CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE

Le HUB formation & compétences
Loire-Atlantique - Mayenne - Maine et Loire - Sarthe - Vendée
www.formation.paysdelaloire.cci.fr

PRÉSENTIEL

Marketing digital et communication visuelle

Réf : 303DW07

Définir sa stratégie Réseaux Sociaux

1 Jour (7h)
Ajouté le 04/01/2023 – Modifié le 21/01/2026

440€ Net de taxe

Booster sa visibilité et attirer ses clients grâce à une stratégie social media adaptée à l'activité de son entreprise

Objectifs

- Identifier les différents réseaux sociaux et leur impact
- Déterminer le réseau adapté à sa stratégie commerciale
- Construire les premiers éléments de sa stratégie de contenus
- Mettre en œuvre un plan d'actions pour suivre et optimiser sa visibilité

Compétences visées

- Elaborer une stratégie Social Media cohérente et adaptée à son projet
- Concevoir une ligne éditoriale et des contenus pertinents
- Mesurer et analyser la performance de sa stratégie Social Media

Public

Toute personne souhaitant optimiser sa présence sur les réseaux sociaux pour son activité professionnelle.

Prérequis : Avoir des comptes professionnels activés (page Facebook / page LinkedIn /compte professionnel Instagram)Savoir publier une story, programmer des publications ...Pour les classes virtuelles : Disposer d'un ordinateur avec micro et caméra et d'une bonne connexion internet
Accessibilité: Formation ouverte aux personnes en situation de handicap : un référent handicap étudiera les adaptations pouvant être mises en place pour vous permettre de suivre la formation. Pour plus d'information : rendez-vous sur les pages de présentation de nos Centres de formation.
Délais d'accès : L'accès à la formation est soumis au délai d'acceptation des financeurs et du temps de traitement de la demande : de 7 jours à 2 mois selon le mode financement.

Programme

Panorama des réseaux sociaux & leurs usages

Marketing digital et communication visuelle

Réf : 303DW07

Définir sa stratégie Réseaux Sociaux

- Facebook / Instagram / LinkedIn / TikTok
- Fonctionnement, codes, audiences, formats
- Quelles différences entre chaque réseau & pour quels objectifs ?
- Exemples de bonnes pratiques & de stratégies inspirantes

Définir sa cible, ses objectifs & les réseaux sociaux adaptés

- Méthode Persona : qui vise-t-on ? quels besoins ? quelles attentes ?
- Définir des objectifs SMART (notoriété, lead, conversion…)
- Prioriser un réseau social au lieu de vouloir être partout
- Cohérence entre cible → contenu → canal

Construire sa stratégie de contenus

- Types de contenus performants selon la plateforme
- Storytelling, preuve sociale, valeur, call-to-action…
- Comment créer du contenu qui engage et convertit ?
- Quels formats utiliser (Stories, Reels, carrousels, vidéo, long post…)
- Panorama des plateformes publicitaires : Meta Ads, LinkedIn Ads, TikTok Ads

Plan d'action & calendrier éditorial

- Structurer une ligne éditoriale claire (thématiques, fréquence, tonalité)
- Utilisation d'outils de planification & automatisation

Performance & optimisation

- Définir ses indicateurs clés (KPI) : portée, engagement, clics, conversions
- Suivre et analyser les résultats
- Ajuster sa stratégie pour optimiser la performance

Dates & lieux

10 avril 2026
Nantes / St-Herblain
€ 440.00
29 mai 2026

PRÉSENTIEL

Marketing digital et communication visuelle

Réf : 303DW07

Définir sa stratégie Réseaux Sociaux

- Angers
- 440.00

- 08 juin 2026
- Laval
- 440.00

- 01 octobre 2026
- Nantes / St-Herblain
- 440.00

- 06 octobre 2026
- Le Mans
- 440.00

- 05 novembre 2026
- Angers
- 440.00

Les points forts

Une offre riche et diversifiée de plus de 300 formations sur des thématiques très ciblées. Une équipe à votre écoute pour vous accompagner dans la réalisation de vos projets formation !

Retrouvez tous nos indicateurs de satisfaction et de performance sur nos pages centres de formation.

Modalités pédagogiques

Le formateur apporte non seulement des notions théoriques mais également un accompagnement des stagiaires vers l'acquisition des compétences et leur validation par la pratique.

De ce fait, le déroulement des formations inclut des travaux : en sous-groupes, de préparation d'exposés, de mises en situation, des exercices d'application, des ateliers de travail.

Équipe pédagogique : Les formateurs CCI FORMATION sont sélectionnés en cohérence avec les méthodes pédagogiques que nous encourageons. Ils sont référencés sur la base de leur expertise dans leur domaine d'intervention et leur capacité à partager leur expérience au travers de solutions concrètes et opérationnelles.
Méthodes : Les CCI des Pays de la Loire vous accueillent en proximité dans leurs établissements de formation. Nos équipements, conçus pour répondre à l'ensemble des thématiques de formation proposées, offrent un cadre d'apprentissage agréable, performant

Marketing digital et communication visuelle

Réf : 303DW07

Définir sa stratégie Réseaux Sociaux

et stimulant.Découvrez sur nos pages Centres de formation la présentation détaillée de nos infrastructures et équipements.Les CCI Pays de la Loire sont équipées de la plateforme m@formation, dont l'objectif est d'améliorer l'expérience apprenante de nos stagiaires et d'enrichir nos formations en présentiel.Un accès personnalisé aux documents administratifs et pédagogiquesUne ergonomie simple et adaptéeDes parcours conçus avec des modalités synchrones et asynchronesPour les classes virtuelles, tutorat Technique :Avant la Formation : La vérification du fonctionnement du matériel de visio conférence est assuré auprès de chaque participantPendant la Formation : Une assistance technique (Hotline) est disponible pour résoudre les problèmes techniques

Validation/Certification

Un positionnement est réalisé en début de formation.A l'issue de la formation, les acquis de connaissances du participant seront évalués au regard des objectifs de la formation (QCM – quizz – mise en situation ...).Une attestation de fin de formation pourra être remise au stagiaire à l'issue de la formation.