S'inscrire

Développer une stratégie digitale pour promouvoir son organisme (Facebook, TikTok, LinkedIn)



2026

Public

Chargés de communication
Responsables d'organismes de formation

Intervenant

Nom : Julie TRAN
Fonction : Formatrice et consultante indépendante en communication digitale et réseaux sociaux
Expérience et qualifications : Formatrice et consultante indépendante depuis 2018, spécialisée en stratégie digitale, communication et réseaux sociaux. Elle accompagne les professionnels, les entreprises et les organismes de formation dans le développement de leur communication digitale, à travers des formations et des ateliers pratiques.

Durée

2 après-midi en distanciel (7 heures)
Horaires : 13h30-17h

Prérequis

Connaître les principales activités et offres de formation de son organisme et souhaiter développer sa communication sur les réseaux sociaux.
Aucune maîtrise préalable des réseaux sociaux n'est exigée.

S'inscrire

Délai d'inscription
Jusqu'à 48 heures avant le jour J

Tarifs
350€/jour/participant

CONTENU

1. Panorama des réseaux sociaux et ciblage
- Comprendre les spécificités de Facebook, TikTok et LinkedIn : publics, usages et objectifs.
- Identifier les réseaux sociaux les plus pertinents pour promouvoir son offre de formation.
- Comprendre les bonnes pratiques de communication et de visibilité propres à chaque plateforme.

2. Construire sa stratégie digitale et sa ligne éditoriale
- Définir ses cibles, ses objectifs de communication et les messages clés adaptés à son organisme.
- Construire sa ligne éditoriale : ton, sujets, thématiques et rubriques de contenus.
- Organiser ses publications à travers un calendrier éditorial simple et réaliste.

3. Créer des contenus attractifs et engageants
- Découvrir les formats adaptés aux différents réseaux sociaux : publications, carrousels, vidéos et stories.
- Construire une publication efficace : accroche, message, visuel et appel à l'action.
- Découvrir des outils de création de contenus et les possibilités offertes par l'intelligence artificielle pour faciliter la communication sur les réseaux sociaux.

4. Animer et développer sa communauté
- Identifier les bonnes pratiques pour développer l'engagement et les interactions.
- Favoriser les échanges grâce aux questions, sondages et contenus interactifs.
- Adopter les bonnes pratiques pour répondre aux commentaires et animer les échanges avec sa communauté.

5. Planifier et mesurer ses actions
- Découvrir les outils de programmation pour organiser et planifier ses publications.
- Identifier les principaux indicateurs de performance : portée, engagement, clics et conversions.
- Comprendre comment interpréter ses résultats pour ajuster sa communication.

MODALITÉS D'EVALUATION

L'atteinte des objectifs pédagogiques est évaluée à travers plusieurs modalités complémentaires :

- Questionnaire de positionnement en amont de la formation pour identifier les attentes et le niveau initial des participants.
- Exercices pratiques individuels ou collectifs adaptés aux objectifs pédagogiques et au temps disponible.
- Quiz final pour évaluer les acquis et mesurer la progression.
- Questionnaire de satisfaction à chaud intégrant des questions sur l'atteinte des objectifs pédagogiques.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

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

- Bâtir une stratégie digitale pour promouvoir leur offre de formation.
- Animer des communautés virtuelles.

METHODES PEDAGOGIQUES

La formation se déroule à distance, en classe virtuelle synchrone.

Elle alterne apports théoriques, exemples concrets issus du secteur de la formation, démonstrations d'outils numériques et d'intelligence artificielle, échanges collectifs et exercices pratiques.

Les participants sont invités à travailler sur leur propre organisme ou sur des situations professionnelles représentatives du secteur de la formation, afin de faciliter la mise en application des notions abordées.

SUPPORTS REMIS

- Support pédagogique numérique reprenant les principales notions abordées pendant la formation.

SANCTION DE LA FORMATION

Une attestation de fin de formation est délivrée aux participants selon les modalités définies par l'organisme de formation.