

Réseaux sociaux et images de marque

Communiquer de manière
professionnelle et responsable en ligne

Durée : 1 jour

Public visé : Toute personne amenée à utiliser les réseaux sociaux dans un cadre professionnel

Prérequis : Aucun

Méthodes Pédagogiques :

Apports théoriques, mises en situation, échanges d'expériences, étude de cas, support de formation

Modalités d'Évaluation :

Évaluation continue et finale des compétences acquises (QCM, observation des mises en pratique)

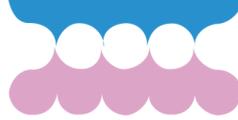
Contexte

Les réseaux sociaux occupent aujourd'hui une place centrale dans la communication de nos établissements. Leur usage peut valoriser l'image d'une organisation, mais comporte aussi des risques liés à la divulgation d'informations sensibles ou compromettantes. Cette formation sensibilise les collaborateurs à l'importance d'une communication responsable et professionnelle, permettant de protéger la réputation de l'établissement tout en favorisant une prise de parole individuelle alignée avec les valeurs collectives.

Objectifs Opérationnels

- Identifier les enjeux et risques liés à la communication sur les réseaux sociaux.
- Distinguer les usages personnels et professionnels des réseaux sociaux.
- Adopter une posture responsable pour protéger l'image de l'établissement et celle de ses équipes.
- Valoriser ses prises de parole en ligne tout en respectant la cohérence avec les valeurs collectives.
- Appliquer des bonnes pratiques de communication numérique adaptées à son contexte professionnel.
- Choisir les réseaux sociaux adaptés aux objectifs poursuivis.
- Utiliser les statistiques pour ajuster sa communication





Contenu

Comprendre les enjeux des réseaux sociaux

- Rôle et place des réseaux sociaux dans la communication actuelle
- Opportunités et risques pour l'établissement
- Impact d'une communication inadaptée sur l'image et la crédibilité

Adopter une communication responsable en ligne

- Bonnes pratiques de publication (ce qu'il est possible ou non de partager)
- Protection des données sensibles et de la confidentialité
- Cohérence entre communication individuelle et identité collective

Développer une posture professionnelle sur les réseaux

- Cas pratiques de communication adaptée
- Gestion des situations à risque (messages sensibles, commentaires négatifs, réactions publiques)
- Réflexion sur son rôle d'ambassadeur de l'établissement

Choisir le bon réseau en fonction de ses objectifs

- LinkedIn : visibilité professionnelle, image employeur, veille sectorielle
- Facebook : proximité et interaction avec les communautés locales
- Instagram : communication visuelle et valorisation des produits/services
- X (ex-Twitter) : communication instantanée et influence
- TikTok : toucher un public jeune et créatif
- YouTube : diffusion de contenus pédagogiques et promotionnels

Exploiter les statistiques et outils de suivi

- Comprendre les indicateurs clés (taux d'engagement, portée, impressions, clics)
- Identifier les contenus performants et ceux à améliorer
- Utiliser les tableaux de bord intégrés (Meta Business Suite, LinkedIn Analytics, YouTube Studio...)
- Ajuster sa stratégie de communication à partir des résultats

contact@alteforma.fr

06 60 79 98 43

Prix : 1390 euros/jour/groupe (hors
frais de déplacement).

Nos prestations sont exonérées de TVA en application de l'article
261-4-4 du CGI.