



Programme de Formation

Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux

Organisation

Début : 18 février 2025

Fin : 05 mars 2025

Durée : 30 heures

Mode d'organisation : Mixte

Contenu pédagogique

Public visé

Profils des stagiaires

Pour les dirigeants de TPE/PME, indépendants et leurs collaborateurs en charge de leur communication marketing devant acquérir des compétences complémentaires en lien avec le développement de l'activité commerciale par les réseaux sociaux, cette formation est l'alliage parfait entre théorie individuelle et pratique.



Objectifs pédagogiques

- Définir une stratégie Social Media pour une activité commerciale
- Construire votre plan de présence sur les réseaux sociaux
- Organiser votre ligne éditoriale et votre planning
- Produire du contenu textuel, graphique ou vidéo
- Analyser l'efficacité de votre stratégie Social Media par rapport à vos objectifs commerciaux.

PASSAGE OBLIGATOIRE DE L'EXAMEN POUR LA CERTIFICATION RS6372



Description

Module 1 : Introduction aux réseaux sociaux et à la stratégie digitale

Objectifs :

- Comprendre l'importance des réseaux sociaux dans le paysage commercial actuel.
- Identifier les différents réseaux sociaux et leurs spécificités.
- Définir les objectifs commerciaux et leur traduction en stratégie sur les réseaux sociaux.
- Comprendre votre avatar client.
- Réaliser un Benchmark concurrentiel.





Contenu :

- Panorama simplifié des réseaux sociaux : Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube.
- Discussion sur les stratégies de succès et d'échec sur les réseaux sociaux.
- Atelier pour définir des objectifs commerciaux alignés sur la stratégie digitale.

Module 2 : Création et optimisation de comptes sur les réseaux sociaux

Objectifs :

- Apprendre à créer un compte entreprise sur diverses plateformes.
- Optimiser les profils pour une visibilité maximale.

Contenu :

- Étapes de création de comptes entreprise sur les plateformes principales.
- Techniques d'optimisation de profil (SEO sur les réseaux sociaux, utilisation des mots-clés, création de bio attrayante).

Module 3 : Contenu percutant pour les réseaux sociaux

Objectifs :

- Concevoir des contenus rédactionnels engageants.
- Créer des visuels et vidéos promotionnelles impactantes.

Contenu :

- Principes de rédaction pour les réseaux sociaux.
- Introduction rapide à l'utilisation de Canva et CapCut pour la création de visuels et vidéos.

Module 4 : Stratégie de publication et engagement

Objectifs :

- Définir un calendrier éditorial (rythme, format...).
- Engager la communauté et gérer les interactions.

Contenu :

- Planification des publications : Conseils pratiques.
- Techniques d'engagement : Méthodes pour stimuler l'interaction.

Module 5 : Optimisation de la présence sur les réseaux sociaux

Objectifs :

- Comprendre les mécanismes d'optimisation organique sur les réseaux sociaux pour maximiser la visibilité.
- Apprendre à analyser et utiliser les interactions et engagements pour améliorer la portée organique.
- Développer des stratégies pour renforcer la notoriété et l'image de marque sans se reposer uniquement sur la publicité payante.

Contenu :



- Stratégies d'optimisation organique pour améliorer la visibilité et l'engagement sur les principales plateformes.
- Utilisation des fonctionnalités natives des plateformes (comme les stories Instagram, les tweets épinglés, les articles LinkedIn) pour renforcer la présence en ligne.
- Techniques pour encourager le partage et l'interaction, telles que la création de hashtags uniques, l'organisation de questions/réponses et la participation à des conversations pertinentes.
- Analyse des tendances des réseaux sociaux pour adapter les contenus et les stratégies de publication en temps réel.
- Conseils pour la création de communautés engagées autour de la marque.

Module 6 : Mesure de performance et analyse des résultats

Objectifs :

- Utiliser les indicateurs clés de performance (KPIs) pour évaluer l'efficacité des actions sur les réseaux sociaux.
- Adapter la stratégie en fonction des analyses.

Contenu :

- Introduction aux outils d'analyse et de suivi.
- Atelier d'analyse de données et interprétation des résultats.

Conclusion et évaluation finale

- Révision générale et session de questions-réponses.
- Évaluation des connaissances par un questionnaire à choix multiples.



Prérequis

Le candidat devra présenter des connaissances en numérique. Afin de vérifier son niveau de connaissance, un test sera réalisé lors de son inscription.

(Sa candidature sera validée dès obtention de 500 points au test de connaissances).

- Être familier des réseaux sociaux à titre personnel et avoir des connaissances de la navigation sur le Web.
- Facilité à utiliser les outils numériques
- Avoir un projet d'utiliser les réseaux sociaux pour le développement de son activité commerciale



Modalités pédagogiques

Moyens pédagogiques

- Dispense de la formation sous format de visioconférence individuelle synchronisée.
- Documents supports de formation présentés durant la visioconférence.
- Accès à une partie en e-learning asynchrones (bases techniques)



Moyens et supports pédagogiques

Moyens et supports pédagogiques



- Étude de cas concrets en direct
- Quizz en ligne
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation.



Modalités d'évaluation et de suivi

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Émargement numérique.
- Questions écrites (QCM).
- Mises en situation.
- Formulaires d'évaluation de la formation.



Informations sur l'admission

Après entretien
Après test