

MARKETING DIGITAL & RÉSEAUX SOCIAUX

MODULE 1 – Poser les bases stratégiques

Objectifs : Clarifier son positionnement, son pourquoi et son client idéal, afin de construire une communication cohérente et alignée avec ses valeurs.

- Accueil et présentations
- Diagnostic de la communication actuelle
- Définition de la mission, de la vision et des valeurs
- Élaboration d'une proposition de valeur
- Création d'un avatar client idéal

MODULE 2 – Identité de marque & ligne éditoriale

Objectifs : Affirmer son univers visuel et rédactionnel pour construire une communication reconnaissable, cohérente et engageante.

- Définir le ton et le langage de la marque
- Élaborer une mini charte graphique (polices, couleurs, style visuel)
- Création des piliers éditoriaux
- Présentation des formats (post, carrousel, reels)
- Travailler la notion de planning éditorial sans création (présentation de Notion ou Excel)

MODULE 3 – Créer des contenus avec ChatGPT & Canva

Objectifs : Savoir utiliser ChatGPT et Canva pour créer des contenus cohérents et engageants.

- **Partie 1 :** ChatGPT - Prise en main et création d'un planning éditorial mensuel
- **Partie 2 :** Canva - Présentation et création de visuels simples
- [Exercice pratique](#)

MODULE 4 – Optimiser son profil et créer de l'engagement

Objectifs : Optimiser son profil professionnel et développer des interactions sincères pour fidéliser sa communauté.

- Amélioration du profil (bio, photo, lien, stories à la une)
- Stratégies pour interagir avec sa communauté
- Routine d'engagement hebdomadaire

MARKETING DIGITAL & RÉSEAUX SOCIAUX

MODULE 5 – Développer sa visibilité naturelle

Objectifs : Comprendre les mécanismes de l'algorithme et mettre en place des techniques pour booster la portée et l'engagement sans publicité.

- Facteurs influençant la visibilité organique
- Techniques pour augmenter la portée et l'engagement
- Introduction à l'analyse des KPIs (indicateurs clés de performance)
- Autres leviers : collaborations, lives, campagnes d'influenceurs à petite échelle

MODULE 6 – Gagner en autonomie et en régularité

Objectifs : S'organiser pour publier de manière régulière et autonome grâce à des méthodes de planification adaptées.

- Définir un rythme de publication réaliste
- Présentation des outils de planification (Meta Business Suite, Trello, etc.)
- Exercice pratique : utilisation de Meta Business Suite pour programmer des publications

MODULE 7 – Synthèse et plan d'action

Objectifs : Faire le bilan des acquis, formaliser un plan d'action concret et renforcer la confiance pour une mise en application durable.

- Récapitulatif des modules
- Auto-évaluation des progrès
- Élaboration d'un plan d'action personnalisé
- Échanges et clôture de la formation

NOUS CONTACTER

M. ROUSIERE

06.60.29.20.99

academie@globalgroupe.com

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Permettre aux participants de maîtriser les fondamentaux du marketing digital et des réseaux sociaux afin de concevoir, déployer et optimiser une communication digitale efficace.

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Théorie, Active, Interrogative

- Alternance entre apports théoriques et exercices pratiques.
- Études de cas concrets et mises en situation.
- Évaluations à chaud et à froid pour mesurer les acquis.
- Remise d'un guide de bonnes pratiques en fin de formation.

MOYENS D'ENCADREMENT

L'OF s'engage à adapter chaque formation aux besoins réels du stagiaire.

L'animation est basée sur une pédagogie active, avec des exercices pratiques et personnalisés qui permet l'ancrage en temps réel.

Cette animation s'appuie sur une alternance d'exposés théoriques et pratiques.

Vidéo-projection.

Fiches de synthèse délivrées à chaque participant.

Travaux pratiques.

COÛT DE LA FORMATION

2 600 € par participant

Vous pouvez bénéficier d'un financement, la SAS Glob'All Académie est certifiée Qualiopi pour l'action de formation.

ORGANISATION DE LA FORMATION

Lieu de réalisation : En présentiel ou à distance

Délai d'accès : Nous consulter

Durée : 37h réparties sur 6 journées

PUBLIC VISÉ

Salariés et entrepreneurs souhaitant structurer et optimiser leur communication digitale.

PRÉREQUIS

Aucun, la formation est adaptée aux débutants.

ÉVALUATION DE L'ACTION

Une évaluation de l'action (*satisfaction des participants*) et une autre sur le degré d'acquisition des compétences (*tests, examens, fiches d'évaluation, entretiens...*) sont à envisager.

Évaluation de la prestation de formation « à chaud » (*tour de table, cible, bilan écrit...*).

Évaluation des acquis au regard des objectifs attendus « à froid » (*recommandée*), après 3 mois ou 6 mois.

ACCESSIBILITÉ

Un entretien préalable sera mis en place pour aménager au mieux la formation avec votre handicap.

Nos intervenants savent adapter leurs méthodologies pédagogiques en fonction des différentes situations d'handicap.

Contact Référent Handicap : Mr Thierry ROUSIERE 06 60 29 20 99

Taux de satisfaction globale : NS

Nb de stagiaires en 2024 : NS

Données mises à jour au 01.09.2025