

Programme de formation

IA au service des réseaux sociaux

7 jours, soit 28 heures

Public visé

Directeur·rice marketing, responsable marketing digital, chargé·e de marketing, direction générale, direction des services informatiques.

Pré-requis

Publier sur les réseaux sociaux

Objectifs pédagogiques

- Auditer la gestion des réseaux sociaux d'une marque pour identifier les points forts et les points faibles
- Lister des recommandations basées sur l'audit pour intégrer efficacement l'intelligence artificielle dans la gestion des réseaux sociaux.
- Sélectionner et configurer des outils dotés d'IA pour générer du contenu et optimiser l'engagement sur les réseaux sociaux.
- Créer des directives et des prompts efficaces pour maximiser l'efficacité des IA génératives dans la production de contenu.
- Analyser les données fournies par l'IA pour améliorer l'engagement d'une communauté
- Utiliser les recommandations de l'IA pour améliorer les performances des publications et répondre aux commentaires de manière plus ciblée.
- Mettre en place des processus d'automatisation grâce à l'IA pour la planification, la diffusion et l'optimisation des contenus sur les réseaux sociaux.
- Suivre et évaluer les indicateurs de performance clés des réseaux sociaux
- Assurer une veille active sur les développements de l'IA et son impact sur les réseaux sociaux

Description/Contenu

Auditer la gestion et l'animation des réseaux sociaux d'une marque en vu de l'intégration d'outils dotés d'intelligence artificielle

- Comprendre l'importance d'un audit des réseaux sociaux pour l'intégration de l'IA.
- Identifier les composantes clés d'un audit efficace.



- Cartographier la présence d'une marque sur les réseaux sociaux .
- Évaluer l'efficacité des stratégies de publication et d'automatisation.
- Identifier et analyser les forces et faiblesses de la gestion actuelle des réseaux sociaux en vue de l'intégration de l'IA.
- Évaluer le niveau d'accessibilité numérique des contenus diffusés
- Développer une liste de recommandations basées sur l'audit de l'existant.
- Définir des objectifs clairs et mesurables pour l'intégration de l'IA dans la gestion des réseaux sociaux.
- Comprendre comment aligner les objectifs de l'IA avec les objectifs globaux de la marque.

Utiliser l'intelligence artificielle pour générer des contenus adaptés aux réseaux sociaux d'une marque.

- Sélectionner et paramétrer des outils intégrant l'intelligence artificielle qui permettent de générer des contenus (textes, visuels, vidéos,...) pour les réseaux sociaux
- Rédiger des prompts optimisés avec Chat GPT (prompt engineering) pour obtenir des réponses adaptées aux besoins
- Réaliser des itérations pour améliorer les prompts générés par l'IA Chat GPT
- Créer des visuels avec Canva et Dalle-E qui correspondent aux besoins de la marque pour ses publications
- Créer des vidéos avec Luma Dream Machine, qui correspondent aux besoins de la marque pour ses publications
- Ajouter des interactions vocales avec Caption pour enrichir un contenu vidéo diffusé sur les réseaux sociaux (voix off, chatbot vocal, avatar).
- Être garant du respect des critères d'accessibilité web sur les contenus créés (sous-titres, contraste des couleurs, structuration du contenu, etc...)
- Être garant du respect des droits d'auteur ainsi que de l'intégrité du contenu par des contrôles anti-plagiat.

Utiliser l'intelligence artificielle pour favoriser l'interaction sur les réseaux sociaux de la marque

- Sélectionner et paramétrer Metricool – un outil intégrant l'intelligence artificielle qui permettent de favoriser l'interaction sur les réseaux sociaux
- Utiliser les insights fournis par l'IA de Metricool pour identifier les contenus qui génèrent le plus d'engagement
- Utiliser les capacités d'analyse de l'IA pour surveiller les tendances d'engagement et les sentiments des utilisateurs à l'égard de la marque
- Évaluer les réactions aux publications afin d'adapter la stratégie de contenu sur les réseaux sociaux en conséquence

- Identifier les forces et les faiblesses des publications de la marque sur les réseaux sociaux en terme d'interaction
- Intégrer les recommandations de l'IA dans le processus de création de contenu pour améliorer l'interaction avec sa communauté
- Utiliser les recommandations de l'IA comme point de départ pour développer des idées de contenu innovantes et captivantes
- Utiliser les recommandations de l'IA pour répondre de manière efficace et pertinente aux commentaires et aux réactions de la communauté en ligne
- Utiliser les capacités d'IA pour surveiller l'e-réputation de la marque et les mentions sur les réseaux sociaux
- Analyser les données recueillies pour prendre des mesures afin de maintenir une image positive de la marque sur les réseaux sociaux

Utiliser l'intelligence artificielle pour planifier et diffuser les contenus d'une marque sur les réseaux sociaux

- Sélectionner et paramétrer une solution IA pour la planification et la diffusion des contenus sur les réseaux sociaux
- Utiliser les fonctionnalités de calendrier intégrées à la solution Metricool pour planifier les contenus sur les différents réseaux sociaux de la marque
- Organiser le calendrier de publication en fonction des objectifs de la marque et des tendances du marché
- Identifier les types de contenu à partager automatiquement sur les différents réseaux sociaux en fonction des préférences de la marque et des besoins de sa communauté
- Définir des règles et des paramètres pour automatiser le processus de partage de contenu en utilisant l'intelligence artificielle

Utiliser l'intelligence artificielle pour concevoir l'automatisation des contenus à publier sur les réseaux sociaux

- Identifier les étapes répétitives et propices à l'automatisation en se basant sur l'audit préliminaire de la gestion des réseaux sociaux
- Sélectionner et paramétrer Make – une solution IA d'automatisation
- Créer des flux de travail (workflow) automatisés pour la génération, la révision et l'approbation de contenu en utilisant l'intelligence artificielle
- Préparer les tests des workflows automatisés dans un environnement contrôlé pour identifier les éventuels problèmes et les zones d'amélioration
- Identifier les paramètres des workflows en fonction des résultats des tests et des retours d'utilisateurs

- Préparer le déploiement des workflows automatisés à grande échelle une fois qu'ils auront été testés et validés

Piloter l'amélioration continue de la gestion des réseaux sociaux d'une marque

- Identifier les indicateurs pertinents pour évaluer la performance des réseaux sociaux de la marque, tels que l'engagement, la portée, le taux de conversion, etc.
- Identifier les indicateurs pertinents pour évaluer les critères d'accessibilité web
- Définir des KPI spécifiques à chaque réseau social en fonction des objectifs et des stratégies de la marque
- Préparer l'analyse des données recueillies pour évaluer la performance des réseaux sociaux par rapport aux KPI définis et aux critères d'accessibilité web
- Configurer des alertes en cas de variations significatives des métriques
- Réaliser une veille constante sur les avancées de l'intelligence artificielle dans le domaine des réseaux sociaux
- Analyser les implications et les opportunités offertes par l'IA pour améliorer la gestion des réseaux sociaux de la marque

Modalités pédagogiques

Chacune de nos formations en présentiel est basée sur une pédagogie essentiellement active, se composant d'exposés théoriques et pratiques, de temps d'échanges, d'études de cas, dans des exercices individuels ou en groupe, permettant à chacun d'être acteur dans son apprentissage.

Nos formateurs sont formés aux **sciences cognitives**, ils sont à la fois experts dans leur domaine et pédagogues. Les exercices sont, dans la mesure du possible, extraites de votre quotidien professionnel et permettent ainsi d'appliquer et transférer rapidement les compétences acquises.

Formation dispensée en cours du soir, en visio synchrone de 18h30 à 20h30, une fois par semaine, avec des exercices pratiques à réaliser en intersession

Moyens et supports pédagogiques

Afin de créer des conditions les plus favorables pour nos formations, nous mettons à disposition des stagiaires :

- Des supports de cours (format papier ou multimédia) pour la partie en présentiel et FOAD de la formation

- Pour les formations en présentiel : Notre salle de cours est équipée de tableaux blancs, d'imprimante, d'une connexion WiFi, et d'un ordinateur portable par stagiaire avec les logiciels et applications appropriés.

Modalités d'évaluation et de suivi

Pédagogie active basée sur une évaluation tout au long de la formation, des quiz, des travaux pratiques, des exercices ou des mises en application.

Évaluations avec transmission au formateur pour analyse et dans un but d'évolution continue :

- à chaud en fin de formation
- à froid effectuée auprès du stagiaire après 3 mois

Accessibilité

Le délai d'accès à la formation est inférieur à 2 mois à réception du devis signé.

Le centre de formation est accessible aux personnes en situation de handicap. Si vous avez des besoins en compensation pour suivre une formation, contactez notre référente handicap.

La référente handicap chez Voyelle est : Yolande Louvet 06 71 75 62 77