

Community Management assisté par l'IA : animer et engager sa communauté sur les réseaux sociaux

PROGRAMME DE FORMATION - Version 4

Durée

5 jours (35h)

Niveau

Débutant et +

Format

Présentiel / Visio

200 Cours Balguerie Stuttenberg
33300 Bordeaux
Tél. : 05 25 33 18 04

contact@target-formation.fr

Introduction

Les réseaux sociaux sont devenus des canaux majeurs de visibilité, de relation client, de recrutement et de développement commercial. Le rôle du Community Manager ne consiste plus seulement à publier : il doit choisir les plateformes pertinentes, construire une ligne éditoriale, créer des contenus adaptés aux usages, animer les échanges et mesurer les résultats.

Instagram, Facebook, LinkedIn, TikTok et YouTube occupent une place centrale. La vidéo courte, les contenus incarnés, le social search, l'e-réputation et l'analyse des performances font désormais partie des compétences attendues.

L'intelligence artificielle est intégrée comme assistant de travail : recherche d'idées, préparation de trames, adaptation multi-plateformes, reformulation, aide à la modération et synthèse de résultats. Chaque usage reste soumis à une validation humaine, au respect du ton de marque, de la confidentialité et de la fiabilité des informations.

Référence

ML16

Durée

5 jours (35h)

Niveau

Débutant et +

LieuToute la France
(présentiel/visio)**Type de formation**

Collective (intra/inter-entreprise)

Dates de sessions

À la demande du client sous un délai de 2 semaines

Objectifs & Public cible

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES



Construire une stratégie social media adaptée aux objectifs et aux cibles de l'organisation



Créer des contenus engageants et adaptés aux codes de chaque plateforme



Animer une communauté, gérer les interactions et protéger l'e-réputation



Maîtriser les principales plateformes sociales et gagner en visibilité organique



Mesurer les performances, analyser les résultats et optimiser sa présence en continu



Utiliser l'IA pour accélérer l'idéation, la rédaction, l'adaptation, la modération préparatoire et l'analyse, avec validation humaine systématique

POUR QUI ?



Chargés de communication, responsables marketing ou community managers en prise de poste



Indépendants, auto-entrepreneurs et dirigeants souhaitant gérer leur présence sociale en autonomie



Toute personne débutante ou avec une pratique personnelle souhaitant professionnaliser son approche

Target Formation s'est doté d'une capacité à étudier, au cas par cas, les besoins spécifiques aux candidats qui voudront postuler à une formation afin de mobiliser les moyens nécessaires pour un accompagnement particulier.

Jour 1 — Construire sa stratégie social media



Module 1 — Comprendre l'écosystème des réseaux sociaux



Module 2 — Définir sa stratégie et sa ligne éditoriale



Ateliers pratiques

Module 1 — Comprendre l'écosystème des réseaux sociaux

- Panorama des plateformes : Instagram, Facebook, LinkedIn, TikTok, YouTube
- Logiques algorithmiques et formats prioritaires par réseau
- Positionnement du Community Manager dans l'organisation
- Tendances actuelles : social search, vidéo courte, contenus incarnés
- Introduction à l'IA comme assistant de travail : périmètre et limites

Module 2 — Définir sa stratégie et sa ligne éditoriale

- Analyse de l'audience cible et des personas
- Choix des plateformes pertinentes selon les objectifs
- Construction d'une ligne éditoriale cohérente : ton, valeurs, univers visuel
- Création d'un calendrier éditorial structuré
- Utilisation de l'IA pour générer des idées et des trames éditoriales — avec validation humaine

Atelier pratique : Audit de présence sociale existante et construction d'une première ligne éditoriale.

Jour 2 — Créer des contenus qui attirent et engagent



Module 3 — Formats et techniques de création de contenu



Module 4 — Rédaction et adaptation multi-plateformes



Ateliers pratiques

Module 3 — Formats et techniques de création de contenu

- Les formats qui performent : vidéo courte, carrousel, stories, lives
- Bases de la photographie et du cadrage pour les réseaux sociaux
- Introduction aux outils de création visuelle (Canva, CapCut, etc.)
- Écriture de scripts et de légendes percutantes
- Utilisation des hashtags et des mots-clés pour le social search

Module 4 — Rédaction et adaptation multi-plateformes

- Adapter un même contenu aux codes de chaque plateforme
- Copywriting social : accroche, corps, appel à l'action
- Utiliser l'IA pour reformuler, adapter et décliner les contenus — avec relecture humaine systématique
- Respect du ton de marque et de la confidentialité des informations

Atelier pratique : Création d'un post adapté à trois plateformes différentes, avec et sans assistance IA.

Jour 3 — Animer sa communauté et protéger son e-réputation



Module 5 — Techniques d'animation de communauté



Module 6 — Gestion de l'e-réputation et des crises



Ateliers pratiques

Module 5 — Techniques d'animation de communauté

- Engager les abonnés : questions, sondages, défis, UGC
 - Répondre aux commentaires et messages privés avec efficacité
 - Construire une relation de proximité et de confiance
 - Identifier et valoriser les ambassadeurs de la communauté
 - Utiliser l'IA pour préparer des trames de réponses types — avec adaptation humaine
-

Module 6 — Gestion de l'e-réputation et des crises

- Surveiller sa présence en ligne : outils et méthodes de veille
 - Gérer les commentaires négatifs, les trolls et les situations sensibles
 - Protocole de gestion de crise sur les réseaux sociaux
 - Fiabilité des informations : fact-checking et responsabilité éditoriale
 - Cadre légal : droits à l'image, droit de réponse, modération
-

Atelier pratique : Simulation de gestion d'une crise de réputation et rédaction de réponses adaptées.

Jour 4 — Maîtriser les principales plateformes et gagner en visibilité



Module 7 — Plateformes en détail : Instagram, LinkedIn, TikTok



Module 8 — Facebook et YouTube : spécificités et leviers de visibilité



Ateliers pratiques

Module 7 — Plateformes en détail : Instagram, LinkedIn, TikTok

- Instagram : Reels, Stories, carrousels, fonctionnalité shop et algorithme
- LinkedIn : personal branding, publications de valeur, LinkedIn Live et newsletters
- TikTok : codes de la plateforme, vidéo courte, tendances et sons viraux
- Social search : optimiser ses profils et contenus pour la recherche in-app
- Utiliser l'IA pour identifier les tendances et adapter les formats à chaque réseau

Module 8 — Facebook et YouTube : spécificités et leviers de visibilité

- Facebook : gestion de Page, groupes, événements et portée organique
- YouTube : structure de chaîne, SEO vidéo, descriptions et miniatures optimisées
- Stratégies de cross-posting et de cohérence multi-plateformes
- Introduction à la publicité sociale : boosts et campagnes de notoriété

Atelier pratique : Optimisation d'un profil et publication native sur la plateforme choisie par chaque participant.

Jour 5 — Mesurer, optimiser et organiser son Community Management



Module 9 — Analyser les performances et piloter son activité



Module 10 — Organiser et automatiser son Community Management



Ateliers pratiques & Synthèse

Module 9 — Analyser les performances et piloter son activité

- KPIs essentiels : portée, engagement, impressions, clics, conversions
- Utiliser les outils natifs d'analyse : Meta Business Suite, LinkedIn Analytics, TikTok Studio
- Lire et interpréter un rapport de performance
- Utiliser l'IA pour synthétiser les données et formuler des recommandations — avec validation humaine
- Ajuster sa stratégie selon les résultats obtenus

Module 10 — Organiser et automatiser son Community Management

- Outils de planification et de programmation (Buffer, Hootsuite, Later...)
- Construction d'un workflow de production de contenus
- Gestion du temps et priorisation des tâches du Community Manager
- Usages responsables de l'IA : confidentialité, validation éditoriale, ton de marque

Atelier pratique & Synthèse : Construction d'un plan d'action personnel et présentation des livrables de la semaine.

Livrables remis aux participants

Des ressources directement réutilisables pour organiser, produire et piloter son Community Management. À l'issue de la formation, chaque participant repart avec :



Support de formation complet



Modèle de calendrier éditorial



Guide des bonnes pratiques par plateforme



Fiche mémo usages IA responsables

Conclusion et Évaluation

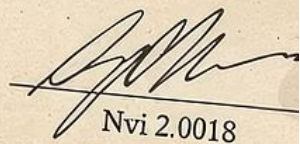
- Synthèse des points clés abordés pendant la formation
- Questions / Réponses avec les participants
- Validation des acquis
- Évaluation finale sur mise en pratique

Ce programme peut faire l'objet de modification en fonction des besoins des participants.

ertificate of Completion

Alex Johnson

In recognition of successful completion
of the training program


Nvi 2.0018

Équipe pédagogique

Des professionnels de la communication digitale et des réseaux sociaux mobilisés selon le contexte et les objectifs de la session.

Target Formation peut mobiliser des formateurs internes et des intervenants partenaires externes selon les objectifs de la session. Les profils présentés ci-dessous disposent d'une expérience de formation et d'une pratique professionnelle de la communication digitale, du Community Management, de la rédaction web ou du webmarketing.

La composition de l'équipe pédagogique ou le choix du formateur peut être ajusté selon les besoins spécifiques de la session.

Formateurs spécialisés

Community Managers et consultants en stratégie social media avec une expérience terrain significative

Experts IA & digital

Praticiens des outils d'intelligence artificielle appliqués à la création de contenu et à la gestion éditoriale

Intervenants partenaires

Professionnels sélectionnés selon les objectifs spécifiques de chaque session (e-réputation, vidéo, analytics...)

Organisation pédagogique

Une présentation harmonisée des conditions, moyens, outils et modalités de suivi - sur le modèle validé pour ML11.



1

Prérequis

- Connaissance de l'environnement informatique et des outils bureautiques
- Pratique personnelle ou professionnelle des réseaux sociaux appréciée



2

Moyens pédagogiques et techniques

- Formation en présentiel : Accueil des apprenants dans une salle de formation équipée / Documents et supports de formation projetés
- Formation à distance : utilisation de TrainerCentral, Zoom, Teams pour la visioconférence avec la mise à disposition en ligne des enregistrements, des supports et de toute la documentation pédagogique



3

Support et outils pédagogiques

Vous disposerez des éléments nécessaires pour le bon déroulement de votre formation en présentiel ou visio :

- Supports de cours et fiches pratiques
- Accès à des environnements de test sur les principales plateformes sociales
- Démonstrations par le formateur
- Cas pratiques guidés et exercices d'application avec outils IA



4

Dispositif de suivi et évaluation

- Un questionnaire est envoyé en amont de la formation pour adapter le contenu aux besoins des participants
- Des feuilles d'émargement physiques ou numériques sont utilisées pour certifier la présence des participants
- Un tour de table des stagiaires est réalisé au début de la formation
- Des exercices pratiques et des jeux en format questions/réponses sont réalisés durant la formation
- Un QCM est utilisé pour la validation des acquis
- Des questionnaires de satisfaction à chaud et à froid permettent d'évaluer la qualité de la formation
- Un certificat de réalisation de l'action de formation est délivré aux participants méritants

ML16 — 5 JOURS

Les plus de cette formation

Un parcours opérationnel qui associe stratégie, création, animation, mesure et usages responsables de l'IA.



Approche 100 % opérationnelle

Une formation centrée sur la pratique du Community Management réel, plateforme par plateforme



IA intégrée comme levier

L'IA est utilisée à chaque étape du parcours, avec une validation humaine systématique



Couverture complète du métier

De la stratégie à l'analyse des performances, en passant par

