

Veille / réseaux sociaux : animer sa communauté

INFORMATIONS GÉNÉRALES

Type de formation : Formation continue

Éligible au CPF : Non

Domaine : Management du SI

Action collective : Non

Filière : Relations humaines

Rubrique : Communication

Code de formation : ECD002

PRÉSENTATION

Objectifs & compétences

- Constituer et animer au quotidien des communautés
- Déterminer les pratiques éditoriales adaptées aux réseaux sociaux
- Exploiter les possibilités des formats multimédia
- Créer et promouvoir un site événementiel.

Public visé

Responsables ou chargé(e)s de communication / marketing / digital ou toute personne amenée à avoir une mission de Community Management.

Pré-requis

Aucune.

€ Tarifs

Prix public : 1490 €

Tarif & financement :

Nous vous accompagnons pour trouver la meilleure solution de financement parmi les suivantes :

Le plan de développement des compétences de votre entreprise : rapprochez-vous de votre service RH.

Le dispositif FNE-Formation.

L'OPCO (opérateurs de compétences) de votre entreprise.

France Travail: sous réserve de l'acceptation de votre dossier par votre conseiller Pôle Emploi.

CPF -MonCompteFormation

Contactez nous pour plus d'information : contact@aston-institut.com

📍 Lieux & Horaires

Campus : Ensemble des sites

Durée : 14 heures

Délai d'accès : Jusqu'à 8 jours avant le début de la formation, sous condition d'un dossier d'inscription complet

Distanciel possible : Oui

PROGRAMME

Jour 1

Introduction : panorama et état des lieux des réseaux sociaux

Spécificités et tendances de chaque réseau social

Facebook

LinkedIn

TikTok

YouTube

X (ex Twitter)

Instagram

Pinterest

Snapchat

Qui sont les utilisateurs, quels sont leurs usages et sur quels supports ?

Sources statistiques : rapports annuels et sites à privilégier

Constituer et animer des communautés

- Endosser le rôle de Community Manager
- Identifier et impliquer les futurs prescripteurs et ambassadeurs
- Optimiser la veille sur les réseaux sociaux avec Hootsuite
- Nombre d'abonnés et engagement
- Définir des objectifs
- Mesurer les résultats
- Exemples de bonnes pratiques : Facebook, Instagram, YouTube, TikTok

Bonnes pratiques éditoriales sur les réseaux sociaux

- Définir une ligne éditoriale
- Ton
- Thématiques
- Types de posts
- Rédactionnel : analyse critique de posts
- Typologie des publications par réseau social
- Planning d'une semaine-type de publication

📅 Prochaines sessions

Cliquez sur la date choisie pour vous inscrire :

■ **24 / 04 / 2025**

📍 : Ensemble des sites

✓ : Distanciel possible

🕒 : 14 heures

📅 : 2 jours

■ **23 / 06 / 2025**

📍 : Ensemble des sites

✓ : Distanciel possible

🕒 : 14 heures

📅 : 2 jours

■ **02 / 10 / 2025**

📍 : Ensemble des sites

✓ : Distanciel possible

🕒 : 14 heures

📅 : 2 jours

■ **15 / 12 / 2025**

📍 : Ensemble des sites

✓ : Distanciel possible

🕒 : 14 heures

- Outils de publication : comparaison des fonctionnalités de Hoostuite, Buffer et Sprout Social

📅 : 2 jours

Jour 2**Traitement des images**

- Comprendre et utiliser les images à bon escient
- JPEG
- PNG
- GIF
- GIF animé
- Récapitulatif des formats, pour chaque type d'image : avatar, cover, post...
- Initiation à Adobe Photoshop
- Recadrer
- Redimensionner
- Retoucher une image
- Présentation d'outils simplifiés (Canva)
- Les types de contenus qui marchent sur Instagram et Pinterest, et pourquoi ?
- Publier efficacement sur Instagram et Pinterest
- Etapes
- Formats
- Outils spécialisés

Exploiter les possibilités multimédia

- Les contenus rich media qui fonctionnent bien sur les réseaux sociaux, et pourquoi ?
- YouTube : créer et animer sa propre chaîne
- Initiation aux bases du montage vidéo
- Fenêtre Montage intégrée à Adobe Photoshop (vidéo très courte)
- Adobe Premiere
- Les outils en ligne
- Vidéo en "mobile journalism" avec Smartphone
- Exemples de bonnes pratiques
- Sélection d'accessoires
- Créer des infographies à partir de modèles
- Infogram
- Canva
- Visme

Créer et promouvoir un évènement

- Organisation
- Retro-planning
- Répartition des rôles
- Les fonctionnalités des réseaux sociaux à but évènementiel
- Typologie et analyse de sites évènementiels
- Thème
- Navigation
- Contenus
- Définir une stratégie de promotion en fonction de l'évènement
- CMS WordPress : sélection de thèmes spécialisés, prêts à l'emploi
- Personnaliser le site
- Créer une campagne publicitaire sur Facebook, Instagram et X (ex Twitter)
- Diffuser en direct sur les réseaux sociaux
- Créer une newsletter, un formulaire d'inscription, un mur de tweets
- Optimiser le référencement avec le plug-in Yoast

Exemples de travaux pratiques (à titre indicatif)

- Création d'une ligne éditoriale
- Rédaction de posts dans le cadre de l'entreprise du stagiaire
- Publication de vidéos sur YouTube

MODALITÉS**Modalités**

Modalités : en présentiel, distanciel ou mixte . Toutes les formations sont en présentiel par défaut mais les salles sont équipées pour faire de l'hybride. – Horaires de 9H à

12H30 et de 14H à 17H30 soit 7H – Intra et Inter entreprise.

Pédagogie : essentiellement participative et ludique, centrée sur l'expérience, l'immersion et la mise en pratique. Alternance d'apports théoriques et d'outils pratiques.

Ressources techniques et pédagogiques : Support de formation au format PDF ou PPT Ordinateur, vidéoprojecteur, Tableau blanc, Visioconférence : Cisco Webex / Teams / Zoom.

Pendant la formation : mises en situation, autodiagnostic, travail individuel ou en sous-groupe sur des cas réels.

Méthode

Fin de formation : entretien individuel.

Satisfaction des participants : questionnaire de satisfaction réalisé en fin de formation.

Assiduité : certificat de réalisation.

Validations des acquis : grille d'évaluation des acquis établie par le formateur en fin de formation.