

SCHOOL FOR MATE

LIVRET PÉDAGOGIQUE

Piloter sa stratégie social media avec l'IA

CT13 · Module de spécialisation

Ce module de 21 heures permet à vos stagiaires d'intégrer l'intelligence artificielle à chaque étape de la gestion des réseaux sociaux : diagnostic, stratégie, création de contenus, animation de communauté, automatisation et pilotage de la performance. Livré clé en main, il couvre les capacités attestées des certifications RS7064, RS7200, RS7439 et RS7523, dans un cadre conforme au RGPD et à l'IA Act.

VOLUME HORAIRE	COURS	BLOCS
21 h	7	4

01 · PRÉSENTATION

La formation en bref

Intitulé	Piloter sa stratégie social media avec l'IA
Code	CT13
Type	Module de spécialisation
Certificateur	Hors répertoire
Durée	21 h, 7 cours
Modalité	Formation à distance (e-learning), tutorat assuré par l'organisme de formation
Formats	SCORM 1.2 / 2004, xAPI, sources éditables
Mise à jour	Novembre 2026

Le métier et les compétences visées

La compétence visée est celle du professionnel qui pilote la présence d'une marque ou d'une TPE sur les réseaux sociaux en s'appuyant sur des outils d'intelligence artificielle. Il réalise un diagnostic de performance, définit une stratégie et une ligne éditoriale adaptées aux ressources de la structure, puis produit des contenus textes, visuels et vidéos à l'aide de prompts maîtrisés. Il anime sa communauté, gère l'e-réputation et automatise la planification, la qualification de prospects et les séquences d'engagement. Il veille à la conformité réglementaire et éthique (RGPD, IA Act, accessibilité) et pilote l'amélioration continue grâce aux indicateurs de performance et à une veille active sur les outils d'IA.

Public visé

- Dirigeants et créateurs de TPE souhaitant promouvoir leur activité sur les réseaux sociaux
- Chargés de communication, de marketing ou de développement commercial
- Community managers et social media managers souhaitant intégrer l'IA à leurs pratiques
- Indépendants et consultants en charge de leur propre marketing de contenus
- Commerciaux et porteurs de projet souhaitant automatiser leurs actions marketing

Prérequis

- Utiliser quotidiennement l'outil informatique : navigation internet, e-mails, traitement de texte, tableur, traitement d'images
- Disposer d'une première expérience professionnelle sur les réseaux sociaux (au moins un an d'activité régulière pour la certification RS7064)
- Être à l'aise avec le rédactionnel, le traitement de données chiffrées et les fondamentaux de la démarche commerciale
- Disposer d'un ordinateur (PC ou Mac) et d'une connexion internet haut débit ; les procédures d'admission propres à chaque certificateur s'appliquent (test de positionnement, entretien)

Objectifs pédagogiques

À l'issue du parcours, l'apprenant est capable de :

- Auditer la présence d'une marque sur les réseaux sociaux et son environnement concurrentiel à l'aide d'outils d'IA
- Définir une stratégie social media et une ligne éditoriale réalistes, adaptées aux ressources de la structure
- Sélectionner les plateformes pertinentes et paramétrer une page entreprise cohérente avec l'identité visuelle
- Rédiger des prompts efficaces pour générer des contenus textes, images et vidéos engageants et accessibles
- Vérifier la conformité des usages de l'IA et des traitements de données au regard du RGPD, de l'IA Act et de l'ePrivacy
- Animer une communauté et gérer l'e-réputation en exploitant l'analyse des tendances et des comportements
- Concevoir et paramétrer des scénarios d'automatisation : planification, qualification de prospects, séquences d'engagement
- Mettre en place une stratégie d'acquisition de prospects via la communauté en ligne
- Piloter l'amélioration continue grâce à des tableaux de bord d'indicateurs et à une veille active sur l'IA

02 · FIL ROUGE PÉDAGOGIQUE

Les Ateliers Verdane

CR

Camille Roussel

Responsable communication et marketing digital

Fabrication et vente de cosmétiques solides artisanaux (TPE de 8 salariés, vente en ligne et en boutique)

Les Ateliers Verdane fabriquent à Périgueux des savons, shampoings et soins solides vendus sur leur boutique en ligne, en boutique et auprès d'une quarantaine de revendeurs. La présence sur les réseaux sociaux s'est construite au fil de l'eau : un compte Instagram actif mais irrégulier, une page Facebook peu animée, aucun profil LinkedIn entreprise. Camille Roussel, recrutée il y a dix-huit mois, gère seule la communication avec un budget limité et quelques heures par semaine. La dirigeante, Hélène Marchal, lui confie une mission claire : structurer la stratégie social media, gagner du temps grâce aux outils d'IA, développer les ventes en ligne et recruter de nouveaux revendeurs, tout en préservant l'image artisanale et responsable de la marque et en respectant les règles de protection des données.

Chaque cours se termine par une mise en situation dans cette entreprise : l'apprenant accompagne Camille dans des situations professionnelles réalistes, de plus en plus complexes, jusqu'à la préparation des épreuves.

La progression

1. Bloc M1 : Camille réalise l'audit des comptes et de trois concurrents, puis présente à Hélène une stratégie et une ligne éditoriale chiffrées en temps et en budget.
2. Bloc M2 : Camille construit sa bibliothèque de prompts, produit ses premières publications assistées par l'IA et formalise une charte d'usage responsable de l'IA pour l'entreprise.
3. Bloc M3 : Camille anime la communauté, traite un début de crise sur un avis négatif, puis automatise la planification et une séquence de prospection de revendeurs.
4. Bloc M4 : Camille pilote ses résultats dans un tableau de bord, ajuste ses actions et présente à Hélène un plan d'amélioration continue et de veille.

03 · ARCHITECTURE

Organisation du parcours

Le parcours est construit sur les compétences visées : chaque bloc regroupe les cours qui préparent à son évaluation.

N°	Bloc et cours	Durée
M1 · Diagnostiquer et définir sa stratégie social media		**5 h**
1	Auditer sa présence sociale et son environnement concurrentiel avec l'IA	2 h 30
2	Construire une stratégie, choisir ses plateformes et structurer sa ligne éditoriale	2 h 30
M2 · Créer des contenus avec l'IA de manière responsable		**5 h 30**
3	Générer des contenus textes, images et vidéos engageants avec l'IA	3 h 30
4	Encadrer l'usage de l'IA : données, éthique et réglementation	2 h
M3 · Animer, automatiser et développer son activité		**6 h**
5	Animer sa communauté et cultiver son e-réputation avec l'IA	3 h
6	Automatiser la diffusion, la prospection et les séquences d'engagement	3 h
M4 · Piloter la performance et l'amélioration continue		**4 h 30**
7	Mesurer, analyser et optimiser sa stratégie social media avec l'IA	4 h 30
Total du parcours		**21 h**

Répartition des modalités pédagogiques

Chaque sous-chapitre s'ouvre sur une vidéo de 3 à 5 minutes. La vidéo représente 30 % du volume horaire, complétée par du cours texte enrichi, des infographies, des études de cas, des mises en situation et des QCM.



- Vidéos : 6 h 30
- Cours texte et infographies : 6 h 30
- Études de cas et mises en situation : 5 h
- QCM et évaluations : 3 h

04 · PROGRAMME DÉTAILLÉ

Contenu des cours

M1 · 5 h

Diagnostiquer et définir sa stratégie social media

Cours 1 · Auditer sa présence sociale et son environnement concurrentiel avec l'IA

2 h 30

OBJECTIFS

- Réaliser un diagnostic général de performance des réseaux sociaux d'une marque
- Analyser l'environnement digital et concurrentiel à l'aide d'outils d'IA
- Identifier les leviers prioritaires pour intégrer l'IA dans la gestion des réseaux sociaux

ÉVALUATION FORMATIVE

QCM sur les indicateurs et les outils d'audit, et étude de cas : compléter une grille de diagnostic à partir de données fournies

CONTENUS

- Les composantes d'un audit social media : audience, contenus, engagement, régularité, cohérence de marque
- Les indicateurs de performance de référence par plateforme
- Panorama des outils d'IA d'analyse et d'écoute sociale
- Analyse concurrentielle assistée par l'IA : benchmark, positionnement, pratiques éditoriales
- Comparer les plateformes : positionnement, publics, formats et algorithmes
- Paramétrer une veille automatisée sur le marché et les signaux d'affaires
- Formaliser le diagnostic et les pistes d'intégration de l'IA

Fil rouge · Camille audite les comptes Instagram et Facebook des Ateliers Verdane et ceux de trois marques concurrentes, puis synthétise forces, faiblesses et opportunités d'usage de l'IA dans une note destinée à Hélène.

Cours 2 · Construire une stratégie, choisir ses plateformes et structurer sa ligne éditoriale

2 h 30

OBJECTIFS

- Définir une stratégie réseaux sociaux alignée sur l'activité, la cible et les ressources de la structure
- Créer et paramétrer une page entreprise cohérente avec l'identité visuelle
- Élaborer une stratégie éditoriale et un planning d'actions réaliste

ÉVALUATION FORMATIVE

Mise en situation : rédiger une fiche stratégie et une trame de ligne éditoriale, avec grille d'autoévaluation

CONTENUS

- Objectifs commerciaux, cibles et personas : du diagnostic à la stratégie
- Dimensionner un plan d'action selon le temps et le budget disponibles
- Sélectionner les plateformes cibles selon le public et les pratiques de la concurrence
- Créer et paramétrer une page entreprise : nom, identité visuelle, fonctionnalités, informations clés
- Définir la ligne éditoriale : piliers de contenus, ton, formats, fréquence
- Positionner son activité dans une stratégie de marketing de contenus
- Bâtir un planning éditorial et organiser la régularité de publication

Fil rouge · Camille propose à Hélène une stratégie sur trois plateformes, crée la page LinkedIn de l'entreprise pour cibler les revendeurs et construit un planning éditorial tenable en quatre heures par semaine.

M2 · 5 h 30
Créer des contenus avec l'IA de manière responsable

Cours 3 · Générer des contenus textes, images et vidéos engageants avec l'IA

3 h 30

OBJECTIFS

- Rédiger des prompts structurés adaptés à chaque type de contenu et de plateforme
- Produire des publications textes, visuelles et vidéo avec des outils d'IA générative et de design graphique
- Rendre les contenus accessibles et inclusifs

ÉVALUATION FORMATIVE

Exercice pratique : concevoir trois prompts et justifier leurs choix, puis QCM sur les règles d'accessibilité

CONTENUS

- Les familles d'outils d'IA générative : texte, image, vidéo, audio
- Méthode de construction d'un prompt : rôle, contexte, consigne, format, contraintes
- Créer une bibliothèque de prompts alignée sur la ligne éditoriale
- Générer des textes et légendes adaptés aux algorithmes de chaque plateforme
- Créer des visuels et des vidéos courtes avec l'IA et un outil de design graphique
- Accessibilité des contenus : textes alternatifs, sous-titres, contrastes, écriture inclusive
- Relecture, vérification et ajustement humain des contenus générés

Fil rouge · Camille crée une série de publications pour le lancement d'un shampoing solide : carrousel, vidéo courte sous-titrée et légendes adaptées à chaque réseau, à partir de prompts qu'elle documente.

Cours 4 · Encadrer l'usage de l'IA : données, éthique et réglementation

2 h

OBJECTIFS

- Vérifier la conformité des usages de l'IA et des traitements de données au regard du cadre réglementaire
- Appliquer les principes d'éthique et de transparence dans la production de contenus et les automatisations

ÉVALUATION FORMATIVE

Étude de cas : identifier les non-conformités dans un scénario donné et proposer des mesures correctives

CONTENUS

- Le cadre réglementaire : RGPD, IA Act européen, ePrivacy, repères internationaux
- Propriété intellectuelle et droits sur les contenus générés
- Transparence vis-à-vis de la communauté et mention des contenus générés
- Biais, désinformation et règles éthiques des plateformes sociales
- Hygiène des données : consentement, minimisation, durée de conservation, sécurité
- Critères réglementaires, éthiques et environnementaux dans le choix des outils d'IA
- Rédiger une charte d'usage de l'IA pour l'entreprise

Fil rouge · Avant de déployer de nouveaux outils, Camille vérifie leur conformité au RGPD et à l'IA Act, puis rédige pour les Ateliers Verdane une charte d'usage responsable de l'IA validée par Hélène.

M3 · 6 h
Animer, automatiser et développer son activité

Cours 5 · Animer sa communauté et cultiver son e-réputation avec l'IA

3 h

OBJECTIFS

- Générer de l'interactivité en s'appuyant sur l'analyse des tendances et des comportements utilisateurs
- Gérer les avis, commentaires et situations de crise
- Mobiliser la publicité et les influenceurs pour élargir l'audience

ÉVALUATION FORMATIVE

Mise en situation rédactionnelle : répondre à trois commentaires de nature différente, et QCM sur la gestion de crise

CONTENUS

- Analyser les tendances et le comportement des utilisateurs avec l'IA
- Exploiter les recommandations des outils pour stimuler l'engagement
- Formats interactifs : sondages, questions, défis, contenus générés par les utilisateurs
- Répondre aux avis et commentaires avec une assistance IA maîtrisée
- Prévenir et gérer un bad buzz ou une crise d'image
- Sélectionner des e-influenceurs pertinents
- Mettre en place des actions publicitaires simples sur un réseau social

Fil rouge · Un avis négatif sur la tenue d'un savon prend de l'ampleur : Camille analyse les réactions, construit une réponse et un plan de communication, puis lance une campagne d'engagement avec une micro-influenceuse locale.

Cours 6 · Automatiser la diffusion, la prospection et les séquences d'engagement

3 h

OBJECTIFS

- Identifier les tâches marketing et commerciales automatisables et choisir les outils adaptés
- Planifier, diffuser et recycler les contenus de manière automatisée
- Concevoir et réaliser un scénario d'acquisition et d'engagement de prospects

ÉVALUATION FORMATIVE

Exercice pratique : modéliser un scénario d'automatisation sur un schéma fourni, et QCM sur la qualification des données

CONTENUS

- Repérer les tâches récurrentes à fort potentiel d'automatisation
- Planifier et diffuser les publications avec un calendrier assisté par l'IA
- Recycler et décliner les contenus existants
- Structurer, enrichir et qualifier une base de prospects avec l'IA
- Concevoir un scénario d'automatisation : déclencheurs, canaux, contenus, personnalisation
- Connecter les outils et paramétrer envois, relances et nurturing
- Générer des opportunités commerciales via sa communauté en respectant les algorithmes

Fil rouge · Camille automatise la planification mensuelle des publications, qualifie une liste de boutiques bio repérées sur LinkedIn et paramètre une séquence de prise de contact pour recruter de nouveaux revendeurs.

M4 · 4 h 30

Piloter la performance et l'amélioration continue

Cours 7 · Mesurer, analyser et optimiser sa stratégie social media avec l'IA

4 h 30

OBJECTIFS

- Construire un tableau de bord d'indicateurs et interpréter les résultats avec l'aide de l'IA
- Évaluer les performances des contenus et des actions automatisées
- Organiser une veille active sur l'IA et formaliser un plan d'amélioration continue

ÉVALUATION FORMATIVE

Étude de cas finale : analyser un tableau de bord et rédiger des recommandations, puis QCM de synthèse sur l'ensemble du parcours

CONTENUS

- Choisir ses indicateurs : portée, engagement, trafic, conversion, taux d'ouverture et de clics
- Exploiter les données fournies par les plateformes
- Visualiser et interpréter les données avec des outils d'IA
- Évaluer les campagnes publicitaires et les séquences automatisées
- Ajuster la stratégie : tests, itérations, priorisation des actions
- Organiser une veille active sur les outils et les usages de l'IA
- Formaliser un plan d'amélioration continue et de productivité
- Synthèse du parcours et préparation aux épreuves de certification

Fil rouge · Après trois mois, Camille analyse son tableau de bord, identifie les contenus et séquences les plus performants et présente à Hélène un plan d'ajustement accompagné d'un dispositif de veille.

05 · CONFORMITÉ AU RÉFÉRENTIEL

Couverture des compétences

Correspondance entre les compétences visées et les cours du parcours.

Compétence	Bloc	Cours
RS7064 C1 : Auditer la gestion des réseaux sociaux d'une marque (diagnostic de performance)	M1	1
RS7064 C2 : Générer des contenus textes, images et vidéos avec l'IA et des prompts	M2	3
RS7064 C3 : Générer de l'interactivité grâce à l'IA (tendances, comportements, recommandations)	M3	5
RS7064 C4 : Planifier, diffuser et automatiser les contenus avec l'IA	M3	6
RS7064 C5 : Piloter l'amélioration continue (indicateurs et veille IA)	M4	7
RS7200 C1 : Définir une stratégie réseaux sociaux adaptée aux ressources de la TPE	M1	2
RS7200 C2 : Sélectionner les plateformes de réseaux sociaux cibles	M1	1, 2
RS7200 C3 : Créer et paramétrer une page entreprise sur les réseaux choisis	M1	2
RS7200 C4 : Élaborer une stratégie éditoriale et un planning d'actions	M1, M3	2, 6
RS7200 C5 : Créer des contenus engageants et accessibles avec l'IA générative et le design graphique	M2	3
RS7200 C6 : Cultiver l'e-réputation (publicité, avis, crises, influenceurs, données)	M3, M4	5, 7
RS7439 C1 : Analyser son environnement digital et concurrentiel à l'aide de l'IA	M1	1, 2
RS7439 C2 : Produire des contenus engageants et inclusifs en respectant l'éthique et les algorithmes	M2	3, 4
RS7439 C3 : Garantir le respect des normes de protection des données et d'éthique	M2	4
RS7439 C4 : Animer sa communauté à l'aide de l'IA (calendrier, recyclage, interaction)	M3	5, 6
RS7439 C5 : Mettre en place une stratégie d'acquisition de prospects via sa communauté	M3	6
RS7439 C6 : Piloter l'amélioration continue de sa stratégie de contenus avec l'IA	M4	7
RS7523 C1 : Identifier les tâches marketing ou commerciales automatisables et les outils d'IA adaptés	M2, M3	4, 6
RS7523 C2 : Réaliser une veille marché, clients ou signaux d'affaires avec un outil d'IA paramétré	M1, M4	1, 7
RS7523 C3 : Structurer, enrichir et qualifier une base de données clients ou prospects avec l'IA	M3	6
RS7523 C4 : Concevoir un scénario d'automatisation d'une action commerciale ou marketing	M3	6
RS7523 C5 : Réaliser une séquence automatisée d'engagement client ou prospect	M3	6
RS7523 C6 : Évaluer les performances des actions automatisées	M4	7
RS7523 C7 : Garantir la conformité des actions automatisées (RGPD, IA Act, ePrivacy)	M2	4

Évaluations formatives

Chaque cours intègre des évaluations formatives réparties au fil des sous-chapitres : QCM de vérification des acquis après les vidéos et les contenus clés, études de cas, exercices pratiques de rédaction de prompts, de modélisation de scénarios ou d'analyse de données, et mises en situation dans le fil rouge des Ateliers Verdane. Les corrections commentées permettent à l'apprenant de se situer et de revenir sur les notions non maîtrisées. Le cours 7 se conclut par une étude de cas finale et un QCM de synthèse qui mobilisent l'ensemble des compétences du parcours. Les résultats sont consultables par l'organisme de formation pour assurer le suivi pédagogique de ses stagiaires.

Modalités de certification

Bloc	Modalité d'évaluation
RS7064	Modalités d'évaluation définies par le certificateur WEB ASSOCIATION BERGERAC, non précisées dans les données transmises : l'organisme de formation doit les consulter sur la fiche France Compétences en vigueur (validité jusqu'au 28/02/2027).
RS7200	Modalités d'évaluation définies par le certificateur CREACTIFS, non précisées dans les données transmises : l'organisme de formation doit les consulter sur la fiche France Compétences en vigueur (validité jusqu'au 25/06/2028).
RS7439	Modalités d'évaluation définies par le certificateur ONLINE SALES SUCCESS, non précisées dans les données transmises : l'organisme de formation doit les consulter sur la fiche France Compétences en vigueur (validité jusqu'au 18/12/2027). L'admission repose sur un test de connaissances (10/20 minimum) et la vérification de l'expérience sur les réseaux sociaux.
RS7523	Modalités d'évaluation définies par les certificateurs ADE HOLDING et VISIPLUS, non précisées dans les données transmises : l'organisme de formation doit les consulter sur la fiche France Compétences en vigueur (validité jusqu'au 27/02/2029). La candidature est soumise à la procédure d'admission définie par le certificateur.

Le parcours reprend l'intégralité des capacités attestées des quatre certifications, comme le montre la matrice de couverture. Les mises en situation du fil rouge reproduisent des situations professionnelles réalistes (audit, stratégie, production de contenus, gestion de crise, automatisation, pilotage) que l'apprenant pourra transposer à sa propre structure pour constituer les livrables ou préparer les épreuves attendues par le certificateur. Les exercices produisent des éléments réutilisables : grille de diagnostic, fiche stratégie, bibliothèque de prompts, charte d'usage de l'IA, scénario d'automatisation, tableau de bord. SFM fournit le contenu pédagogique ; l'organisme de formation reste responsable de l'inscription des candidats, de l'organisation des épreuves en lien avec le certificateur et de la vérification des modalités en vigueur.

06 · MOYENS ET PERSPECTIVES

Moyens pédagogiques et débouchés

Moyens pédagogiques et techniques

- Plateforme e-learning accessible 24 h/24 en marque blanche, compatible ordinateur, tablette et mobile
- Une vidéo de 3 à 5 minutes par sous-chapitre, représentant 30 % du volume horaire
- Cours textes enrichis, infographies et fiches pratiques téléchargeables
- Études de cas et mises en situation fondées sur le fil rouge des Ateliers Verdane
- Bibliothèque de modèles réutilisables : grille d'audit, trame de stratégie éditoriale, modèles de prompts, charte d'usage de l'IA, modèle de tableau de bord
- QCM et exercices pratiques avec corrections commentées
- Suivi de progression et des résultats consultable par l'organisme de formation

Débouchés et évolutions

- Community manager ou social media manager
- Chargé de communication digitale
- Chargé de marketing de contenus
- Responsable marketing ou communication en TPE
- Dirigeant ou indépendant gérant en autonomie sa communication sur les réseaux sociaux
- Consultant en stratégie social media et automatisation marketing

Accessibilité

Contenus sous-titrés en français, contrastes conformes WCAG AA, navigation au clavier sur les écrans interactifs. L'organisme de formation qui diffuse le parcours adapte les modalités d'accompagnement aux personnes en situation de handicap avec son référent handicap.

Livrables fournis à l'organisme de formation

- Package SCORM 1.2 / 2004 et xAPI, compatible avec les principaux LMS
- Sources éditables des cours, scripts vidéo et banques de QCM
- Livret apprenant et grilles d'évaluation
- Licence marque blanche à vie, stagiaires illimités, maintenance 24 mois

School For Mate
On crée vos formations, vous n'avez plus qu'à les diffuser.
contact@schoolformate.com · catalogue-2026-sfm.netlify.app

La délivrance de la certification relève exclusivement du certificateur et de l'organisme de formation habilité. Document non contractuel, susceptible d'évoluer avec le référentiel.