

PROGRAMME DE FORMATION

“Gérer la communication digitale d’une entreprise via les réseaux sociaux”



30 HEURES DE FORMATION INDIVIDUELLE



EXERCICES D’APPLICATION EN SITUATION RÉELLE ADAPTÉS AU PROJET DU STAGIAIRE



FORMATION CERTIFIANTE ET PRISE EN CHARGE



RYTHME SUR PLUSIEURS SEMAINES POUR SUIVRE SON EVOLUTION



Développer et gérer sa communication digitale via les réseaux sociaux



Formation Individuelle
En présentiel ou à Distance



28 heures + 2 heures de Tutorat
2600€ pour 1 personne

Objectifs :

gérer sa communication sur les réseaux sociaux pour renforcer la visibilité de son entreprise et augmenter ses ventes.

Compétences professionnelles

visées :

- Sélectionner le(s) réseau(x) social(aux) adapté(s) à la promotion de son activité
- Paramétrer et se repérer dans l'application
- Créer un compte professionnel sur un ou plusieurs réseaux Sociaux
- Animer son compte et publier régulièrement des contenus
- Savoir interagir avec ses abonnés et développer sa communauté
- Définir sa stratégie digitale

Public visé:

- . Gérants de TPE/PME
- . Indépendants / auto-entrepreneurs
- . Porteurs de projet entrepreneurial .
- Salariés en charge des réseaux sociaux d'une entreprise

Prérequis :

avoir un projet digital

Accessibilité aux personnes

handicapées : nous contacter avant inscription

Délais d'accès : de 7 jours à 1 mois et demi, en fonction du statut du financeur et des plannings

Supports pédagogiques :

Supports de formation numérique.

Modalités d'évaluation:

Avant la formation: audit des besoins et du niveau

Pendant la formation: Exercices pratiques tout au long de la formation.

A la fin de la formation: évaluation de la compréhension et de l'assimilation des savoirs et savoir-faire par le formateur

Remise d'un certificat de réalisation des objectifs et de développement des compétences professionnelles.

Formation certifiante : possibilité de passer la certification RS6240

Modalités pédagogique :

Alternance de théorie et d'exercice d'application:

- séance de formation en salle ,en entreprise , ou en visio par ordinateur
- Exercices pratiques réalisés sur les comptes professionnels du stagiaire, afin d'assurer une application concrète des compétences travaillées. Outils utilisés : Canva(création visuelle), Meta Business Suite (planification et gestion), ainsi que les principaux réseaux sociaux professionnels dont Facebook, Instagram, LinkedIn.

Rythme : les sessions sont placées en fonctions du planning du stagiaire et des disponibilités de nos formateurs, il n'y a pas de date imposée.

PROGRAMME DE LA FORMATION

Définition et fonctionnement

- Qu'est-ce qu'un réseau social
- Les réseaux sociaux dans le monde
- Réseaux privés et réseaux professionnels
- Les algorithmes et leurs fonctionnement
- Quels réseaux pour quelle entreprise

Etablir une stratégie de communication

- Définir ses objectifs
- Définir ses cibles
- Choisir les bons réseaux
- Connaître la concurrence
- Savoir adapter son contenu à sa cible
- Créer son calendrier éditorial

CANVA : créer une identité visuelle

- Découverte du tableau de bord
- Paramétrer sa charte graphique
- Les différents types de modèles
- Images libres de droit
- Les fonds, les textes, Les effets et les filtres
- La superposition d'éléments
- Les éléments graphiques: lignes, formes...
- Importer ses propres images
- La vidéo
- L'audio
- Les formats d'exportation et la transparence
- L'enregistrement dans un dossier
- Le partage en équipe

Facebook pro

- Différence entre profil et page - Créer une page, en faire les réglages - La messagerie automatique
- Les différents types de publications
- Publier un contenu efficace et professionnel: visuel, texte, #
- La Boutique Facebook

Instagram pro

- Créer et réglages d'un compte pro
- Les #
- Les formats et leur spécificités : stories, publications, réels
- Les applications tierces : vidéo, visuels
- Publier un contenu efficace et professionnel: visuel, texte, #
- Les statistiques
- Vendre sur Instagram

Linkedin

- Profil et Page : différence
- Paramétrage : sécurité, messagerie,
- Importance de l'interaction pour la visibilité
- Les outils LinkedIn
- Les différentes offres LinkedIn
- Faire de la veille sur LinkedIn
- Prospector avec les filtres
- Définir sa cible et la trouver
- La mise en relation
- Les Posts, les événements, les articles
- Publier un contenu efficace et professionnel: visuel, texte, #
- La programmation
- Les statistiques

La META business

- Relier Instagram et Facebook
- Utiliser l'agenda pour sa stratégie éditoriale
- Les statistiques pour analyser sa stratégie
- La messagerie

Gérer sa e-réputation

- Gérer sa ligne éditoriale
- Les commentaires et le droit de réponses
- La messagerie privée
- Intégrer une veille professionnelle

Les campagnes de promotion

- Les formats publicitaires disponibles (posts sponsorisés, stories, carrousels, vidéos, reels, etc.).
- Utiliser les outils de gestion publicitaire (ex. Meta Ads Manager) pour lancer et suivre une campagne.
- Analyser les indicateurs de performance (KPI : impressions, clics, coût par résultat, taux de conversion).
- Optimiser une campagne en fonction des résultats obtenus (ajustement du ciblage, du budget, du message).

V1-sept 2025