L'IA dans sa stratégie social media

Formation 14h (2 jours) — Présentiel ou distanciel

Informations clés

Intitulé	L'IA dans sa stratégie social media
Durée	14 heures (2 jours de 7h)
Format	Présentiel ou distanciel
Tarif	1 300 € HT par stagiaire
Effectif	8 stagiaires maximum
Délai d'accès	À définir selon disponibilités — nous contacter pour toute demande
Modalités d'inscription	Sur demande par email à contact@sara-rosenberg.fr
Accessibilité PSH	Chaque situation est étudiée individuellement — nous contacter en amont de l'inscription

Public visé & prérequis

Public	Prérequis
Équipes en charge des réseaux sociaux, professionnels de la communication **Tout public professionnel souhaitant intégrer l'IA dans sa gestion des média sociaux**	Utiliser internet, avoir accès à un outil d'IA générative (chatGPT, claude, Gemini, Copilot, LeChat Mistral...) Gérer au moins un compte social media (Facebook, Instagram, LinkedIn)

Objectifs de la formation

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

- Distinguer les différents types d'IA générative (texte, image, vidéo) et identifier leurs cas d'usage pertinents pour une stratégie social media.
- Rédiger des prompts efficaces en texte et en image, en appliquant les principes de structuration vus en formation.
- Identifier les risques de biais, l'impact environnemental et les obligations issues de l'AI Act liés à l'usage de l'IA en communication digitale.

- Construire sa stratégie social media (audit, veille, objectifs SMART, persona, choix de plateformes, ligne éditoriale, calendrier éditorial) à l'aide de l'IA.
- Produire des contenus (posts, visuels, vidéos courtes) à l'aide d'outils IA générative, dans le respect de sa ligne éditoriale.
- Programmer et animer ses publications à l'aide de l'IA, réagir de façon appropriée en cas de crise ou de bad buzz, et analyser ses résultats pour ajuster sa stratégie.

Programme

JOUR 1

Comprendre l'IA générative et poser les bases de sa stratégie

1 Comprendre l'IA générative

- Les différents types d'IA générative : texte, image, vidéo
- Comment fonctionne une IA générative, en langage simple
- Ce que l'IA peut faire… et ne peut pas faire
- Panorama des outils existants
- Démystifier les idées reçues

Cas pratique

Identifier, dans son propre quotidien professionnel, trois tâches social media qui pourraient être augmentées par l'IA générative.

2 Techniques de prompt : texte & image

- Les principes d'un prompt efficace (contexte, rôle, consigne)
- Itérer et affiner un résultat
- Spécificités du prompt texte vs prompt image
- Les erreurs fréquentes à éviter

Cas pratique

Rédiger et tester ses propres prompts (texte et image) à partir d'un brief fourni.

3 IA responsable : biais, impact environnemental, AI Act

- Les biais algorithmiques : origines et exemples concrets
- L'impact environnemental de l'IA générative
- Le cadre réglementaire européen (AI Act) et ses obligations
- Les bonnes pratiques d'un usage responsable

Cas pratique
Identifier un biais ou un risque réglementaire dans un exemple de contenu généré par IA.

4 Construire sa stratégie social media

- Auditer son existant et organiser sa veille avec l'IA
- Définir des objectifs SMART
- Construire son persona à l'aide de l'IA
- Définir sa ligne éditoriale et structurer son calendrier éditorial

Cas pratique — Atelier
Construire une ébauche de sa propre stratégie social media (persona, objectif, pilier éditorial) à partir de son activité réelle.

JOUR 2

Produire, diffuser et mesurer sa stratégie social media

5 Produire ses contenus avec l'IA

- Rédiger des posts adaptés à chaque plateforme
- Générer des visuels avec l'IA (Gemini, ChatGPT, Ideogram, Canva Magic Media)
- Créer des vidéos courtes avec l'IA (CapCut, Lumen5,, HeyGen)
- Respecter sa ligne éditoriale et rester vigilant sur les biais et l'impact environnemental

Cas pratique — Atelier

Produire un post complet (texte + image) et une ébauche vidéo (script) sur son propre cas.

6 Diffuser, animer et mesurer sa stratégie

- Programmer et animer ses publications avec l'IA
- Gérer sa communauté et réagir en cas de crise ou de bad buzz
- Panorama des leviers publicitaires IA (Meta Advantage+)
- Analyser ses résultats et ajuster sa stratégie

Cas pratique

Réagir à un cas de bad buzz fictif avec une réponse assistée par IA, puis analyser un jeu de données et identifier un écart par rapport à ses objectifs.

Modalités pédagogiques

Méthodes	Apports théoriques, démonstrations d'outils en direct, ateliers pratiques sur cas réels, mises en situation.
Supports	Slides, fiches outils, bibliothèque de prompts types.
Matériel requis	Ordinateur portable, connexion internet, comptes sur les principaux outils IA utilisés (création possible en amont).

Évaluation

Positionnement préalable	Questionnaire avant formation pour identifier le niveau et les attentes de chaque participant.
Évaluation des acquis	Mises en situation pratiques sur cas réel tout au long de la formation, plan d'action personnalisé en fin de formation.
Satisfaction	Questionnaire de satisfaction à chaud en fin de formation.

Intervenante

Nom	Sara Rosenberg
Bio	Spécialiste de l'IA générative pour usage professionnel. Expertise en communication digitale et créativité augmentée.

Informations pratiques

Format	Présentiel ou distanciel
Durée	14 heures (2 jours de 7h)
Effectif	8 stagiaires maximum
Tarif	1 300 € HT par stagiaire
Délai d'accès	Entre 2 et 5 semaines
Inscription	Sur demande par email à contact@sara-rosenberg.fr
Contact	contact@sara-rosenberg.fr