

DÉVELOPPER UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION VIA LES RÉSEAUX SOCIAUX

Mettre en place une stratégie de communication efficace

Formation certifiante Inscrite au Registre
 Spécifique de France Compétences
[RS 7298](#)

Echéance de l'enregistrement :
 24/09/2030

Formation certifiante
 et éligible au CPF



FORMA CODES :

46359 : Réseau social

34093 : Marketing digital

46347 : Stratégie communication numérique

Certificateur : CMA France

PUBLIC CONCERNÉ

Chef d'entreprise (artisans, commerçants),
 conjoint, salarié, ...

DURÉE

De 3 à 7 jours en présentiel (de 21h à 49h)
 Durée adaptée si formation intra-entreprise

PRÉREQUIS

Cette formation ne nécessite aucun prérequis

HORAIRES

9h00 - 12h30 / 13h30 - 17h00

NOMBRE DE PARTICIPANTS

De 6 à 12 participants

TARIFS

- Artisan / conjoint avec statut : 280 € / jour
- Autre public : 350 € / jour
- Tarif intra-entreprise : sur demande

Le coût de la formation pourra être pris en charge partiellement, totalement ou pas du tout par un financeur (FAFCEA, AGEFICE, OPCO...).

Nous consulter pour connaître les possibilités de prise en charge.

DELAI D'ACCES

L'inscription est validée à réception du contrat de formation. Votre CMA se réserve la possibilité de proposer une date ultérieure ou un autre lieu de formation.

POSITIONNEMENT

Un entretien de positionnement est réalisé en amont de la formation afin d'identifier les besoins du participant et lui proposer la formation la plus pertinente.

NOS PROCHAINES DATES



Les 28, 29 mai et les, 4, 5, 15, 19 et 22 juin 2026

▼ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Promouvoir son entreprise, son activité et son savoir-faire par le biais des réseaux sociaux
- Gagner en visibilité en se faisant connaître auprès des prospects ciblés et en fidélisant ses clients
- Augmenter son chiffre d'affaires (CA)

▼ PROGRAMME

COMPRENDRE CE QU'EST UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET COMMENT ELLE S'IMBRIQUE DANS LA STRATÉGIE D'UNE ENTITÉ

- Différence entre le marketing & la communication
- Qui est en charge de la communication ?
- Les différents leviers d'action de la communication

LA PLACE DES RÉSEAUX SOCIAUX AU SEIN DE LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION

- Présentation des réseaux sociaux (avantages/limites et publics ciblés)
- Comprendre les mécanismes d'influence et de communauté

LES PRÉREQUIS D'UNE BONNE STRATÉGIE DE LA COMMUNICATION

- Principes de base du marketing
- Comprendre les notions de vision-mission-objectif pour aboutir à une plateforme de marque efficiente
- Connaître des contraintes juridiques et réglementaires statutaires ou sectorielles imposées à l'entreprise

DÉFINIR UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION EFFICIENTE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

- Déterminer les objectifs de la stratégie
- Sélectionner les réseaux sociaux appropriés et les décliner en sous-objectifs
- Créer un plan de communication global

MAÎTRISER SA PRISE DE PAROLE EN LIGNE : LES SECRETS DE LA CRÉATION DE CONTENU DIGITAL

- La bonne démarche pour créer et publier des contenus de qualité
- Les outils indispensables à mettre en place

SUIVRE ET ÉVALUER SA STRATÉGIE DE COMMUNICATION DIGITALE

- Connaître et reconnaître les indicateurs clés et les signaux faibles chez son audience
- Fixer ses indicateurs clés de performance (KPIs)
- Faire le bilan de sa stratégie de communication sur les réseaux sociaux
- L'importance d'une démarche agile en communication digitale

▼ FORMATEUR

Notre organisme de formation met à disposition des formateurs dont le profil est en adéquation avec la formation visée.

▼ MÉTHODES, MOYENS PÉDAGOGIQUES ET DOCUMENTS REMIS

La formation repose sur une **pédagogie active** alternant théorie et mises en situation pratiques : exercices d'application, manipulation de supports et documents divers, études de cas réels, simulations. L'ensemble des **ressources et supports pédagogiques** sera mis à disposition des participants pour faciliter l'apprentissage et le transfert des compétences en situation professionnelle.

▼ SUIVI ET EVALUATION

Evaluation des acquis

Présentation d'un projet professionnel suivie d'un entretien avec le jury

À l'issue de la formation, une attestation de capacité est remise et/ou un diplôme. Elle valide les compétences acquises et leur transférabilité en situation professionnelle, sur la base des mises en pratique et évaluations réalisées par le formateur.

Evaluation de la satisfaction

La satisfaction des participants est recueillie en fin de formation au moyen d'un questionnaire diffusé via notre plateforme Yparéo.

Suivi post formation

Un suivi individuel ou une formation complémentaire peut être proposé.
Devis sur demande.

RENSEIGNEMENT & INSCRIPTION auprès de votre conseillère formation

Alexandra MICHAUD / Séverine DOKOSSI

02 38 68 00 78 / 02 38 62 16 92 - formation-continue.45@cma-cvl.fr

REFERENT HANDICAP

L'établissement s'est doté de la capacité d'étudier, au cas par cas, les besoins spécifiques des candidats souhaitant s'inscrire à une formation, afin de mobiliser les moyens nécessaires pour compenser les conséquences d'un handicap.

Christelle SUREAU

07 86 56 04 58 – ref.handicap@cma-cvl.fr

ORGANISME DE FORMATION

Chambre de Métiers et de l'Artisanat Centre-Val de Loire

N° de SIRET : 130 027 980 00015

N° de déclaration de l'activité : enregistré sous le numéro 24450381045

Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'État.

SITE DE FORMATION

CMA CVL – Site d'Orléans

44 rue du Faubourg Bourgogne – 45000 Orléans

30 06 - bonjour@cma-cvl.fr