

## PROGRAMME DE FORMATION

Nom de la session : Développer son activité commerciale grâce aux réseaux sociaux

MODALITÉS :

DURÉE ET LIEU DE FORMATION

- Durée en heures : 21 heures
- Lieu : En Présentiel

PUBLIC CONCERNÉ

- Dirigeant.es
- Managers
- Salarié.es

PRÉREQUIS

- Aucun

ACCESSIBILITÉ

Accessibilité aux travailleurs en situation de handicap.

EXIGENCES MATÉRIELLES : aucunes

OBJECTIFS

- Définir ses objectifs commerciaux et cadrer une stratégie de présence sur les réseaux sociaux adaptée à son activité, ses cibles et ses ressources.
- Choisir les plateformes sociales pertinentes (LinkedIn, Facebook, Instagram, TikTok, etc.) en fonction de ses objectifs et de sa clientèle.
- Créer et paramétrer un compte entreprise respectant les bonnes pratiques d'optimisation (identité visuelle, présentation, informations clés).
- Élaborer un planning éditorial cohérent, structurant le rythme de publication, les formats et les messages selon sa stratégie.
- Produire des contenus rédactionnels et visuels impactants, adaptés aux formats et codes des réseaux sociaux pour animer et engager sa communauté.
- Concevoir des vidéos promotionnelles adaptées aux réseaux sociaux, intégrant storytelling, sous-titrage et formats optimisés.
- Analyser les performances de ses actions via les indicateurs clés (KPI), ajuster sa stratégie et interagir efficacement avec sa communauté.

COMPETENCES VISEES

- Créer une stratégie de marketing pour les réseaux sociaux
- Maîtriser les usages de différentes plateformes de réseaux sociaux
- Créer des contenus pour les réseaux sociaux
- Mesurer les indicateurs de performance et suivre l'activité

## CONTENU DE LA FORMATION

### Jour 1 : Définir ses objectifs et choisir le bon réseau social

Durée : 7h

#### Matin : Définir ses objectifs commerciaux et cadrer sa stratégie réseaux sociaux

Compétence visée :

Durée : 4h

- Identifier les **objectifs commerciaux** clés (prospection, notoriété, image de marque)
  - Analyser les **caractéristiques de la cible** : âge, localisation, intérêts, comportements
  - Recenser les **ressources mobilisables** (humaines, techniques, budgétaires)
  - **Atelier pratique** : Formalisation d'un plan d'objectifs SMART pour les réseaux sociaux
- 

#### Après-midi : Choisir les bons réseaux sociaux selon sa cible et ses objectifs

Compétence visée :

Durée : 3h

- Panorama des réseaux sociaux : Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, YouTube, X (Twitter), Google My Business
  - Comparer les plateformes : audience, formats, algorithmes, usage
  - **Exercice pratique** : Choisir les plateformes adaptées à sa cible et à ses objectifs, justifier ses choix
- 

### Jour 2 : Créer son compte et définir la stratégie de publication

Durée : 7h

#### Matin : Créer et paramétrer son compte entreprise

Compétence visée :

Durée : 3h

- **Création et paramétrage complet** d'un compte entreprise sur les réseaux choisis
  - Respect de l'**identité visuelle** : logo, couleurs, charte graphique
  - Rédaction des informations clés (présentation de l'entreprise, coordonnées, visuels)
  - **Atelier pratique** : Mise en ligne et optimisation d'un compte entreprise
- 

#### Après-midi : Définir une stratégie de publication et mettre en place un suivi

Compétence visée :

Durée : 4h

- Construire un **planning éditorial** cohérent avec les objectifs et les ressources
  - Définir le **rythme de publication** optimal selon les réseaux et la cible
  - Présentation des outils de suivi : **Trello, Metricool, Hootsuite, Google Analytics**
  - **Atelier pratique** : Élaboration d'un calendrier de publication avec indicateurs de suivi
-

### **Jour 3 : créer des contenus rédactionnels et mesurer les indicateurs**

**Durée : 7h**

#### **Matin : Créer des contenus rédactionnels et visuels impactants**

**Compétence visée :**

**Durée : 4h**

- Rédaction pour les réseaux sociaux : ton, accroches, storytelling, mise en page
- Création de **visuels adaptés** (Canva, Adobe Express) : format, couleurs, typographies
- **Atelier pratique** : Création d'un post complet (texte + visuel) pour animer sa communauté

### **CONTENU DE LA FORMATION**

#### **Jour 1 : Définir ses objectifs et choisir le bon réseau social**

**Durée : 7h**

#### **Matin : Définir ses objectifs commerciaux et cadrer sa stratégie réseaux sociaux**

**Compétence visée :**

**Durée : 4h**

- Identifier les **objectifs commerciaux** clés (prospection, notoriété, image de marque)
- Analyser les **caractéristiques de la cible** : âge, localisation, intérêts, comportements
- Recenser les **ressources mobilisables** (humaines, techniques, budgétaires)
- **Atelier pratique** : Formalisation d'un plan d'objectifs SMART pour les réseaux sociaux

---

#### **Après-midi : Choisir les bons réseaux sociaux selon sa cible et ses objectifs**

**Compétence visée :**

**Durée : 3h**

- Panorama des réseaux sociaux : Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, YouTube, X (Twitter), Google My Business
- Comparer les plateformes : audience, formats, algorithmes, usage
- **Exercice pratique** : Choisir les plateformes adaptées à sa cible et à ses objectifs, justifier ses choix

---

#### **Jour 2 : Créer son compte et définir la stratégie de publication**

**Durée : 7h**

#### **Matin : Créer et paramétrer son compte entreprise**

**Compétence visée :**

**Durée : 3h**

- **Création et paramétrage complet** d'un compte entreprise sur les réseaux choisis
- Respect de l'**identité visuelle** : logo, couleurs, charte graphique
- Rédaction des informations clés (présentation de l'entreprise, coordonnées, visuels)
- **Atelier pratique** : Mise en ligne et optimisation d'un compte entreprise

---

#### **Après-midi : Définir une stratégie de publication et mettre en place un suivi**

**Compétence visée :**

**Durée : 4h**

- Construire un **planning éditorial** cohérent avec les objectifs et les ressources
  - Définir le **rythme de publication** optimal selon les réseaux et la cible
  - Présentation des outils de suivi : **Trello, Metricool, Hootsuite, Google Analytics**
  - **Atelier pratique** : Élaboration d'un calendrier de publication avec indicateurs de suivi
-

### **Jour 3 : créer des contenus rédactionnels et mesurer les indicateurs**

**Durée : 7h**

#### **Matin : Créer des contenus rédactionnels et visuels impactants**

**Compétence visée :**

**Durée : 4h**

- Rédaction pour les réseaux sociaux : ton, accroches, storytelling, mise en page
- Création de **visuels adaptés** (Canva, Adobe Express) : format, couleurs, typographies
- **Atelier pratique** : Création d'un post complet (texte + visuel) pour animer sa communauté
- Principes clés d'une vidéo réussie : **format, storytelling, sous-titrage, durée**
- Outils accessibles pour monter des vidéos : **CapCut, Canva, InShot**
- **Atelier pratique** : Réaliser une courte vidéo promotionnelle en respectant les codes des plateformes

---

#### **Après-midi : Analyser les performances et interagir avec sa communauté**

**Compétence visée :**

**Durée : 3h**

- Identifier les **KPI** pertinents : vues, clics, partages, abonnés, engagement
  - Savoir **analyser les résultats** pour ajuster sa stratégie
  - Techniques de **gestion des interactions** (réponses aux commentaires, gestion de crise)
  - **Atelier pratique** : Lecture et analyse de rapports d'activités réseaux sociaux
-