

Programme de Formation

Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux

Contenu pédagogique

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'efficience de votre stratégie Social Media par rapport à vos objectifs commerciaux.

PASSAGE OBLIGATOIRE DE L'EXAMEN POUR LA CERTIFICATION RS6372

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.

Prérequis :

- Maitrise des outils web
- Maitrise de la langue française

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).

Description/Contenu :

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 des réseaux sociaux : Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube.
- Étude de cas : réussites et échecs de stratégies sur les réseaux sociaux.
- Définition des objectifs commerciaux et alignement avec 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 :

- Création de comptes entreprise sur Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, et YouTube.
- 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
- Méthode TOFU MOFU BOFU.
- Apprendre à utiliser Canva
- Apprendre à utiliser CapCut

Contenu :

- Principes de rédaction pour les réseaux sociaux.
- Utilisation d'outils de création graphique (Canva, CapCut).
- Initiation à la production vidéo simple pour les réseaux sociaux.

Module 4 : Stratégie de publication et engagement

Objectifs :

- Définir un calendrier éditorial (rythme, format...)
- Engager la communauté et gérer les interactions.
- Méthode d'engagement (concours, stories, dm)

Contenu :

Planification des publications : outils et méthodes.

Techniques d'engagement : comment susciter l'interaction, répondre aux commentaires.

Gestion de crise sur les réseaux sociaux.

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 (Google Analytics, insights des plateformes).
- Interprétation des données et prise de décision stratégique.
- Étude de cas et mise en pratique : analyse d'une campagne existante.

Conclusion et évaluation finale

- Révision générale et Q&A.
- Évaluation des connaissances acquises par un QCM qui sera corrigé par le formateur et remis à l'élève
- La formation prépare à la certification RS6372 « Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux » éditée par Alternative Digitale. Le passage de l'examen final est donc obligatoire dans le cadre de toute formation financée au CPF.
- L'évaluation finale prend la forme d'un examen en ligne d'une durée de 90 minutes, réalisé sous la surveillance vidéo du certificateur.
- L'épreuve comprend des questions ouvertes et une partie QCM portant sur les notions essentielles abordées pendant la formation.

Modalités pédagogiques :

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.

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.