

PROGRAMME DE FORMATION

Intégrer l'intelligence artificielle dans la gestion des réseaux sociaux

Parcours certifiant RS7064 · Format mixte : 21 h e-learning + 8 h visio

Intitulé	Intégrer l'intelligence artificielle dans la gestion des réseaux sociaux
Certification visée	RS7064 (certificateur : La WAB)
Durée totale	29 heures
Dont e-learning	21 heures — 6 unités de formation en autonomie
Dont visio	8 heures — 4 classes virtuelles de 2 h avec un expert
Modalité	Formation à distance (e-learning + classes virtuelles)
Public	Dirigeants et responsables communication / marketing
Accès aux contenus	Plateforme pendant 3 mois, puis accès à la communauté Neo-IA

1. Présentation de la formation

Cette formation permet aux professionnels de sélectionner, intégrer et exploiter des outils d'intelligence artificielle dans la gestion quotidienne des réseaux sociaux d'une marque. L'objectif est de rendre plus efficaces les actions de communication : audit, production de contenus, engagement, planification, automatisation et pilotage de la performance.

Le format est à distance : 21 heures de e-learning couvrent les 6 unités du référentiel en autonomie, et 4 classes virtuelles de 2 heures, animées par un expert, ancrent la pratique sur une marque réelle et préparent le projet final présenté devant un jury.

2. Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Auditer la gestion des réseaux sociaux d'une marque pour en identifier les points forts et les points faibles, et intégrer efficacement l'IA dans cette gestion
- 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

3. Public visé et prérequis

Public

Dirigeant·e·s d'entreprises, ainsi que collaborateurs et collaboratrices en charge de la communication, du marketing et du développement commercial, souhaitant rendre plus efficaces leurs actions de communication sur les réseaux sociaux grâce à l'IA.

Prérequis

- Travailler quotidiennement avec l'outil informatique (recherche internet, e-mails, traitement de texte, paiement en ligne) et avoir déjà une activité régulière sur les réseaux sociaux
- La motivation du candidat et la pertinence de son projet sont évaluées lors d'un entretien de positionnement préalable à la préparation de la certification

Un dossier de candidature à la certification, renseigné par le candidat, est transmis à l'organisme certificateur (La WAB) pour validation.

4. Architecture du parcours

Le parcours s'organise en deux phases complémentaires :

Phase	Contenu	Durée	Modalité
Phase 1 — Le référentiel en autonomie	Introduction + 6 unités de formation (audit, contenus, interaction, planification, automatisation, pilotage)	21 h	E-learning
Phase 2 — Pratique & projet	4 classes virtuelles de 2 h + préparation du projet final devant jury	8 h	Visio
Total		29 h	

5. Programme détaillé — e-learning (21 h)

Introduction & positionnement

1 h

Contenus

- Entretien de positionnement et cadrage du projet de certification
- Présentation du parcours, du référentiel et des 6 compétences visées
- Constitution du dossier de candidature à transmettre au certificateur (La WAB)

Unité 1 — Auditer la gestion et l'animation des réseaux sociaux d'une marque en vue de l'intégration d'outils dotés d'IA

3 h

Finalité : Réaliser un audit complet de la gestion des réseaux sociaux d'une marque, en identifiant les forces, les faiblesses, et en formulant des recommandations stratégiques pour l'intégration efficace des outils d'IA.

Objectifs pédagogiques

- 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 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

Unité 2 — Utiliser l'IA pour générer des contenus adaptés aux réseaux sociaux d'une marque

5 h

Finalité : Utiliser des outils d'IA pour générer des contenus variés (textes, visuels, vidéos), rédiger des prompts optimisés, créer des interactions vocales et des avatars, afin d'optimiser l'engagement et la personnalisation des publications.

Objectifs pédagogiques

- Sélectionner et paramétrer des outils d'IA pour générer des contenus (textes, visuels, vidéos) — ex. ChatGPT, Mention, Canva, Midjourney, Voiceflow, Heygen, Synthesia ou équivalent
- Rédiger des prompts optimisés pour les IA génératives (prompt engineering)
- Réaliser des itérations pour améliorer les prompts générés par l'IA
- Créer des visuels avec les IA génératives d'images correspondant aux besoins de la marque
- Créer des vidéos avec les IA génératives de vidéos correspondant aux besoins de la marque
- Ajouter des interactions vocales avec l'IA (voix off, chatbot vocal, avatar) pour enrichir un contenu vidéo
- Être garant du respect des critères d'accessibilité web (sous-titres, contraste, structuration du contenu)
- Être garant du respect des droits d'auteur et de l'intégrité du contenu par des contrôles anti-plagiat

Unité 3 — Utiliser l'IA pour favoriser l'interaction sur les réseaux sociaux de la marque

3,5 h

Finalité : Optimiser l'interaction sur les réseaux sociaux de la marque : sélectionner les outils, analyser les insights, adapter la stratégie de contenu, répondre aux commentaires et surveiller l'e-réputation.

Objectifs pédagogiques

- Sélectionner et paramétrer des outils d'IA favorisant l'interaction — ex. Sprout Social, Metricool, Buffer, Sprinklr ou équivalent
- Utiliser les insights de l'IA pour identifier les contenus qui génèrent le plus d'engagement
- 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
- Identifier les forces et faiblesses des publications en termes d'interaction
- Intégrer les recommandations de l'IA dans le processus de création de contenu
- Développer des idées de contenu innovantes et captivantes à partir des recommandations de l'IA
- Répondre de manière efficace et pertinente aux commentaires et réactions de la communauté
- Surveiller l'e-réputation de la marque et les mentions sur les réseaux sociaux
- Analyser les données recueillies pour maintenir une image positive de la marque

Unité 4 — Utiliser l'IA pour planifier et diffuser les contenus d'une marque sur les réseaux sociaux

3 h

Finalité : Planifier et diffuser les contenus d'une marque en sélectionnant une solution adaptée et en organisant le calendrier éditorial pour une gestion efficace et optimisée.

Objectifs pédagogiques

- Sélectionner et paramétrer une solution IA de planification et de diffusion — ex. Sprout Social, Metricool, Buffer, Sprinklr ou équivalent
- Utiliser les fonctionnalités de calendrier intégrées pour planifier les contenus sur les différents réseaux
- Organiser le calendrier de publication selon les objectifs de la marque et les tendances du marché
- Identifier les types de contenu à partager automatiquement selon les préférences de la marque et de sa communauté
- Définir des règles et paramètres pour automatiser le processus de partage de contenu avec l'IA

Finalité : Identifier les étapes à automatiser, concevoir des workflows automatisés, les tester en environnement contrôlé et préparer leur déploiement.

Objectifs pédagogiques

- Identifier les étapes répétitives et propices à l'automatisation à partir de l'audit préliminaire
- Sélectionner et paramétrer une solution IA d'automatisation — ex. Make, Airtable ou équivalent
- Créer des workflows automatisés pour la génération, la révision et l'approbation de contenu
- Préparer les tests des workflows en environnement contrôlé pour identifier les problèmes et zones d'amélioration
- Ajuster les paramètres des workflows selon les résultats des tests et les retours d'utilisateurs
- Préparer le déploiement des workflows automatisés à grande échelle une fois testés et validés

Finalité : Piloter l'amélioration continue : définir des indicateurs clés, configurer des alertes et réaliser une veille constante sur l'impact de l'IA pour optimiser la stratégie.

Objectifs pédagogiques

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

6. Programme détaillé — classes virtuelles (8 h)

Les 4 classes virtuelles sont des temps synchrones animés par un expert, en effectif réduit. Elles mettent en pratique le référentiel sur une marque réelle et préparent le projet final présenté devant un jury.

Classe virtuelle n°1 — Audit & génération de contenus (2 h)

Positionnement : À l'issue des unités 1 et 2

- Réaliser l'audit d'une marque réelle et en tirer des recommandations
- Atelier de génération de contenus (textes, visuels, vidéos) avec les outils d'IA
- Construction et itération de prompts optimisés pour la marque

Classe virtuelle n°2 — Engagement, e-réputation & calendrier éditorial (2 h)

Positionnement : À l'issue des unités 3 et 4

- Analyse des insights et de l'e-réputation avec les outils d'IA
- Réponse assistée aux commentaires et adaptation de la stratégie de contenu
- Construction d'un calendrier éditorial et paramétrage de la diffusion

Classe virtuelle n°3 — Automatisation des workflows (2 h)

Positionnement : À l'issue de l'unité 5

- Conception d'un workflow automatisé (génération, révision, approbation)
- Paramétrage d'une solution d'automatisation (Make, Airtable ou équivalent)
- Test en environnement contrôlé et préparation du déploiement

Classe virtuelle n°4 — Pilotage, KPIs & projet final (2 h)

Positionnement : À l'issue de l'unité 6

- Définition des KPI et configuration des alertes de performance
- Mise en place d'une veille durable sur l'IA et les réseaux sociaux
- Préparation du projet final et de sa présentation devant le jury

7. Modalités pédagogiques et techniques

Modalités pédagogiques

- Plateforme e-learning accessible 7 j/7 (vidéos, textes, PDF, outils, exercices), à son rythme
- Classes virtuelles en visioconférence, effectif réduit, animées par un expert
- Action de formation et mises en situation sous forme d'exercices pratiques à chaque module
- Quiz Kahoot de validation des acquis ; projet final présenté devant un jury

Moyens techniques et accompagnement

- Accès personnel à la plateforme pendant 3 mois, puis accès à la communauté Neo-IA
- Lien de connexion aux classes virtuelles ; micro et webcam requis
- Assistance technique et pédagogique pendant toute la durée du parcours

8. Modalités d'évaluation et certification

- Entretien de positionnement préalable et dossier de candidature transmis au certificateur (La WAB)
- Évaluations formatives tout au long du parcours (exercices, quiz Kahoot)
- Projet final présenté devant un jury

La formation prépare à la certification « Intégrer l'intelligence artificielle dans la gestion des réseaux sociaux », enregistrée sous le numéro RS7064 (certificateur : La WAB). Le passage de l'évaluation est requis pour tout candidat finançant la formation via ses droits CPF.

9. Accessibilité aux personnes en situation de handicap

La formation est conçue pour être accessible. Toute personne en situation de handicap est invitée à se signaler en amont afin d'étudier ensemble les adaptations possibles (réfèrent handicap : à compléter).

10. Informations pratiques

Délai d'accès	Entrée en formation sous 48 h (autofinancement) à 2 mois selon le circuit de financement
Financements	CPF / Mon Compte Formation, Fonds de formation, France Travail, autofinancement
Tarif	À compléter
Contact	contact@neo-ia.fr · Tél. 03 67 30 00 59

Neoone — 9 rue de Ribeauvillé, 68180 Horbourg-Wihr · SARL au capital de 1 500 € · RCS Colmar 791 897 325 · TVA FR94791897325 · NAF 8559B · Déclaration d'activité 42 68 02340 68 · Qualiopi N° 03481 (SGS ICS)