

Développer une marque forte sur les réseaux sociaux

PROGRAMME DE FORMATION - Version 4 - 28.08.2026

Durée

1 jour (7h)

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 espaces essentiels pour développer la visibilité, la notoriété et l'image d'une marque.

Une présence efficace ne consiste pas à être sur toutes les plateformes, mais à choisir les canaux adaptés à ses publics, à harmoniser son identité et à diffuser des messages cohérents.

Cette formation d'une journée permet de clarifier le positionnement de sa marque, de sélectionner les réseaux sociaux pertinents et de construire une ligne éditoriale simple et opérationnelle. Les outils d'intelligence artificielle sont abordés ponctuellement comme une aide à l'idéation et à la rédaction de textes, tout en conservant la maîtrise du ton, du message et de la validation finale.

Référence

ML17

Durée

1 jour (7h)

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 3 semaines

Objectifs & Public cible

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES



Clarifier le positionnement et l'identité de marque pour une présence cohérente sur les réseaux sociaux



Sélectionner les plateformes adaptées à ses publics, ses objectifs et ses ressources



Construire une ligne éditoriale simple, cohérente et opérationnelle



Adapter ses contenus aux codes de chaque réseau tout en préservant l'identité de la marque



Utiliser les outils d'IA comme aide à la rédaction en conservant la maîtrise du message et du ton

POUR QUI ?



Entreprises souhaitant renforcer la visibilité et la cohérence de leur marque sur les réseaux sociaux, sans nécessairement mettre en place une gestion quotidienne de community management



Responsables communication ou marketing, indépendants, dirigeants, commerciaux et toute personne amenée à représenter ou valoriser une marque sur LinkedIn, Instagram, Facebook, TikTok ou d'autres plateformes

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.



1 à 6 personnes maximum par session

Module 1 — Définir sa Stratégie de Marque



Valeurs et positionnement de la marque



Identité visuelle et ton de communication



Forces, faiblesses et différenciation



Benchmark concurrentiel

Valeurs et positionnement de la marque

- Identifier la promesse, les valeurs et les messages que la marque souhaite faire reconnaître
- Exercice : formuler en quelques phrases le positionnement et les messages clés de sa marque

Identité visuelle et ton de communication

- Vérifier la cohérence du logo, des couleurs, des typographies, des visuels et du ton éditorial
- Adapter l'expression de la marque aux codes des différents réseaux sans perdre son identité

Forces, faiblesses et différenciation

- Repérer les points forts à valoriser, les points de vigilance et les éléments qui distinguent la marque
- Exercice : mini-diagnostic appliqué à sa propre marque

Benchmark concurrentiel

- Observer les prises de parole de concurrents ou de marques inspirantes
- Identifier les bonnes pratiques à reprendre et les opportunités de différenciation

Module 2 — Tour d'Horizon de quelques plateformes digitales



LinkedIn



Instagram et Facebook



TikTok et formats vidéo courts



Choisir ses plateformes prioritaires

LinkedIn

- Valoriser son expertise, son image professionnelle, ses savoir-faire et sa marque employeur
- Identifier les contenus pertinents pour une page entreprise ou un profil représentant la marque

Instagram et Facebook

- Comprendre les usages liés à l'image, à la proximité, à la communauté et à la mise en valeur de l'activité
- Choisir entre publications, carrousels, stories, reels et contenus événementiels selon l'objectif

TikTok et formats vidéo courts

- Comprendre les codes de la vidéo courte, de l'authenticité et des contenus incarnés
- Évaluer la pertinence de TikTok selon la cible, l'activité, les ressources et l'image de marque

Choisir ses plateformes prioritaires

- Croiser cible, objectifs, type de contenu, ressources disponibles et fréquence réaliste de publication
- Définir le rôle de chaque réseau retenu plutôt que chercher à être présent partout

Module 3 — Stratégie Éditoriale et Définition de la Stratégie Digitale



Définir les sujets, le ton et les messages clés



Adapter ses contenus à chaque réseau



Utiliser l'IA comme aide à la création de textes



Construire un plan d'action simple

Définir les sujets, le ton et les messages clés

- Choisir 3 à 5 piliers éditoriaux cohérents avec la marque, les attentes de la cible et les objectifs
- Déterminer un ton de communication identifiable et des appels à l'action adaptés

Adapter ses contenus à chaque réseau

- Transformer une même idée en formats adaptés : post, carrousel, story, vidéo courte ou publication professionnelle
- Conserver un message cohérent tout en respectant les codes de LinkedIn, Instagram, Facebook ou TikTok

Utiliser l'IA comme aide à la création de textes

- S'aider d'un outil d'IA pour trouver des idées, proposer une première trame ou reformuler une publication
- Vérifier systématiquement le ton, les informations, la confidentialité et la conformité au message de la marque

Construire un plan d'action simple

- Élaborer un mini-calendrier éditorial avec les réseaux, thèmes, formats et objectifs retenus
- Définir les premières actions à mettre en œuvre dès le retour en entreprise

Livrables remis aux participants

À l'issue de la formation, chaque participant repart avec :



Support de formation



Supports pédagogiques remis aux participants



Certificat de réalisation de l'action de formation

Synthèse & Évaluation finale

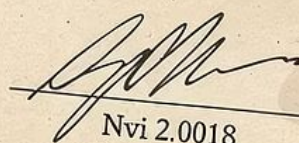
- Synthèse des points clés abordés pendant la formation
- Atelier final : formalisation d'un mini-plan de communication sur les réseaux retenus
- Création ou amélioration d'un exemple de publication adapté à sa marque
- Questions / réponses et retours individualisés
- Évaluation des connaissances acquises

Ce programme peut être adapté en fonction des besoins, des réseaux utilisés et du contexte des participants.

rtificate of Completion

Alex Johnson

In recognition of successful completion
of the training program


Nvi 2.0018

Organisation pédagogique

Un parcours structuré autour des conditions d'accès, des moyens mobilisés et des modalités de suivi.



1

Prérequis

- Connaissance de l'environnement informatique et des outils bureautiques
- Disposer d'un compte ou d'une page sur au moins un réseau social (souhaité)



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 exemples de publications et de stratégies éditoriales
- Démonstrations par le formateur
- Cas pratiques guidés et exercices d'application sur sa propre marque



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

Les plus de cette formation

Découvrez les avantages clés qui font de notre formation un atout majeur pour valoriser votre marque sur les réseaux sociaux.



Approche 100 % opérationnelle

Une formation centrée sur la mise en pratique immédiate de sa stratégie de marque sur les réseaux sociaux



Ateliers pratiques

Des exercices guidés tout au long de la journée appliqués à sa propre marque et ses propres réseaux



50 % théorie, 50 % pratique

Un équilibre parfait entre apports stratégiques et mises en situation concrètes sur les plateformes



Livrables opérationnels

Un mini-plan de communication et des exemples de publications directement réutilisables dès le retour en entreprise

Équipe pédagogique & Contact

Nos formateurs ont une expérience avérée et sont des professionnels expérimentés dans leurs domaines respectifs. Pour cette formation, vous serez accompagné par un ou plusieurs formateurs experts, sélectionnés pour leur expérience et leur adéquation à vos objectifs.

La composition de l'équipe pédagogique peut également être ajustée en fonction de vos besoins spécifiques.

Julien PetitJean — Responsable administratif / référent handicap

- Email : contact@target-formation.fr
- Tél : 05 25 33 18 04
- Délai d'accès : À la demande du client sous un délai de trois semaines
- Formation à distance ou en présentiel, en inter ou intra-entreprise
- Locaux conformes à la réglementation sur l'accessibilité dans les ERP
- Dispositif de formation à distance conforme aux exigences d'accessibilité numérique et permettant l'accueil des personnes en situation de handicap selon les besoins identifiés

