

Programme de formation : Intégrer l'intelligence artificielle dans la gestion des réseaux sociaux

Public cible : Cette certification s'adresse aux dirigeant•e•s d'entreprises, ainsi qu'aux collaborateurs et collaboratrices en charge de la communication, du marketing et du développement commercial.

Cette certification les amène à développer les compétences nécessaires pour sélectionner, intégrer et recourir à des outils qui utilisent l'intelligence artificielle dans la gestion quotidienne de leurs réseaux sociaux. L'objectif est ainsi de permettre aux ressources humaines des entreprises de rendre efficiente les actions menées pour développer leur communication sur les réseaux sociaux.

Prérequis :

- Avoir l'habitude de travailler quotidiennement avec l'outil informatique (recherche internet, e-mail, traitement de texte, paiement en ligne...)
- Avoir une activité professionnelle régulière sur les réseaux sociaux depuis au moins 1 an

Modalités et délais d'accès :

- Formation accessible toute l'année, entrées et sorties permanentes avec positionnement initial
- Cours particuliers
- E-Learning : Pour toute demande d'assistance liée au module e-learning, merci de nous contacter par e-mail à contact@mymusicads.fr. Une réponse vous sera apportée sous 48 heures ouvrées. Si nécessaire, une visioconférence pourra être organisée via Google Meet pour un accompagnement personnalisé.
- Délai variable selon les financements. Pour les formations financées par le CPF, il devra s'écouler au mois 14 jours entre la date de confirmation de commande de la formation et son démarrage effectif (délai légal de rétractation).

Durée : 70 heures

Modalité : mixte (présentiel et distanciel)

Tarif : 5000 €

Objectifs :

- 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

1. Auditer la gestion des réseaux sociaux d'une marque en réalisant un diagnostic général de performance afin de préparer de manière efficace l'intégration des outils liés à l'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 des outils de benchmarking pour comparer les performances sociales de la marque par rapport à ses concurrents directs et indirects.
- Mettre en place un audit de la performance des publicités payantes pour identifier les points d'amélioration via l'intégration de l'IA
- Créer des objectifs d'audit clairs et mesurables pour suivre l'évolution post-audit

2. Utiliser l'IA générative pour générer des contenus textuels, visuels et vidéos adaptés aux réseaux sociaux d'une marque ou entreprise

- Sélectionner et paramétrer des outils intégrant l'intelligence artificielle qui permettent de générer des contenus (textes, visuels, vidéos,...) pour les réseaux sociaux (ex : Chat GPT, Mention, Canva, Midjourney, Voiceflow, Heygen, Synthesia ou équivalent)
- Rédiger des prompts optimisés pour les IA génératives (prompt engineering) pour obtenir des réponses adaptées aux besoins
- Réaliser des itérations pour améliorer les prompts générés par l'IA
- Créer des visuels sur les IA génératives d'images qui correspondent aux besoins de la marque pour ses publications
- Créer des vidéos sur les IA génératives de vidéos qui correspondent aux besoins de la marque pour ses publications
- Ajouter des interactions vocales avec l'IA 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.
- Mettre en place un système de feedback pour améliorer les prompts générés par l'IA en temps réel
- Créer un processus de validation pour les visuels générés par IA, afin de garantir leur cohérence avec la ligne éditoriale
- Apprendre à ajuster les prompts en fonction des retours d'analyse de l'engagement sur les contenus déjà publiés
- Explorer l'utilisation de l'IA pour créer des expériences interactives (par exemple, générer du contenu basé sur les préférences des utilisateurs ou un engagement antérieur)

- Travailler sur la création de séries de contenu cohérentes en générant plusieurs types de contenu (texte, visuel, vidéo) autour d'une même campagne à l'aide de l'IA

3. Utiliser l'IA pour favoriser l'engagement et l'interaction sur les réseaux sociaux

- Sélectionner et paramétrer des outils intégrant l'intelligence artificielle qui permettent de favoriser l'interaction sur les réseaux sociaux (ex : Sprout Social, Metricool, Buffer, Sprinklr ou équivalent)
- Utiliser les insights fournis par l'IA 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 les outils d'IA pour automatiser les interactions avec la communauté (réponses automatiques, chatbots)
- Mettre en place des stratégies d'engagement gamifiées en utilisant des outils IA pour lancer des concours ou des défis interactifs (par exemple, défis de contenu généré par les utilisateurs)
- Analyser les tendances comportementales des abonnés et adapter le ton des réponses IA en fonction de ces données
- Automatiser les réponses aux commentaires de manière proactive, en créant des scénarios de réponses basés sur les émotions détectées dans les commentaires

4. Utiliser l'IA 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 (ex : Sprout Social, Metricool, Buffer, Sprinklr ou équivalent)
- Utiliser les fonctionnalités de calendrier intégrées à la solution IA 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

5. Utiliser l'IA pour créer des workflows automatisés (tâches automatisées telles que réponse à un commentaire, envoi d'un e-mail...etc)

- 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 une solution IA d'automatisation (Make, Airtable ou équivalent)
- 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

6. 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

7. Optimisation avancée de la gestion des réseaux sociaux avec l'IA

- Utilisation de l'IA pour la personnalisation avancée de l'expérience utilisateur : apprendre à segmenter et personnaliser les contenus en fonction des comportements de l'audience.
- Création de stratégies d'engagement automatisées : utiliser l'IA pour optimiser les interactions en fonction des réactions des utilisateurs (ex : automatisation des réponses personnalisées via chatbot IA).
- Analyse prédictive avec l'IA : comment les outils d'IA peuvent prévoir les tendances et aider à ajuster la stratégie de contenu avant même que les utilisateurs n'interagissent.
- Exploitation des données comportementales pour l'optimisation des campagnes publicitaires : analyser les actions de l'audience pour mieux cibler les publicités.
- Études de cas pratiques : comment l'IA permet de maximiser les KPIs des réseaux sociaux en agissant sur les données comportementales des utilisateurs.

Modalités d'évaluation :

Lors de l'évaluation, le candidat présente un cas pratique de gestion des réseaux sociaux d'une entreprise grâce à l'intégration et l'utilisation d'outils dotés d'intelligence artificielle. Le candidat présente son travail sous la forme d'un dossier, comprenant :

- l'analyse de la gestion des réseaux sociaux d'une marque
- la génération de contenu (image, texte, vidéo) avec l'IA générative
- la génération d'interactivité sur les réseaux sociaux avec l'IA
- la gestion de campagnes de communication avec des outils intégrant l'IA
- le pilotage de l'amélioration continue

L'ensemble du dossier répond aux objectifs et besoins stratégiques d'une marque dans la

gestion quotidienne des réseaux sociaux. Lors de sa présentation orale, le candidat s'appuie sur un support de type PowerPoint lui permettant d'exposer et justifier ses différentes phases de travail pour arriver au résultat final.

Toutes les compétences du présent référentiel doivent être acquises pour obtenir la certification.

Conditions de réalisation :

Entre la préparation de la certification et l'évaluation, le candidat dispose de minimum 2 semaines pour organiser sa soutenance. Ce temps de préparation préalable permet au candidat de remplir tous les critères d'évaluation nécessaires à l'obtention de la certification. Le jour de l'évaluation, le candidat a à sa disposition, une connexion internet, un ordinateur, un vidéo-projecteur. La durée de sa soutenance est de 30 minutes. À la suite de cette présentation, des questions complémentaires sont posées au candidat pendant 10 minutes.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap : Aménagement possible sur demande via le référent handicap.

Pour toute demande d'information :

contact@mymusicads.fr