Stratégie de marketing digital sur Instagram

Non-certifiante | Formation continue

Réf. : 26206606F — Mise à jour : 12 mai 2026

Organisme responsable : **SENZA**

Présentation de la formation

Objectifs

- Positionner une offre sur son marché en lien avec Instagram
- Concevoir une stratégie de communication digitale adaptée intégrant Instagram
- Élaborer un planning de diffusion digitale orienté Instagram
- Créer des contenus visuels et vidéo conformes, engageants et adaptés à Instagram
- Analyser les performances des actions Instagram
- Gérer la réputation en ligne sur Instagram

Programme

1 - Positionner son offre sur Instagram

- Analyser les caractéristiques et avantages de l'offre
- Identifier l'audience cible et ses usages Instagram
- Analyser concurrents et comptes influents
- Réaliser une analyse SWOT
- Définir un positionnement différenciant
- Atelier : analyse complète

2 - Concevoir une stratégie digitale

- Définir des objectifs : visibilité, audience, conversion
- Identifier les formats : Reels, stories, carrousels, lives
- Construire des messages adaptés à la cible
- Définir une ligne éditoriale cohérente
- Intégrer Instagram dans une stratégie multicanale
- Prendre en compte ressources, contraintes et cadre légal
- Atelier : stratégie digitale

3 - Planifier la diffusion

- Choisir Instagram comme canal principal
- Identifier les formats performants
- Définir des piliers : éducation, inspiration, conversion
- Fixer une fréquence de publication
- Construire un calendrier éditorial
- Planifier avec des outils adaptés
- Atelier : planning éditorial

4 - Produire des contenus

- Créer visuels : images, carrousels, vidéos
- Structurer : hook, storytelling, valeur, appel à l'action

- Tourner et monter avec smartphone et outils natifs
- Optimiser hashtags, légendes, visuels et timing
- Respecter accessibilité, inclusivité et réglementation
- Développer une identité visuelle cohérente
- Atelier : création de contenus

5 - Analyser les performances

- Identifier les KPI : portée, engagement, clics, abonnés
- Utiliser les outils d'analyse Instagram
- Analyser les performances
- Identifier les contenus efficaces
- Ajuster la stratégie
- Mettre en place une amélioration continue
- Atelier : analyse

6 - Gérer la réputation

- Mettre en place une veille des interactions
- Analyser la perception de la marque
- Gérer messages et commentaires
- Rédiger des réponses professionnelles
- Renforcer l'image de marque
- Gérer les situations sensibles
- Atelier : mise en situation

Certifications préparées et métiers visés

Niveau d'entrée

Sans niveau spécifique

Niveau de sortie

Sans niveau spécifique

Métiers associés

E1101 — Animation de site multimédia

M1705 — Marketing

Dates et lieux de formation

N° session	Modalité	Lieu	Du	Au
2277482S	Mixte	Rennes	15/06/2026	31/12/2026
2277485S	Mixte	Brest	15/06/2026	31/12/2026
2277488S	Mixte	Lorient	15/06/2026	31/12/2026
2277491S	Mixte	Quimper	15/06/2026	31/12/2026

Source : GREF Bretagne #26206606F