PROGRAMME DE FORMATION · MARKETING · SOCIAL MEDIA

En présentiel à Marseille

Bâtir une stratégie de visibilité sur les réseaux sociaux

Réf MM-PROG-MKG-1-026-21H · v1.1 · Novembre 2026

21h	3 jours	5	1 785 €
VOLUME HORAIRE	DURÉE	MODULES	HT PAR PARTICIPANT

Structuration ou refonte d'une stratégie de communication digitale globale et cohérente.

À L'ISSUE, VOUS SAUREZ

1. Diagnostiquer la stratégie de visibilité sur les réseaux sociaux
2. Définir des objectifs et des indicateurs adaptés
3. Cartographier les canaux et leur articulation
4. Construire une stratégie réseaux sociaux structurée comme brique de sa stratégie de communication digitale
5. Piloter la performance et faire évoluer la stratégie

POUR QUI

Responsables marketing et communication, dirigeants, chargés de communication digitale et social media managers. Intermédiaire en communication.

AVANT DE COMMENCER

Pratique du marketing et de la communication

Poste de travail avec accès à internet

Des éléments de marque, de cibles et d'objectifs à activer pendant la formation

APERÇU DU PARCOURS

MODULES 1 ET 2

Diagnostic et cadre stratégique des réseaux sociaux · Cartographie des canaux et des réseaux en communication digitale

Audit du marché et benchmark concurrentiel · Modèle PESO

MODULES 3 ET 4

Construction de la stratégie réseaux sociaux · Production, IA et activation de la stratégie réseaux sociaux

Plateforme de marque digitale et messages clés · Calendrier éditorial et opérations

MODULE 5

Mesure et optimisation de la stratégie de communication

Part de voix, sentiment et résonance

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Alternance d'apports

Études de cas

Ateliers de conception

PROGRAMME DÉTAILLÉ

MODULE 1 · 4H

Diagnostic et cadre stratégique des réseaux sociaux

Audit du marché et benchmark concurrentiel · Meilleures pratiques sectorielles sur les réseaux · Audit de la communication digitale existante · Cibles, personas, parcours digital · Objectifs SMART et indicateurs · Cadre légal et risque réputationnel

MODULE 2 · 5H

Cartographie des canaux et des réseaux en communication digitale

Modèle PESO · Forces, limites et coûts par canal social · Stratégie de communauté et d'audience, plateformes propriétaires · Logique d'articulation cross-canal

MODULE 3 · 4H

Construction de la stratégie réseaux sociaux

Plateforme de marque digitale et messages clés · Leadership d'opinion des dirigeants (executive branding) · Stratégie RSE sur les réseaux · Budget, ressources et planning par réseau social

MODULE 4 · 4H

Production, IA et activation de la stratégie réseaux sociaux

Calendrier éditorial et opérations · IA générative dans la communication · Animation et gouvernance des communautés · Gestion de crise digitale et e-réputation

MODULE 5 · 4H

Mesure et optimisation de la stratégie de communication

Part de voix, sentiment et résonance · KPI par canal et par objectif · Reporting du plan de communication digitale · Tendances et veille continue des stratégies de visibilité · Cas pratique : plan de communication digitale à 6 mois sur cas réel

ÉVALUATION · SATISFACTION

Avant

Positionnement initial en stratégie réseaux sociaux

Fin de formation

Projet final de plan de communication digitale · Livrables : stratégie de communication digitale sur les réseaux sociaux formalisée, plan d'action

Bilan

Auto-évaluation de fin de formation + Attestation de fin de formation Mediamed précisant les compétences acquises

À chaud

Questionnaire de satisfaction anonyme

PROFIL FORMATEUR

Formation animée par un formateur expert du domaine, sélectionné et suivi par Mediamed.

Informations pratiques

INSCRIPTION

Par mail à contact@media-med.fr ou via le formulaire en ligne sur www.media-med.fr

DÉLAI D'ACCÈS

Inscription possible jusqu'à 15 jours avant le début de la session, sous réserve de places disponibles. Réponse sous 48 h ouvrées.

TARIF

1 785 € HT par participant
Financement OPCO ou direct

ACCESSIBILITÉ

Formation accessible aux personnes en situation de handicap : adaptations étudiées avec vous. Référent handicap : Olivier Virault · contact@media-med.fr · 09 54 05 52 44