

Programme de formation

Réseaux sociaux

(7h)

Objectifs :

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

Comprendre les spécificités et les usages professionnels d'Instagram et LinkedIn.

Optimiser leurs profils sur ces plateformes.

Définir une stratégie éditoriale adaptée à leurs objectifs.

Créer du contenu engageant et pertinent.

Analyser les performances de leurs publications pour ajuster leur stratégie.

Programme :

9h00 – 9h30 : Accueil et tour de table

- Présentation du formateur et des participants
- Identification des attentes

9h30 – 10h30 : Panorama et enjeux d'Instagram et LinkedIn

- Comparatif des deux plateformes : usages, publics, formats
- Positionnement et image de marque

10h30 – 11h45 : Optimiser son profil professionnel

- LinkedIn : photo, titre, résumé, expériences, recommandations
- Instagram : bio, lien, cohérence visuelle
- Atelier pratique : audit de profils et amélioration en direct

11h45 – 12h30 : Construire sa stratégie de contenu

- Définir ses objectifs (visibilité, engagement, conversion...)
- Cibler son audience
- Planification éditoriale

Pause déjeuner (12h30 – 13h30)

13h30 – 15h00 : Créer du contenu engageant

- Types de publications efficaces (carrousel, vidéo, stories, articles...)
- Astuces visuelles et rédactionnelles
- Outils de création simples (Canva, CapCut, etc.)
- Atelier : création d'un post pour chaque réseau

15h00 – 16h00 : Analyser ses performances

- Les indicateurs clés à suivre
- Outils d'analyse (Insights, Statistiques LinkedIn...)
- Adapter sa stratégie selon les résultats

16h00 – 16h45 : Automatiser et gagner du temps

- Outils de planification (Buffer, Hootsuite, Meta Business Suite...)
- Bonnes pratiques pour rester régulier sans y passer trop de temps

16h45 – 17h00 : Bilan de la journée et évaluation

Publicité en ligne

(3,5h)

Objectifs

Comprendre les grands principes de la publicité en ligne (search & social).
Créer des campagnes sur Google Ads, Meta Ads et LinkedIn Ads.
Choisir les bons objectifs et formats selon leurs besoins marketing.
Rédiger des annonces efficaces et visuelles.
Lire et interpréter les résultats pour optimiser leurs campagnes.

Programme

9h00 – 9h30 : Accueil et introduction

- Présentation du formateur et des participants
- Identification des attentes et niveaux
- Notions de base : qu'est-ce qu'une bonne campagne digitale ?

9h30 – 10h30 : Google Ads Search – Objectifs, structure et mots-clés

- Fonctionnement des campagnes Search
- Structure d'un compte et qualité des annonces
- Recherche de mots-clés et intentions de recherche
- Atelier pratique : structurer une campagne simple

10h30 – 11h45 : Meta Ads – Ciblage, formats et création de contenu

- Ciblage par intérêts, audiences personnalisées, lookalike
- Choisir les bons formats (carrousel, vidéo, image, collection)
- Atelier pratique : créer une campagne Meta Ads pour générer du trafic

11h45 – 12h30 : LinkedIn Ads – Annonces B2B et stratégie professionnelle

- Objectifs spécifiques à LinkedIn (lead gen, visibilité, recrutement)
- Ciblage par poste, entreprise, secteur
- Bonnes pratiques pour rédiger une annonce efficace
- Atelier rapide : construire une campagne sponsorisée LinkedIn

Intelligence Artificielle (3,5h)

Objectifs

Comprendre les apports de l'IA dans la communication digitale.

Savoir utiliser des IA pour améliorer sa performance sur les réseaux sociaux et dans les campagnes Ads.

Réaliser des contenus engageants grâce à des outils concrets (textes, visuels, prompts).

Répartir les bonnes pratiques à intégrer dans un cadre professionnel.

Programme

9h00 – 10h00 : Introduction et enjeux de l'IA en communication

- Présentation du formateur et des participants (tour de table rapide)
- Pourquoi l'IA transforme la communication digitale
- Tendances IA 2025 dans les réseaux sociaux et la publicité
- Opportunités vs risques : automatisation, authenticité, efficacité
- Exemples concrets de marques ayant intégré l'IA dans leur stratégie

10h00 – 11h30 : Atelier – Rédaction augmentée (posts & Ads)

- Démo live de ChatGPT & outils de rédaction IA
- Rédiger un post LinkedIn / Instagram / Facebook avec l'IA
- Créer des prompts pour :
 - Annoncer un produit ou service
 - Générer des variantes A/B pour des campagnes Ads
 - Répondre à des commentaires / messages clients

11h30 – 12h30 : Exercice pratique & mise en commun

- Rédaction d'un post + mini-campagne publicitaire à l'aide de l'IA
- Partage des résultats, retours entre pairs et suggestions d'amélioration
- Optimisation des prompts pour gagner en efficacité
- Discussion ouverte : bonnes pratiques, limites, outils à suivre