

PROGRAMME DE FORMATION

Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux

Durées possibles : 15 à 30 h

Prix : 1 730 à 3 230 € HT

Profils des stagiaires

- Dirigeants de TPE/PME
- Indépendants
- Chargé(e)s de communication
- Chargé(e)s de marketing

La certification s'adresse aux entrepreneurs individuels et aux dirigeants de TPE/PME devant acquérir des compétences complémentaires en lien avec le développement de l'activité commerciale par les réseaux sociaux.

Prérequis

- Connaissance avérée des réseaux sociaux
- Facilité à utiliser les outils numériques
- Avoir un projet d'utiliser les réseaux sociaux pour le développement de son activité commerciale

Un test initial des connaissances sera réalisé à la suite de la candidature pour statuer du niveau minimal requis pour le suivi de l'action de formation.

Objectifs pédagogiques

- Définir les objectifs commerciaux SMART à atteindre (acquisition, engagement, audience...), tout en tenant compte des caractéristiques des clients et potentiels prospects, afin de cadrer efficacement la stratégie de développement de l'activité commerciale de l'entreprise par l'utilisation des réseaux sociaux.
- Comparer les différents réseaux sociaux existants, accessibles par ordinateur et par mobile, au regard des caractéristiques du public visé et des utilisateurs de ces plateformes par la mise en œuvre d'une analyse technologique et concurrentielle du secteur, afin de choisir les plus pertinents en adéquation avec les objectifs commerciaux fixés.
- Créer ou enrichir un compte entreprise sur les différents réseaux sociaux sélectionnés, en y intégrant l'ensemble des informations utiles dans le respect de son identité visuelle numérique tout en tenant compte des usages des réseaux choisis afin de développer la présence de son organisation sur les plateformes digitales.

- Elaborer une stratégie responsable de développement commercial par les réseaux sociaux, en définissant un rythme de publication cohérent, en identifiant des outils de suivi adaptés, tout en intégrant des mesures en faveur des publics en situation de handicap et de l'environnement, afin de garantir une diffusion optimale, régulière et accessible des informations souhaitées par l'entreprise.
- Concevoir des contenus rédactionnels, visuels ou publicitaires percutants pour une diffusion sur les applications et réseaux sociaux, en s'appuyant sur les outils d'IA générative, et en respectant le « ton » le plus adapté aux spécificités de la cible visée, afin d'animer, d'informer et de fidéliser la communauté cible.
- Concevoir des vidéos promotionnelles de son activité professionnelle en cherchant à les rendre esthétiques et originales, tout en les adaptant aux réseaux sociaux visés (durée, format ...), afin d'animer sa présence digitale.
- Exploiter les indicateurs de performance de la mise en œuvre de la stratégie, au moyen d'un tableau de bord et en réalisant les ajustements nécessaires, afin de s'inscrire dans une démarche d'amélioration continue.

Contenu de la formation

Module 1 : Définir ses objectifs commerciaux et sa cible

- Rôle des réseaux sociaux dans le développement commercial
- Analyse du contexte, de l'activité et de la proposition de valeur
- Identification des segments de clientèle
- Construction d'un profil de client ou prospect cible
- Méthode SMART
- Définition d'indicateurs associés aux objectifs
- Hiérarchisation des objectifs principaux et secondaires

Module 2 : Comparer et sélectionner les réseaux sociaux

- Panorama des principaux réseaux sociaux
- Différences entre les usages sur ordinateur et sur mobile
- Typologie des utilisateurs et comportements dominants
- Fonctionnalités commerciales et publicitaires
- Tendances technologiques et évolutions des formats
- Méthodologie de veille concurrentielle
- Analyse des comptes concurrents
- Construction d'une matrice comparative multicritère

Module 3 : Créer ou optimiser ses comptes professionnels

- Différences entre compte personnel, compte créateur et compte professionnel
- Choix du nom, de l'identifiant et de l'adresse du profil
- Rédaction d'une biographie ou d'une présentation professionnelle
- Présentation de la proposition de valeur
- Intégration des coordonnées, liens, horaires et informations utiles
- Choix de la photo de profil, du logo, de la bannière et des visuels
- Respect de la charte graphique
- Paramétrage des boutons et appels à l'action

- Optimisation de la visibilité du profil dans les moteurs de recherche
- Vérification des paramètres de confidentialité et de sécurité
- Harmonisation de l'identité sur plusieurs plateformes

Module 4 : Élaborer une stratégie éditoriale responsable et accessible

- Articulation entre objectifs commerciaux et ligne éditoriale
- Définition des piliers de contenu
- Répartition entre contenus
- Définition du rythme et des horaires de publication
- Création d'un calendrier éditorial
- Organisation des étapes de validation et de diffusion
- Présentation des outils de planification et de suivi
- Principes d'accessibilité des contenus
- Principes de communication numérique responsable
- Sensibilisation au droit à l'image, aux droits d'auteur et à la protection des données

Module 5 : Concevoir des contenus rédactionnels, visuels et publicitaires avec l'IA

- Définition du ton de communication
- Structure d'une publication
- Adaptation du message aux différentes étapes du parcours client
- Création de contenus rédactionnels courts et longs
- Conception de publications organiques et publicitaires
- Principes fondamentaux de conception visuelle
- Utilisation de modèles graphiques
- Introduction aux outils d'IA générative
- Construction d'une consigne efficace pour un outil d'IA
- Vérification des informations générées
- Identification des biais, erreurs et contenus stéréotypés
- Respect de la confidentialité, des droits d'auteur et de l'identité de l'entreprise
- Nécessité d'une validation humaine des productions

Module 6 : Concevoir une vidéo promotionnelle adaptée aux réseaux sociaux

- Typologie des vidéos promotionnelles
- Structure d'une vidéo courte
- Écriture d'un script et création d'un storyboard simplifié
- Formats verticaux, carrés et horizontaux
- Adaptation de la durée au réseau visé
- Principes de cadrage, lumière, son et arrière-plan
- Utilisation des textes à l'écran
- Sous-titrage et lisibilité
- Choix des transitions, musiques et effets
- Respect du droit à l'image et des droits d'utilisation des médias

Module 7 : Mesurer les performances et améliorer la stratégie

- Présentation des principaux indicateurs
- Distinction entre indicateurs de visibilité, d'engagement et de conversion
- Sélection des indicateurs selon les objectifs SMART
- Création d'un tableau de bord périodique
- Lecture et interprétation des données
- Identification des contenus performants et sous-performants
- Comparaison des résultats entre plusieurs plateformes

- Formulation d'hypothèses d'amélioration
- Ajustement du ciblage, des formats, des horaires, du rythme et des appels à l'action
- Mise en place d'une démarche d'amélioration continue

Organisation de la formation

Référent pédagogique : Florian Lanno

Moyens pédagogiques et techniques

- Dispense de la formation sous format de visioconférence collective synchronisée et de contenu asynchrones (blend learning).
- Documents supports de formation présentés durant la visioconférence
- Accès à une partie en e-learning asynchrones (bases techniques)
- Étude de cas concrets en direct
- Quizz en ligne
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation

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

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

Certification liée à la formation

RS7643 Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux
<https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/7643>

Certificateur : Alternative digitale

Le passage de l'examen final est obligatoire dans le cadre de toute formation financée au CPF.

Passage de la certification :

L'évaluation finale prend la forme d'un examen en ligne d'une durée de 90 minutes, sous la surveillance vidéo réalisée par le certificateur.

L'épreuve comprend une quarantaine de questions ouvertes et fermées portant sur les notions essentielles abordées pendant la formation.

Validation du certificat

La certification est acquise si le candidat obtient au moins 66 % de bonnes réponses à l'évaluation. Les compétences sont considérées comme acquises par le jury de certification.