- Images, URL... : optimiser ses profils sociaux pour un impact positif sur ses leads.
- Adapter la forme de ses messages aux singularités du media social : stories, hashtag, thread, reels, carrousel...
- Adopter les bonnes pratiques pour valoriser ses contenus : partage, images, fréquence...
- Atelier : faire de la curation de contenu pour trouver du contenu à partager.
- Utiliser la publicité sociale ciblée pour promouvoir ses contenus.
- Faire passer à l'action ses prospects : conseils et astuces simples.

Publier du contenu de valeur pour susciter l'engagement

- Assigner un but à chaque publication pour apporter de la valeur à sa cible.
- Posts audio, messageries, live, articles, infographies, vidéos... : offrir un contenu varié pour combler son audience.
- Influence et community management : animer et mobiliser ses communautés.
- Atelier : créer des contenus engageants qui incitent au partage.

Planifier, gérer et analyser ses actions

- Hootsuite, buffer... : utiliser des outils dédiés pour optimiser la gestion de ses publications.



- Atelier : programmer la diffusion automatique de ses publications pour gagner en efficacité.
- Construire un tableau de bord pour suivre ses performances.
- Calculer le ROI de ses actions pour adapter sa stratégie

INTERVENANTS

Alexandra DENAT

Consultante et formatrice en marketing, développement commercial et communication digitale. 15 ans d'expérience dans le domaine du e-commerce et du marketing digital.

Ambre FRANDSEN

Brand Content Manager. Social Media Manager Senior. Consultante et formatrice en communication digitale. Journaliste.

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](#)

