Réseaux sociaux / Médias sociaux / Community Management

Exploiter efficacement les réseaux sociaux en B2B

2 jours (14h00) | ★★★★½ 4,6/5 | RESOC-C19B2BWEB2 | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 1 550 € ht

Formations Digital & Multimédia › Réseaux sociaux et content strategy : faites de votre marque un média › Réseaux sociaux / Médias sociaux / Community Management

Document mis à jour le 13/11/2026

Objectifs de formation

- Exploiter et animer les médias sociaux en fonction de ses objectifs et de ses cibles BtoB
- Créer des contenus engageants pour transformer prospects en clients
- Choisir les bons indicateurs et mesurer la performance

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Équipe pédagogique :
Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :
Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.
Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :
Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur votre espace apprenant.
Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre plateforme dédiée.

Prérequis

Utiliser les réseaux sociaux B2B.

Public concerné

Responsables marketing, communication, marketing digital, community managers en BtoB.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2I Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

Modules distanciels :

- E-quiz en amont/aval de la formation.

Connaître et pratiquer les réseaux sociaux utiles en BtoB

- Comprendre les diverses opportunités et usages des réseaux sociaux en B2B en 2024.
- Chiffres et analyse des principales plateformes B2B (LinkedIn, X, Meta, Youtube, etc..).
- Idenfier les bonnes pratiques en Social Selling.
- **Atelier pratique** : Veille concurrentielle : pratiquer un audit de vos pratiques avec préconisation d'axes d'amélioration.

Définir un plan marketing et éditorial intégrant les médias sociaux en BtoB

- Intégrer les médias sociaux dans un plan marketing BtoB.
- Intégrer l'inbound marketing dans la stratégie social media.
- Identifier les canaux afin de toucher vos cibles et personas.
- Cartographie son parcours client et leurs besoins avec SONCASE et Customer journey map.
- Nuturer ses leads avec le tunnel de conversion : ToFu MoFu BoFu.
- **Atelier pratique** : Identifier les personas ciblés, le parcours client et les objectifs visés afin de déterminer les réseaux sociaux pertinents à animer.
- Identifier les leviers SEO, SEA, SMO (méthode POEM).
- Définir un plan et calendrier éditorial B2B.
- **Atelier pratique** : Identifier les thématiques et formats des contenus en lien avec les personas ciblés et le décliner dans un calendrier éditorial.
- Appréhender les différentes techniques de rédaction (site, blog, Méthode AIDA).
- Créer des visuels et contenus avec l'intelligence artificielle.
- **Atelier pratique** : Rédiger un article avec ChatGPT et à promouvoir sur LinkedIn.

Déployer une stratégie social média B2B

- Les bonnes pratiques sur LinkedIn :
  - Animer une page entreprise.
  - Créer son profil professionnel
  - Identifier l es bons paramétrages
- Bien utiliser les hashtags.
- Utiliser efficacement les Call to action pour générer des interactions.
- Tirer parti des groupes de discussions.
- Utiliser les Social Ads pour atteindre son réseau professionnel.
- **Atelier pratique** : Créer un post sponsorisé sur LinkedIn en identifiant les Hashtags pertinents et le CTA à utiliser.

- X, Meta et YouTube sont-ils pertinents dans votre activité ?
- Augmenter sa visibilité, développer ses communautés et ses plateformes.
- Développer le Customer Advocacy et l'Employee Advocacy pour susciter l'engagement (ambassadeurs).
- Intégrer les médias sociaux à vos autres outils de communication (off et online).

Piloter la performance d'une stratégie social media

- Définir des objectifs SMARTER et des indicateurs de performance pertinents (KPI).
- Cartographie des outils d'analyse de performance.
- Élaboration et suivi des tableaux de bord social media (reporting et dashboard).
- Mesurer sa stratégie média social et améliorer sa performance.
- **Atelier pratique :** Mise en forme d'un canvas pour synthétiser le plan de communication.

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d’évaluation des acquis

Évaluation des acquis : Quiz avant la formation et après la formation pour mesurer les acquis, la progression. Évaluation à chaud : À la fin de la formation, un bilan qualité dématérialisé pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation. Évaluation à froid : À J+3 mois, une e-évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle.

Accessibilité de la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Le groupe M2I s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les détails de l'accueil des personnes sont consultables sur la page Accueil Handicap

Modalités et délais d’accès à la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Les formations M2I sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme.
Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation.
Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 12 jours ouvrés.