



Organiser sa communication sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Tiktok, LinkedIn)

Type de formation : intra | **Durée :** 5 séances de 2 heures | **Modalité :** Présentiel | **Nbre de stagiaires :** 1

Les réseaux sociaux sont devenus des canaux incontournables de communication pour les entrepreneur-euses, les associations et les organisations. Toutefois, une présence régulière et efficace nécessite une stratégie claire, une organisation rigoureuse et une adaptation constante des contenus aux plateformes et aux objectifs poursuivis. Cette formation individuelle vise à structurer la communication du ou de la stagiaire sur les réseaux sociaux, en tenant compte de son activité, de ses ressources, de son niveau et de ses contraintes. Les contenus, outils et objectifs sont systématiquement adaptés à son contexte professionnel réel. À l'issue de la formation, le ou la stagiaire est capable de concevoir, organiser, planifier et ajuster sa communication opérationnelle sur les principaux réseaux sociaux, en cohérence avec ses objectifs professionnels.

PUBLIC

Toute personne étant amenée à gérer des réseaux sociaux

PEDAGOGIE

Active. Travaux pratiques et apports théoriques.

FORMATEUR-ICES

Guénolé Bouvet - ingénieur, community manager, gérants de société

PRIX

En intra : 149000 XPF HT pour le groupe ; TGC à 0%

OBJECTIFS :

- Identifier les objectifs de communication, les cibles et donc les réseaux à privilégier
- Créer et paramétrer les pages et profils sur les réseaux adaptés (Facebook, Instagram, LinkedIn, Tiktok etc.) ; se familiariser et comprendre les différentes interfaces de publication (comme Meta business)
- Créer et organiser son agenda de publication, définir une fréquence de publication pertinente
- Créer des publications (visuel + texte)
- intégrer l'IA générative dans son workflow pour trouver des idées, automatiser et gagner du temps

HORAIRES ET DURÉE :

à définir avec le client
5 séances de 2 heures

FORMATEUR-ICE-S :

Guénolé Bouvet

PRIX :

Montant total TTC : 149000 XPF

La TGC est de 0 XPF

TGC non applicable - Franchise en base / Exonéré de TSS en vertu de l'Art.LP 918F du Code des impôts de Nouvelle-Calédonie ; Exonéré de TGC en vertu de l'ART.LP 492 du Code des impôts de Nouvelle Calédonie.

PUBLIC :

Toute personne désireuse de rendre sa communication sur les réseaux plus efficace et impactante

MOYENS PÉDAGOGIQUES :

- Le stagiaire doit apporter son ordinateur portable personnel
- Le stagiaire doit disposer des droits pour créer des comptes d'entreprise sur les réseaux (droit administrateur).
- Supports pédagogiques numériques
- Exercices pratiques basés sur les contraintes du stagiaire et de son organisation

MODALITÉS :

Présentiel

VALIDATION :

- Analyse comparative avant / après de l'organisation de la communication

- Production d'un planning personnalisés
- Évaluation continue par échanges, questionnements et retours individualisés

PROGRAMME :

Définition des objectifs, des cibles et des réseaux à privilégier (durée : 2 heures)

- identification des objectifs de communication du stagiaire (notoriété, visibilité, prospection, fidélisation)
- analyse des cibles (publics, usages, attentes, contraintes)
- choix argumenté des réseaux sociaux pertinents selon les objectifs et les cibles (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, etc.)

→ *modalités pédagogiques* : analyse du contexte professionnel du stagiaire et formalisation d'une stratégie de présence sur les réseaux sociaux
→ *évaluation* : formulation claire des objectifs, des cibles et des réseaux prioritaires

Création et paramétrage des pages et profils professionnels (durée : 2 heures)

- création ou optimisation des pages et profils professionnels sur les réseaux choisis
- compréhension des différences entre profils personnels, pages, comptes professionnels et comptes créateurs
- prise en main des interfaces de publication et de gestion (Meta Business Suite, interface LinkedIn, interface TikTok, etc. en fonction des besoins)
- paramétrage de base : informations, visuels, sécurité, rôles et accès

→ *modalités pédagogiques* : démonstrations commentées et accompagnement pas à pas sur les comptes du stagiaire
→ *évaluation* : pages et profils correctement configurés et fonctionnels

Organisation de l'agenda éditorial et rythme de publication (durée : 2 heures)

- principes de base d'un agenda de publication efficace

- définition d'une fréquence de publication réaliste et adaptée aux objectifs
- planification des contenus dans le temps (types de posts, formats, messages)
- initiation aux outils de planification natifs ou externes

→ *modalités pédagogiques* : construction accompagnée d'un agenda de publication personnalisé
→ *évaluation* : agenda éditorial structuré et cohérent avec les objectifs définis

Création de publications (visuels et textes) (durée : 2 heures)

- principes de rédaction pour les réseaux sociaux (clarté, structure, appel à l'action)
- adaptation du message aux spécificités de chaque réseau
- création de visuels simples et cohérents avec l'identité du stagiaire
- assemblage visuel + texte pour produire des publications complètes

→ *modalités pédagogiques* : exercices pratiques de création de publications à partir de cas réels du stagiaire
→ *évaluation* : productions de publications complètes, prêtes à être diffusées

Intégration de l'IA générative dans le workflow (durée : 2 heures)

- présentation des usages concrets de l'IA générative pour la communication
- utilisation de l'IA pour trouver des idées de contenus
- aide à la rédaction, à la reformulation et à l'adaptation des textes
- organisation d'un workflow intégré combinant outils classiques et IA pour gagner du temps

→ *modalités pédagogiques* : démonstrations et mises en pratique sur les contenus du stagiaire
→ *évaluation* : capacité à intégrer l'IA générative dans un processus de création de contenus

CONTACT :

Email : contact@skills.nc

Guénolé Bouvet → 78 62 55
Maud Le Bar → 80 40 21.