

Domaine : Information et communication - Thématique(s) : Digital

STAGES COURTS

CONSTRUIRE ET PILOTER UNE STRATÉGIE SOCIAL MEDIA

🕒 **Durée de la formation** : 14h

Modalité : Présentiel

📅 **Dates** : Voir le calendrier

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

💶 **Tarif** : Voir ci-dessous

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

OBJECTIFS

- 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.

PUBLIC VISÉ 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

RESPONSABLE(S) PÉDAGOGIQUE



Laurent Galant

Session

LES 25 ET 26/06/2026

CONTACT

✉ formations-courtes@celsa.fr

- LinkedIn : communication corporate, marque employeur et leadership

Jour 2 – Concevoir et piloter une stratégie social media

1. **Construire sa stratégie social media** ● Objectifs de communication ● Audiences et plateformes ● Ligne éditoriale
 - Calendrier de contenus
2. **Identité et positionnement de marque** ● Culture des marques sur les réseaux ● Benchmark concurrentiel ● Influence, ambassadeurs et créateurs
 - Rédaction d'un brief social media
3. **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

MÉTHODES

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

CALENDRIER

Durée de la formation : 14h
Rythme : 2 jours

SESSION

LES 25 ET 26/06/2026 de 09:30 à 18:00