
Programme de Formation

Communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir sa TPE

Description

Développez votre présence sur les réseaux sociaux et transformez là en levier commercial. Formation complète pour promouvoir efficacement votre TPE via les réseaux sociaux.

Points Forts

Formation opérationnelle complète : stratégie, création pages pro, contenus IA, design Canva, publicité Meta/LinkedIn. Cas réels TPE. Certification RS7200 (CréActifs). 28h mixte.



Public visé

Créateurs d'une TPE, dirigeants de TPE ou collaborateurs directs en charge de la communication, ayant le projet de promouvoir les activités de la TPE via les réseaux sociaux.



Objectifs pédagogiques

Cette formation prépare aux compétences de la certification RS7200. À l'issue de la formation, vous serez capable de :

- **Définir une stratégie sur les réseaux sociaux**, adaptée aux ressources mobilisables par la TPE et en lien avec son activité, son public cible et ses objectifs commerciaux, afin d'élaborer un plan d'action réaliste à la mesure des capacités financières et temporelles données au projet
- **Sélectionner la ou les plateforme(s) de réseaux sociaux cibles** en comparant leurs positionnements sur le marché, en s'assurant de leur correspondance avec son public cible et en prenant en compte les pratiques de la concurrence afin d'identifier les bonnes communautés
- **Créer et paramétrer une page de présentation** de son entreprise TPE sur les réseaux sociaux choisis, tout en exploitant les interfaces et fonctionnalités de la plateforme et en intégrant les éléments de nom et d'identité visuelle pour l'ancrer dans le réseau social
- **Élaborer une stratégie éditoriale** en tenant compte des spécificités propres à la TPE (objectifs qualitatifs, quantitatifs et temporels) afin d'établir un planning d'actions et ainsi organiser une régularité dans la ligne éditoriale
- **Créer des contenus réseaux sociaux engageants**, en conformité avec sa stratégie, en s'appuyant sur l'IA générative et sur des outils de design graphique, tout en les rendant accessibles aux personnes en situation de handicap (sous-titrages par exemple), et en adoptant un ton en correspondance avec la communauté visée afin de générer des actions, des réactions ou des interactions du(des) public(s) visé(s)
- **Cultiver la e-réputation de son entreprise** TPE en mettant en place des actions publicitaires sur le réseau social concerné, en répondant aux avis, commentaires et critiques publiés par la communauté dans la page de l'entreprise, en gérant les bad buzz et crises d'image, en sélectionnant des e-influenceurs et en suivant les données transmises par le réseau social concerné afin d'attirer davantage de public(s) visé(s) et d'optimiser la performance de ses publications

Organisation

Durée : 28 heures

Mode d'organisation : Mixte



Contenu pédagogique

★ **Description**

Programme structuré autour des 6 compétences de la certification RS7200, avec une approche pratique axée sur la mise en œuvre opérationnelle.

Module 1 : Définir sa stratégie réseaux sociaux (5h)

Comprendre les enjeux des réseaux sociaux pour les TPE

- Panorama des réseaux sociaux en 2024-2025 : chiffres clés et tendances
- Opportunités commerciales pour les TPE : visibilité, notoriété, acquisition clients
- Les erreurs courantes à éviter en communication digitale
- Temps et budget nécessaires : évaluation réaliste

Définir ses objectifs SMART

- Méthode SMART appliquée aux réseaux sociaux
- Objectifs qualitatifs vs quantitatifs : visibilité, engagement, conversion
- Définir ses KPIs (indicateurs de performance)
- Établir un calendrier réaliste

Identifier et comprendre son public cible

- Méthodologie de création de personas (profils types clients)
- Analyser les comportements et attentes de sa cible
- Adapter sa communication selon les générations (Gen Z, Millennials, Gen X, Boomers)
- Cartographier le parcours client sur les réseaux sociaux

Élaborer son plan d'action stratégique

- Définir budget et ressources (temps, compétences, outils)
- Prioriser les actions selon l'impact et la faisabilité
- Planifier les périodes de communication (saisonnalité, événements)
- Atelier pratique : rédiger sa stratégie réseaux sociaux

Module 2 : Sélectionner les plateformes adaptées et analyser la concurrence (4h)

Panorama des principales plateformes

- Facebook : audience, fonctionnalités business, forces et limites
- Instagram : codes visuels, formats (posts, stories, reels), ciblage
- LinkedIn : réseau B2B, positionnement professionnel, opportunités TPE
- TikTok : audience jeune, formats vidéo courts, potentiel viral
- X (Twitter) : actualité, engagement, communication réactive
- Pinterest : inspiration visuelle, secteurs pertinents
- YouTube : contenus longs, SEO vidéo, création de chaîne

Comprendre les algorithmes et fonctionnalités

- Fonctionnement des algorithmes de visibilité
- Portée organique vs portée payante
- Facteurs de ranking : engagement, pertinence, récurrence
- Fonctionnalités business : Meta Business Suite, LinkedIn Pages, Creator Studio

Analyser la présence de la concurrence

- Méthodologie d'analyse concurrentielle (benchmark)
- Identifier les bonnes pratiques sectorielles
- Analyser les contenus qui performant
- Repérer les opportunités de différenciation

- Outils d'analyse : outils natifs, Socialbakers, Mention

Sélectionner ses plateformes prioritaires

- Matrice de décision : cible, objectifs, ressources, concurrence
- Stratégie mono-plateforme vs multi-plateformes
- Priorisation selon son secteur d'activité
- Atelier pratique : justifier le choix de ses plateformes

Module 3 : Créer et optimiser ses pages professionnelles (5h)

Identité visuelle et cohérence de marque

- Rappels sur l'identité visuelle : logo, couleurs, typographies, charte graphique
- Adapter son identité visuelle aux codes des réseaux sociaux
- Formats d'images optimaux : photo de profil, bannière, posts
- Créer une cohérence visuelle cross-plateformes

Créer une page Facebook professionnelle

- Différence profil personnel vs page professionnelle
- Paramétrage complet : informations, catégorie, horaires, contact
- Optimiser la section 'À propos' pour le SEO
- Configurer les boutons d'action (CTA)
- Activer les fonctionnalités : messagerie, avis, boutique, services
- Atelier pratique : créer sa page Facebook

Créer un profil Instagram Business

- Passer en compte professionnel
- Optimiser sa bio : CTA, liens, mots-clés
- Créer des stories à la une (highlights)
- Configurer les coordonnées et catégorie
- Atelier pratique : optimiser son profil Instagram

Créer une page LinkedIn Entreprise

- Créer et paramétrer une page entreprise
- Rédiger une description optimisée SEO
- Ajouter les informations clés : secteur, taille, spécialités
- Inviter son réseau et promouvoir sa page
- Atelier pratique : lancer sa page LinkedIn

Introduction aux autres plateformes

- TikTok Business : création compte, paramétrage
- Chaîne YouTube : optimisation, playlists, branding
- Compte Pinterest Business : boards, épingles

Module 4 : Élaborer sa stratégie éditoriale et son planning (5h)

Définir sa ligne éditoriale

- Les piliers de contenu : informatif, promotionnel, engageant, inspirant
- Règle des 80/20 : contenu valeur vs contenu commercial
- Définir ses thématiques récurrentes
- Adapter le ton et le style selon sa cible et son secteur
- Storytelling de marque : raconter l'histoire de son entreprise

Définir ses objectifs éditoriaux

- Objectifs qualitatifs : engagement, notoriété, image de marque

- Objectifs quantitatifs : nombre de posts, fréquence, reach, conversions
- Définir sa fréquence de publication par plateforme
- Équilibre qualité vs quantité

Créer son calendrier éditorial

- Méthodologie de planification mensuelle/hebdomadaire
- Anticiper les temps forts : saisonnalité, événements, promotions
- Marronnier marketing : dates clés et journées mondiales
- Outils de planification : Trello, Notion, Google Sheets, Meta Business Suite
- Atelier pratique : créer son calendrier éditorial sur 1 mois

Organiser sa production de contenu

- Workflow de création : idée, production, validation, publication
- Batchage de contenu pour gagner du temps
- Organiser sa banque de contenus (visuels, textes)
- Programmer ses publications : outils natifs et outils tiers (Buffer, Hootsuite)

Module 5 : Créer des contenus engageants avec IA et design graphique (6h)

Créer des visuels professionnels avec Canva

- Prise en main de Canva : interface, formats prédéfinis
- Créer des visuels pour chaque plateforme (posts, stories, bannières)
- Utiliser templates et personnaliser avec sa charte graphique
- Principes de design : hiérarchie visuelle, contraste, lisibilité
- Créer des carrousels Instagram et LinkedIn
- Atelier pratique : créer 3 visuels différents

Utiliser l'IA générative pour créer des contenus

- Utiliser ChatGPT/Claude pour générer des idées de posts
- Rédiger des légendes engageantes avec l'IA
- Créer des hooks (accroches) percutants
- Adapter le ton selon la plateforme avec l'IA
- Générer des hashtags pertinents
- Créer des visuels IA avec DALL-E, Midjourney, Canva Magic Media
- Atelier pratique : créer 5 posts complets avec IA

Créer des vidéos courtes percutantes

- Formats vidéo : Reels Instagram, TikTok, Shorts YouTube, Stories
- Structure d'une vidéo engageante : hook, contenu, CTA
- Outils de montage simples : CapCut, InShot, applications natives
- Sous-titrage automatique et manuel
- Musiques libres de droits et tendances audio
- Atelier pratique : créer un Reel ou TikTok

Rendre ses contenus accessibles

- Importance de l'accessibilité numérique
- Ajouter des sous-titres aux vidéos
- Rédiger des descriptions alternatives (alt text) pour les images
- Utiliser des contrastes suffisants et polices lisibles
- Outils d'accessibilité natifs des plateformes

Techniques de rédaction engageante

- Anatomie d'un post performant : hook, corps, CTA
- Techniques de copywriting : storytelling, AIDA, PAS

- Utilisation stratégique des hashtags par plateforme
- Encourager l'interaction : questions, sondages, appels à l'action
- Adapter le format selon la plateforme (LinkedIn formel, Instagram décontracté)
- Atelier pratique : rédiger 5 posts variés

Module 6 : Cultiver sa e-réputation et optimiser ses performances (3h)

Mettre en place des campagnes publicitaires

- Introduction à la publicité sur les réseaux sociaux
- Meta Ads Manager : créer une campagne Facebook/Instagram
- LinkedIn Ads : campagnes B2B ciblées
- Définir ses objectifs publicitaires : notoriété, trafic, conversions
- Ciblage avancé : audiences personnalisées, lookalike, intérêts
- Formats publicitaires : image, carrousel, vidéo, stories
- Définir son budget et optimiser ses coûts
- Atelier pratique : créer une campagne publicitaire simple

Gérer sa e-réputation

- Répondre aux commentaires : positifs, neutres, négatifs
- Gestion des avis clients : encourager les bons avis, traiter les mauvais
- Techniques de réponse aux critiques : empathie, rapidité, solution
- Gérer les bad buzz et crises d'image : plan d'action, communication de crise
- Veille e-réputation : outils d'alerte et monitoring
- Cas pratiques : traiter 3 scénarios de commentaires négatifs

Collaborer avec des influenceurs

- Types d'influenceurs : nano, micro, macro, célébrités
- Identifier les influenceurs pertinents pour sa TPE
- Analyser l'audience et l'engagement d'un influenceur
- Approcher et négocier avec des influenceurs
- Formats de collaboration : posts sponsorisés, codes promo, ambassadeurs
- Mesurer le ROI des partenariats influenceurs

Analyser ses performances et optimiser

- KPIs essentiels : reach, impressions, engagement rate, taux de clics, conversions
- Outils analytics natifs : Facebook Insights, Instagram Insights, LinkedIn Analytics
- Google Analytics : tracker le trafic depuis les réseaux sociaux
- Interpréter les données et identifier les leviers d'amélioration
- A/B testing : tester formats, horaires, contenus
- Atelier pratique : analyser les performances d'une page et proposer des optimisations

Préparation à la certification RS7200

Comprendre les modalités de certification

- Présentation du référentiel de certification RS7200
- Les 6 compétences évaluées et leurs critères
- Format de l'évaluation : dossier écrit + soutenance orale
- Livrables attendus : stratégie, pages créées, planning éditorial, posts, campagne pub

Construire son dossier de certification

- Structurer son plan d'action réseaux sociaux
- Documenter ses réalisations (captures d'écran, statistiques)
- Rédiger les justifications attendues par le jury
- Préparer son diaporama PowerPoint de présentation

Préparer sa soutenance orale

- Structurer sa présentation orale (20 minutes)
- Mettre en avant les résultats obtenus
- Anticiper les questions du jury
- Simulation de soutenance avec retours

Certification : Formation préparant au passage de la certification RS7200 - Communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir sa TPE (CréActifs). Certification obligatoire en financement CPF et optionnelle pour autres financements.

**Prérequis**

- Maîtrise des outils bureautiques (traitement de texte, traitement des images, navigation internet, tableur)
- Aisance dans le rédactionnel et le traitement de données chiffrées

**Modalités pédagogiques**

- Ateliers pratiques sur cas réels avec création effective de pages et contenus
- Approche "learning by doing" : 70% de pratique, 30% de théorie
- Exercices sur les plateformes réelles (Facebook, Instagram, LinkedIn)
- Projet fil rouge basé sur la TPE du participant
- Sessions de coaching pour la préparation du dossier de certification
- Retours personnalisés sur les productions réalisées

**Moyens et supports pédagogiques**

- Accès à une plateforme de formation en ligne avec ressources pédagogiques
- Templates Canva personnalisables
- Calendriers éditoriaux et plannings types
- Guides pratiques par plateforme
- Banque d'exemples de contenus performants
- Tutoriels vidéo et démonstrations pas à pas
- Checklist accessibilité et bonnes pratiques
- Support technique et pédagogique disponible entre les sessions



Modalités d'évaluation et de suivi

Positionnement initial

- Entretien individuel pour identifier les besoins et objectifs
- Questionnaire de positionnement sur les compétences numériques et rédactionnelles
- Évaluation de la présence actuelle sur les réseaux sociaux
- Identification du projet professionnel à développer pendant la formation

Suivi formation

- Feuilles de présence émargées par session
- Exercices pratiques corrigés et commentés
- Productions intermédiaires évaluées (pages créées, posts, calendrier éditorial)
- Suivi individuel du projet de certification
- Entretiens de progression réguliers

Évaluation finale

- Constitution du dossier de certification (stratégie, pages pro, contenus, campagne pub)
- Simulation de soutenance avec retours formateur
- Attestation de fin de formation
- Passage de la certification RS7200 devant jury CréActifs

Certification RS7200 - Communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir sa TPE (CréActifs)

Certification enregistrée au Répertoire Spécifique de France Compétences, valable jusqu'au 25 juin 2028.

Format de l'évaluation :

- Conception et mise en place d'une stratégie de communication et éditoriale d'une entreprise TPE via les réseaux sociaux
- Remise d'un dossier écrit incluant :
 - Stratégie réseaux sociaux détaillée
 - Page(s) professionnelle(s) créée(s) et paramétrée(s)
 - Planning éditorial structuré
 - Post prêt à être publié avec justifications
 - Stratégie publicitaire et gestion commentaires négatifs
 - Soutenance orale (20 min présentation + 10 min questions) avec diaporama PowerPoint
 - Questionnement du jury sur le projet présenté

Compétences évaluées :

- Définir une stratégie sur les réseaux sociaux adaptée à la TPE
- Sélectionner les plateformes cibles pertinentes
- Créer et paramétrer une page professionnelle
- Élaborer une stratégie éditoriale et un planning
- Créer des contenus engageants avec IA et design
- Cultiver la e-réputation et optimiser les performances

Évaluation à froid

Questionnaires de satisfaction à J+30 pour mesurer l'impact de la formation et l'application des compétences acquises en situation professionnelle réelle.