

PROGRAMME DE FORMATION

Introduction aux Réseaux Sociaux et Community Management sur LinkedIn

Aux termes de ces journées de formation sur mesure, les participants seront en mesure de gérer les réseaux sociaux de l'entreprise. Un focus particulier est réalisé sur LinkedIn (rédaction d'articles, choix des sujets et des angles, création de post...)

Objectifs :

- Acquérir une compréhension globale des réseaux sociaux pour l'entreprise
- S'approprier pleinement LinkedIn comme outil de communication professionnelle
- Élaborer et faire vivre une stratégie éditoriale pertinente sur LinkedIn
- Produire et suivre des contenus efficaces
- Analyser les performances et ajuster la stratégie en continu

Prérequis :

Niveau BAC ou supérieur. Maîtrise de la langue française.

Durée :

9,5 jours de 7 heures chacun soit 66,5 heures.

Modalités d'évaluation :

- Feuilles de présence émargées sur place
- Attestation de présence et de fin de formation envoyée à l'issue du stage
- Évaluation des acquis à la fin du stage
- Questionnaire de satisfaction en ligne

Sanction :

Attestation de fin de formation

CONTENU DE LA FORMATION

1. Comprendre les réseaux sociaux et leur impact professionnel

- Définir l'utilité des réseaux sociaux pour une activité professionnelle ou entrepreneuriale.
 - Identifier les principales plateformes et leurs spécificités (LinkedIn, Facebook, Instagram...).
 - Comprendre les enjeux d'image, de notoriété et d'interaction.
 - Clarifier les différences entre usages personnels et professionnels.
 - Se situer par rapport aux pratiques actuelles (positionnement initial du stagiaire).
-

2. Maîtriser les fondamentaux de LinkedIn

- Créer ou optimiser un profil LinkedIn personnel : photo, titre, résumé, expériences, mots-clés.
 - Comprendre les mécanismes de visibilité sur LinkedIn (algorithme, interactions, réseau).
 - Différencier profil personnel et page entreprise.
 - Se positionner avec cohérence et authenticité dans sa communication.
 - Identifier ses cibles et ses objectifs professionnels sur LinkedIn.
-

3. Prendre la parole et créer du contenu engageant

- Déterminer les types de contenus pertinents : publications, articles, commentaires.
 - Travailler l'angle, le style, la régularité et les formats.
 - Apprendre à raconter une histoire (storytelling), valoriser des expériences ou partager des savoir-faire.
 - S'inspirer de bonnes pratiques pour gagner en impact.
 - Éviter les erreurs courantes sur les réseaux.
-

4. Construire sa stratégie digitale dans la durée

- Définir une ligne éditoriale simple et adaptée à ses ressources.
- Planifier ses publications avec régularité (outil de calendrier éditorial).
- Utiliser les bons outils : Canva, Trello, Buffer, Metricool, etc.
- Analyser ses résultats pour ajuster sa stratégie.
- Intégrer LinkedIn dans une démarche commerciale ou RH plus globale.