Fiche de formation

Déployer une stratégie de communication digitale et créer des contenus performants

14 heures · 2 jours · en intra-entreprise et sur mesure · présentiel, distanciel ou hybride

La communication digitale s'impose aujourd'hui comme un levier incontournable pour toute organisation qui souhaite exister, convaincre et fidéliser. Mais sans stratégie claire, elle peut vite devenir chronophage et peu efficace. Dans cette formation, vous apprendrez à structurer une communication digitale cohérente et à créer des contenus qui vous ressemblent. Pas à pas, vous définirez votre ligne éditoriale, maîtriserez les spécificités de LinkedIn, Instagram et Facebook, avant d'explorer comment l'IA générative peut accélérer votre création de contenu. Vous repartirez avec des outils concrets et un calendrier éditorial prêt à être déployé.

Objectifs pédagogiques

- C1 · Comprendre le paysage digital et les outils du marketing digital
- C2 · Définir sa stratégie de communication
- C3 · Déployer sa stratégie sur LinkedIn, Instagram et Facebook
- C4 · Optimiser sa création de contenu avec l'IA générative

Informations pratiques

Publics	**Dirigeants, entrepreneurs, porteurs de projet, responsables marketing digital, responsables ou chargés de communication, et toute personne à qui l'on a confié la communication de l'entreprise.**
Prérequis	Ordinateur fonctionnel et smartphone. Pour une session à distance : une connexion internet.
Durée	14 heures (2 jours).
Déroulé	En intra-entreprise et sur mesure uniquement. Présentiel dans vos locaux, distanciel ou hybride.
Délai d'accès	30 jours entre la demande et le début de la formation (indicatif).
Tarif	1 800 € HT (14 h). Sur mesure : sur devis. Formation certifiée Qualiopi, finançable par votre OPCO ou votre FAF. Non éligible au CPF.
Accessibilité	Formation accessible aux personnes en situation de handicap. Référent handicap : Tom Bonnier, tom@lereperedescollab.fr.
Contact	Céline Baleydier-Delhomme, responsable pédagogique · 06 82 81 60 88 · contact@lereperedescollab.fr

Programme · Jour 1

C1 · Comprendre le paysage digital et les outils du marketing digital (3 h)

- Comprendre l'écosystème du marketing digital aujourd'hui
- Identifier les principaux outils et leviers digitaux
- Situer les réseaux sociaux dans une stratégie globale

Contenus : panorama du marketing digital (site web, réseaux sociaux, e-mail, contenu, publicité) ; rôle et complémentarité des canaux ; outils indispensables (CMS, réseaux sociaux, création, analyse) ; bonnes pratiques et erreurs fréquentes.

C2 · Définir sa stratégie de communication (4 h)

- Clarifier la stratégie de communication de l'entreprise
- Définir la cible de communication
- Définir un message clair et cohérent
- Poser les bases de la ligne éditoriale et la définir
- Choisir la tonalité de communication
- Poser les premiers jalons du calendrier éditorial

Livrables : stratégie de communication formalisée ; ligne éditoriale et tonalité définies.

Programme · Jour 2

C3 · Déployer sa stratégie sur LinkedIn, Instagram et Facebook (5 h)

- Comprendre les spécificités de chaque réseau social
- Déployer une stratégie cohérente sur plusieurs plateformes
- Savoir publier de manière structurée et efficace

Contenus : présentation pas à pas des trois plateformes ; rôles et usages ; formats adaptés à chaque réseau ; bonnes pratiques de publication ; calendrier éditorial multi-plateformes. Livrables : calendrier éditorial structuré et exploitable ; recommandations de formats par réseau.

C4 · Optimiser sa création de contenu avec l'IA générative (2 h)

- Comprendre les usages de l'IA générative en communication
- Gagner du temps dans la création de contenus
- Rester aligné avec la stratégie et la tonalité définies

Contenus : outils d'IA générative ; méthode pour rédiger des prompts efficaces ; création de contenus assistée par l'IA (posts, idées, déclinaisons) ; bonnes pratiques, limites et vigilance éditoriale.

Vous repartez avec

- Votre vision, vos missions, vos valeurs et votre SWOT
- Vos objectifs de communication : faire connaître, faire aimer, faire agir
- Vos cibles et vos personas
- Votre promesse de marque et votre ligne éditoriale
- Vos comptes LinkedIn, Instagram et Facebook créés ou optimisés
- Votre premier contenu vidéo et votre premier post publiés
- Vos prompts IA personnalisés à votre marque
- Vos indicateurs de suivi et votre calendrier de contenus

Compétences visées et méthodes d'évaluation

Objectif	Méthodes	Compétences observables
Comprendre le paysage digital (compréhension)	Échanges et feedbacks, exercice d'audit	Se positionner dans l'écosystème digital ; identifier les bons outils selon ses besoins

Définir sa stratégie (création)	Atelier participatif, mise en situation	Formaliser sa stratégie de communication ; définir sa ligne éditoriale et ses cibles
Déployer sur les réseaux (création)	Mise en situation réseaux sociaux, exercice de copywriting	Publier de manière structurée ; adapter les formats par plateforme
Optimiser avec l'IA (application)	Démonstrations, cas pratiques	Rédiger des prompts efficaces ; créer du contenu assisté par l'IA en restant aligné avec sa stratégie

Évaluation : questionnaire de positionnement avant la formation ; cas pratiques, travaux en sous-groupe et quiz pendant ; validation des acquis par la formatrice et auto-évaluation à l'issue. Une attestation de fin de formation est remise à chaque participant.

Modalités pédagogiques

Pédagogie active fondée sur la réalité terrain, la collaboration et l'envie d'apprendre. Alternance de plénière, de sous-groupes et de travail individuel ; ateliers pratiques sur téléphone et ordinateur ; mise en pratique sur les outils d'IA générative ; carnet de bord individuel. Responsable pédagogique : Céline Baleydier-Delhomme.