



Intitulé du module :

## Animer des réseaux sociaux

Contenu du programme :

### Module 1 : Présentation formation et stagiaires

### Module 2 : Réseaux sociaux : usages et positionnement

Les tendances de la vente en ligne et du marketing conversationnel  
 Les profils clients et leurs comportements d'achat sur les réseaux  
 Les bénéfices du numérique pour l'entreprise, les équipes et la clientèle  
 Rôle des réseaux sociaux dans la stratégie commerciale  
 Différences entre Facebook et Instagram = rôles complémentaires  
 Quel canal pour quel public ?

### Module 3 : Création et animation de contenu

Typologie des contenus, calendrier éditorial, storytelling, visuels et hashtags  
 Quel format ? photo, vidéo, live ? intérêt, avantages, inconvénients

### Module 4 : Interactions avec la communauté

Principes de la gestion de la relation client (GRC)  
 Identification des besoins clients à partir des interactions réseau  
 Réponses aux commentaires, gestion des messages, animation d'une communauté  
 Intérêt de la transversalité des communications, de la cohérence entre les supports  
 Bonnes pratiques

### Module 5 : Suivi et évaluation des performances

Utilisation des statistiques Facebook Insights / Instagram Analytics  
 Ajustements  
 Lien et cohérence entre la boutique et les réseaux

### Module 6 : évaluation

Objectifs pédagogiques :

- Savoir communiquer efficacement sur Facebook et Instagram
- Maîtriser les spécificités et opportunités de chaque réseau social
- Encourager la transversalité et la cohérence des communications entre supports
- Monitorer et analyser les performances de ses publications pour ajuster ses actions

Public visé :

Dirigeants, entrepreneurs ou tous les salariés des 54 branches professionnelles et l'interprofession relevant de l'OPCO EP.

Prérequis :

Aucun, une première pratique personnelle ou professionnelle des réseaux sociaux est un plus, mais non obligatoire.

Modalités pédagogiques :

100% en présentiel ou 100% en distanciel  
 Alternance de techniques pédagogiques

- Méthode expositive : exposé du formateur / de la formatrice
- Méthode participative : échanges, débat
- Méthode active : travail en sous-groupes, atelier pratique, complétude de son plan d'action individuel, challenge participatif, élaboration collaborative d'une charte de bonnes pratiques, etc.
- Méthode réflexive : échanges de pratiques, réflexion sur les pratiques professionnelles

Durée de formation en heures et en jours :  
 1 jour – 7 heures

Organisme de formation – contact de l'OF à renseigner mail et Tel :

[direction.evolution@irfa-formation.fr](mailto:direction.evolution@irfa-formation.fr)  
 02 33 29 80 42