





Programme de la formation

Industrialiser sa production de contenus avec l'IA

-  En groupe sur site
-  7 heures sur 1 jour(s)
-  Salarié en poste, Indépendant et dirigeant, Bénévole · De 4 à 8 participants
-  534 € Net de taxe par participant

Description courte

Les créateurs d'entreprise et porteurs de projets peinent à publier régulièrement sur LinkedIn, manquent d'idées et ne savent pas comment générer des interactions. Cette formation leur donne les clés pour **automatiser leur production de contenu**, **optimiser leur visibilité organique** et **créer des posts engageants** grâce à l'IA.

Profil des participants

- **Créateurs d'entreprise** et porteurs de projets.
- **Responsables communication** ou chargés de communication en TPE/PME.
- **Freelances** et consultants souhaitant promouvoir leur activité.
- **Toute personne** en charge de la communication digitale (pas de prérequis technique).

Prérequis

Disposer d'un ordinateur et d'un accès à internet.
Disposer d'un compte Notion gratuit.
Disposer d'un compte ChatGPT gratuit.
Disposer d'un compte Claude AI gratuit.

Objectifs

Analyser les leviers d'engagement sur LinkedIn pour adapter sa stratégie.
Créer un calendrier éditorial personnalisé et des posts variés à partir d'un sujet.
Appliquer des outils IA (Claude, ChatGPT) pour rédiger et optimiser des contenus.
Évaluer l'impact de ses publications et ajuster sa stratégie.

Aptitudes et compétences visées / attestées**1. Compétences cognitives (Savoirs et savoir-faire)**

Niveau 1 : Mémoriser

- **Retenir** les principes de base de l'algorithme LinkedIn (ex : critères de visibilité, types de contenus priorisés).
- **Connaître** les metrics clés (taux d'engagement, vues, partages, commentaires) et leur signification.
- **Identifier** les outils IA utiles pour la production de contenu (Claude, ChatGPT LinkedIn Copywriter, Buffer, Hootsuite).

Niveau 2 : Comprendre

- **Expliquer** le fonctionnement de l'algorithme LinkedIn et son impact sur la visibilité des posts.
- **Interpréter** les données analytiques de LinkedIn pour évaluer la performance d'un post.
- **Distinguer** les différents formats de contenu (post texte, image, vidéo, carousel) et leurs usages.

Niveau 3 : Appliquer

- **Utiliser** un template de calendrier éditorial pour planifier ses publications.
- **Rédiger** des posts en appliquant les règles du storytelling (accroche, développement, call-to-action).
- **Appliquer** des prompts efficaces pour générer du contenu avec l'IA (Claude, ChatGPT).
- **Programmer** des posts sur LinkedIn ou via des outils tiers (Buffer, Hootsuite).

Niveau 4 : Analyser

- **Analyser** les performances d'un post à partir des metrics LinkedIn.
- **Comparer** l'efficacité de différents formats ou angles de contenu pour un même sujet.
- **Décomposer** un sujet en sous-thèmes pour en tirer 20 variantes de posts.

Niveau 5 : Évaluer

- **Évaluer** la pertinence d'un post en fonction de son taux d'engagement et de son alignement avec les objectifs.
- **Critiquer** ses propres publications pour identifier les axes d'amélioration.
- **Justifier** le choix d'un format ou d'un angle de contenu en fonction des données.

Niveau 6 : Créer

- **Concevoir** un calendrier éditorial personnalisé et cohérent avec sa stratégie.
- **Innover** en déclinant un sujet sous 20 angles différents (tutoriels, témoignages, questions, etc.).
- **Optimiser** des posts existants pour maximiser leur impact (ton, structure, visuels).

2. Compétences affectives (Savoir-être)

- **Développer une posture proactive** dans la production de contenu (régularité, curiosité).
- **Adopter une démarche d'amélioration continue** en ajustant sa stratégie en fonction des retours.
- **Gérer son temps** efficacement pour publier régulièrement sans surcharge.
- **Cultiver l'empathie** pour créer des contenus qui résonnent avec son audience.

3. Compétences psychomotrices (Savoir-faire pratiques)

- **Maîtriser les outils numériques :**
 - Naviguer dans l'interface LinkedIn (création, programmation, analytics).
 - Utiliser des outils d'IA (Claude, ChatGPT) pour rédiger et optimiser des posts.
 - Manipuler des templates (Google Sheets/Excel) pour organiser son calendrier éditorial.
- **Automatiser des tâches** répétitives (génération de variantes, programmation).

4. Compétences transversales (Soft skills)

- **Autonomie :** Être capable de produire du contenu sans dépendre d'un expert.
- **Créativité :** Trouver des angles originaux pour décliner un sujet.
- **Esprit critique :** Sélectionner les idées et outils les plus adaptés à ses objectifs.
- **Collaboration :** Échanger des feedbacks constructifs avec ses pairs (en atelier ou en groupe).

5. Compétences professionnelles spécifiques

- **Stratégie de contenu :**
 - Aligner sa production de contenu avec ses objectifs business (notoriété, lead generation, networking).
 - Adapter son ton et son style à son public cible.
- **Gestion de projet :**
 - Planifier et organiser sa production de contenu sur le moyen terme.
 - Prioriser les sujets en fonction de leur potentiel d'engagement.
- **Communication digitale :**
 - Rédiger des messages clairs, engageants et adaptés à LinkedIn.
 - Interagir avec son audience (répondre aux commentaires, relancer les conversations).

Contenu

Programme détaillé

1. Introduction (15 min)

- Tour de table : présentation des participants, leurs défis, leurs attentes.
- Présentation des objectifs de la formation et du déroulé.

2. Théorie : Les clés pour performer sur LinkedIn (2h)

A. Comprendre l'algorithme LinkedIn (30 min)

- Comment LinkedIn classe les posts : engagement, pertinence, régularité.
- Les types de contenus qui marchent en 2025 : formats, longueurs, tonalités.
- Les erreurs à éviter (autopromotion, contenu trop générique, etc.).

B. Les metrics à suivre (30 min)

- Taux d'engagement, vues, partages, commentaires : que mesurer et pourquoi ?
- Outils gratuits pour suivre ses performances (LinkedIn Analytics, outils externes).

-
- Comment ajuster sa stratégie en fonction des données.

C. Les règles du storytelling efficace (30 min)

- Structure d'un post à impact : accroche, développement, call-to-action.
- Exemples concrets de posts viraux : analyse et décryptage.
- L'art de susciter des commentaires et des mises en relation.

D. Les bonnes pratiques pour générer des interactions (30 min)

- Comment poser des questions qui engagent ?
 - Techniques pour relancer les conversations en commentaires.
 - L'importance des réponses et des interactions avec son réseau.
-

3. Pratique : Industrialiser sa production de contenus (5h)

A. Prise en main du template calendrier éditorial (1h)

- Présentation du template (partagé en amont ou pendant la formation).
- Comment l'adapter à son secteur et à ses objectifs ?
- Exercice : chaque participant remplit une première version de son calendrier avec ses idées de sujets.

B. Dupliquer 1 post en 20 posts (1h30)

- Méthode pour décliner un sujet sous différents angles (ex : tutoriel, témoignage, question, infographie, etc.).
- Exercice pratique : à partir d'un post exemple, chaque participant génère 5 variantes.
- Feedback collectif et optimisation.

C. Remplir son calendrier éditorial (1h)

- Brainstorming guidé pour trouver des idées de contenus (outils comme AnswerThePublic, Google Trends, etc.).
- Organisation des idées dans le calendrier : fréquence, thèmes récurrents, équilibre entre formats.
- Astuces pour anticiper les dates clés (événements sectoriels, actualités, etc.).

D. Rédaction des posts avec l'IA (1h30)

- Présentation de Claude : comment formuler des prompts efficaces pour générer des posts ?
- Exercice : chaque participant rédige 3 posts avec Claude, puis les optimise.
- Utilisation de l'agent ChatGPT LinkedIn Copywriter : personnalisation des posts, ton, style.
- Feedback et ajustements en groupe.

E. Programmation des posts (1h)

- Outils de programmation (LinkedIn native, Buffer, Hootsuite, etc.).
- Bonnes pratiques pour programmer : heures optimales, fréquence, mix de contenus.

- Exercice : chaque participant programme ses 3 premiers posts.

4. Conclusion et prochaines étapes (15 min)

- Récapitulatif des outils et méthodes vus pendant la formation.
- Ressources supplémentaires (checklists, templates, outils IA).
- Temps d'échange : questions/réponses, partage d'expériences.

Pédagogie et organisation

1. Ressources Pédagogiques

Supports théoriques :

- **Slides interactifs** : Concepts clés (algorithme LinkedIn, metrics, storytelling) + exemples visuels de posts performants.
- **Fiches mémo** :
 - "10 règles pour un post engageant" (PDF).
 - "Guide des metrics LinkedIn" (taux d'engagement, bonnes pratiques).
- **Templates prêts à l'emploi** :
 - Calendrier éditorial (Notion) avec exemples.
 - Agent ChatGPT réutilisable.
 - Modèles de prompts pour Claude/ChatGPT.

Supports pratiques :

- **Exercices guidés** :
 - Réécriture d'accroches, analyse de posts viraux.
 - Cas pratique : "Optimisez ce post" (travail en binômes).
- **Quiz interactifs** (Kahoot) pour valider les acquis après chaque module.
- **Études de cas** : 3 posts analysés (pourquoi ils marchent ?).

Livret participant :

- Résumés, espaces pour notes, checklists (ex : "Ma routine de publication").

2. Ressources Techniques

Matériel :

- **Formateur** : Ordinateur + vidéoprojecteur (ou partage d'écran en distanciel), paperboard.
- **Participants** : Ordinateur portable + comptes LinkedIn/Claude/ChatGPT créés en amont.

Logiciels/Outils :

- **Création** : Claude, ChatGPT, Canva (visuels).
- **Programmation** : LinkedIn Scheduler, Buffer/Hootsuite (versions gratuites).
- **Évaluation** : Kahoot (quiz), Google Forms (questionnaires).

Accès en ligne :

- Lien vers un dossier partagé (Google Drive) avec tous les supports.

3. Ressources d'Encadrement

Avant la formation :

- **Questionnaire pré-formation** (Google Forms) :
 - Niveau des participants, attentes, défis.
 - Exemple : "Quelle est votre fréquence de publication ?".

Pendant la formation :

- **Feedback individualisé** : Temps dédié après chaque atelier.
- **Grilles d'observation** pour évaluer les exercices (ex : pertinence des posts générés).

Logistique :

- Salle en U (présentiel) ou Zoom/Teams (distanciel) avec salles de sous-groupes.
- Badges, feuilles de présence, stylos/bloc-notes.

Points clés :

- **Prêt à l'emploi** : Tous les outils sont fournis (templates, prompts, checklists).
- **Flexible** : Adaptable en présentiel/distanciel.
- **Autonome** : Les participants repartent avec des ressources réutilisables.

Positionnement et Modalités d'évaluation des acquis

- Questionnaire de positionnement en amont
- Quizz au cours de la formation
- Grille d'observation
- Evaluation sommative en fin de formation
- Evaluation à froid après la formation

Mode de validation

Attestation de fin de formation

Financements possibles

OPCO

Modalités et délai d'accès

Durée, Dates et horaires de la formation : 2 jours

Effectif (minimum et maximum) : 2 à 6

Lieu de la formation et accès: Dans les locaux de l'entreprise ou à défaut dans un lieu préalablement défini

Plateforme visioconférence Elearning et accès : Zoom, création d'un lien pour la session.

Conditions d'accueil : Accès aux locaux de 9h à 18h30

Modalités d'inscription et délais d'accès : Minimum 10 jours en avance.

Référent handicap

PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP : (*mise en place de compensation...*)

Contact : Référent handicap 02 51 84 95 55 / 06 28 70 45 28 / nadiahadjeri@cadresenmission.com

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Mise en place de compensation.

Choix prioritaire d'un lieu accessible pour la formation.

Intervenant

- François-Xavier Priou, Master 2 management de la communication
- 10 ans d'expérience en marketing digital auprès de PME et grands comptes
- Construction et mise en place de stratégies de contenus
- Construction et mise en oeuvre d'assistants IA