

# Le recrutement sur Facebook LinkedIn Tiktok et autres réseaux sociaux populaires

1 à 3 jours  
7 à 21 heures

## Objectifs pédagogiques :

Comprendre la place des réseaux sociaux dans son domaine d'activité

Être en capacité de choisir les réseaux à utiliser en fonction de ses besoins

Savoir adapter sa communication et ses contenus à chaque canal

Optimiser ses présences et activités sur les canaux ciblés

Découvrir l'usage des IA génératives dans ses actions de recrutement sur les réseaux sociaux

Toute personne en charge du recrutement

Prérequis : Aucun.

### Modalités techniques et pédagogiques de la formation

↳ Formation à distance en visio (classe virtuelle) avec l'outil ZOOM

↳ Une assistance technique et pédagogique du bénéficiaire

Gilles GURY / ggury@managir.com / 0640193050 pour la partie technique

Consultant formateur Man'Agir pour la partie pédagogique

↳ Évaluation de la formation : Validation séquentielle des acquis et évaluation finale

Groupe de 4 à 8 participants

Profil des formateurs consultable sur [www.managir.com](http://www.managir.com)

### Introduction, présentation des objectifs de la formation et attentes des participants

#### Atelier 1. Définition du périmètre des réseaux sociaux

A – Historique des réseaux sociaux

B – Les outils disponibles au grand public en 2024\*

C – Le vocabulaire indispensable

**Modalités pédagogiques : Exercice / jeu : Entre vocabulaire, définitions et concepts, mise en ordre et validation des connaissances**

#### Atelier 2. Panorama des réseaux sociaux

A – Étude des différents réseaux et des populations ciblées

B – Tour d'horizon des actions de recrutement envisageables sur chaque réseau

C – Aide au choix et à la sélection en fonction de ses attentes et besoins

**Modalités pédagogiques : Exercice / travail de groupe : Construction d'une grille comparative des réseaux sociaux pour le recrutement**

#### Atelier 3. Visibilité et présences sur les réseaux en tant qu'acteur du recrutement

A – Approche de la notion d'algorithmes et de leurs conséquences

B – Les minima et maxima envisageables sur chaque réseau

C – Optimisation et harmonisation de ses présences

**Modalités pédagogiques : Exercice / travail en sous-groupe : Création des check list des axes d'amélioration de sa présence sur chaque canal**

#### Atelier 4. Adaptation de son écriture et de ses images aux réseaux sociaux

A – Comprendre l'art de l'accroche

B – Écrire pour le web, techniques et méthodologie

C – Choisir et adapter ses visuels

**Modalités pédagogiques : Exercice / exercice de groupe et individuel : Produire des accroches attractives, construire des visuels qui retiennent l'attention**

#### Atelier 5. Focus Facebook

A – Fonctionnement général, activités et populations présentes

B – Identification des actions clés

C – Choix de ses activités en tant que recruteur

**Modalités pédagogiques : Exercice / travail collectif : Comment produire davantage de contenus tout en optimisant son temps de création**

#### Atelier 6. Focus LinkedIn

A – Particularités de la plateforme et de son mode de fonctionnement

B – Importance du profil individuel de chaque professionnel

C – Optimiser ses recherches de profils, trucs et astuces

**Modalités pédagogiques : Exercice / travail individuel et collectif : Création d'un profil optimal et recherches de profils**

### Atelier 7. Focus Instagram et/ou Tiktok et/ou TwitterX

A – Comprendre les mécanismes addictifs des outils et pouvoir en profiter  
B – Définir comment y être présent et y agir  
C – Savoir repérer les relais importants, les influenceurs pour son activité

**Modalités pédagogiques : Exercice / jeu :  
Correspondance entre contenus et actions autour de sujets donnés/montrés**

### Atelier 8. Construction de ligne éditoriale

A – Identifier ses axes de communication  
B – Organiser ses sources d'informations  
C – Distribuer ses actions de façon harmonieuse et construite sur chaque canal

**Modalités pédagogiques : Exercice / travail de groupe :  
Élaboration d'un calendrier pour 1 mois de publications**

### Atelier 9. Aide de chatGPT\*\* ou une autre IA dite générative pour ses activités sur les réseaux

A – Les capacités et les limites de l'outil  
B – Les erreurs fréquentes à éviter  
C – Création de scénario/commande (prompt)

**Modalités pédagogiques : Exercice / mise en pratique :  
Relancer sa création en termes de contenus et sujets et faire des publications attractives**

### Conclusion et fixation d'objectifs

*\*Tout au long des ateliers différents outils pratiques et applications seront présentés et utilisés en fonction des besoins, le focus étant toujours fait sur des outils gratuits ou « freemium » (disposant d'une partie utile gratuite)*

*\*\*Pour cette formation les exemples seront sur la version GRATUITE de l'IA chatGPT et/ou Bard  
Il est recommandé aux stagiaires d'avoir au préalable DÉJÀ créé un compte*

Evaluation des compétences en début et en fin de formation. Mesure de satisfaction en fin de session. Mesure de satisfaction du donneur d'ordre à  $\pm 8$  jours, évaluation par « Avis Vérifiés » à  $\pm 1$  mois, mesure de satisfaction et d'impact à  $\pm 3$  mois. Possibilité de questionnaire complémentaire par mail pendant 30 jours

**INFORMATIONS ET INSCRIPTIONS**  
**01 45 23 22 22 ou [ggury@managir.com](mailto:ggury@managir.com)**

Version0124