



« Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux »

Formateurs : Patricia FORAISON – Alexia BERTHELOT – Vincent FORAISON

Entreprise : You'Nivers

Adresse : 52 rue Jean Moulin – 42300 ROANNE -T.04.77.71.58.03 / T.06.11.15.65.51

SIRET : 50137033200030

Déclaration de formation n° 82 42 02292 42 auprès du préfet d'Auvergne Rhône-Alpes

Certificat Qualiopi n°2020/90215.1 du 31/12/2020 valable 4 ans.

Certification visée RS6372 - Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux (Alternative Digitale)

Boostez votre activité commerciale avec les réseaux sociaux !

Aujourd'hui, les réseaux sociaux sont bien plus qu'un simple outil de communication : ils sont un véritable levier de croissance pour votre entreprise. Apprenez à structurer une stratégie digitale efficace, à attirer de nouveaux prospects, à fidéliser vos clients et à maximiser votre impact en ligne grâce aux réseaux sociaux. Grâce à cette formation dynamique et concrète, vous découvrirez comment utiliser les bonnes plateformes, créer du contenu engageant et optimiser vos performances pour générer des opportunités commerciales durables. Ne laissez pas votre entreprise passer à côté du potentiel du digital, faites des réseaux sociaux votre meilleur allié commercial !

Public Visé : 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.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap : dans la mesure du possible, nous adaptons nos dispositifs de formation. Vous pouvez contacter notre référent handicap au 04 77 71 58 03.

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.

Autre prérequis – avoir un projet de développement de son activité commerciale par les réseaux sociaux afin de rendre opérationnelles les compétences acquises.

Durée formation : 3 jours – 21 heures

Tarif formation individuelle en présentielle : 2875 € HT soit 3450 € TTC

Tarif par personne en formation inter minimum 3 participants / maximum 5 participants : 2350 €HT soit 2820 € TTC

Formation individuelle en présentielle dans les locaux de l'OF ou chez le porteur de projet.

Ou Formation en INTER avec maximum 5 participants

Objectifs de la formation :

- Comprendre le rôle des réseaux sociaux dans une stratégie digitale globale
- Définir une stratégie digitale cohérente
- Créer les comptes réseaux sociaux nécessaire à son activité et élaborer un calendrier éditorial
- Créer et diffuser du contenu impactant pour générer des opportunités commerciales
- Analyser et optimiser la performance sur les réseaux sociaux

Possibilité de financement : plan de développement des compétences, CPF ou autofinancement.

Méthode mobilisée :

Modalités Pédagogiques

Cours théoriques : Apports de connaissances fondamentales

Travaux pratiques : Études de cas, projets, simulations

Ateliers interactifs : Echange d'expérience

Suivi individuel : Tutorat, coaching

Moyens techniques :

Mise à disposition d'une salle de formation / Mise à disposition d'un Ecran TBI / Une connexion Internet
Il est obligatoire que le stagiaire dispose d'un PC.

Méthode d'évaluation et de suivi

Evaluation

Cas pratique - Quizz

Enquête de satisfaction à chaud

Evaluation en cas de certification : Test en ligne visant à mesurer les connaissances sur l'utilisation des réseaux sociaux pour le développement commercial d'une entreprise.

Test sur les 9 enjeux majeurs du numérique (collaboration, communication, contenus, data, e-commerce, UX, mobile, technologie, webmarketing).

Conditions de passation :

Distanciel : sous surveillance vidéo par Alternative Digitale

Critère de validation : 50 % de bonnes réponses minimum.

Suivi formation

Feuille d'émargement et/ou attestation de fin de formation



PROGRAMME DETAILLÉ

MODULE 1 : Trouver son identité de marque et mettre en place un compte professionnel sur les réseaux sociaux sélectionnés	5 heures
<p>Déterminer son identité de marque Panorama des identités de marque existantes Etablir son identité de marque et visuelle Notions de charte graphique</p> <p>Cas pratique : Les participants trouvent des visuels cohérents avec leur identité de marque</p> <p>Création et paramétrage du compte entreprise Inscription et configuration d'un compte professionnel Remplir efficacement les informations essentielles (nom, description, contact, secteur d'activité, lien vers le site web) Respect des bonnes pratiques d'identité visuelle numérique (logo, bannière, couleurs, polices) Optimisation du profil pour le référencement interne des plateformes</p> <p>Cas pratique : Création ou mise à jour d'un compte entreprise sur un réseau social choisi</p> <p>Validation, évaluation et axes d'amélioration Contrôle des profils créés et feedback sur les optimisations possibles</p> <p>Cas pratique : Présentation des comptes créés et recommandations d'amélioration</p>	
MODULE 2 : Établir un calendrier de publication optimisée sur les réseaux sociaux	4 heures
<p>Définir un listing de contenu Trouver les idées et thèmes de contenu</p> <p>Définir un rythme de publication adapté Identifier les attentes et comportements de sa communauté cible Adapter la fréquence et le type de contenu en fonction des réseaux et des ressources disponibles</p> <p>Cas pratique : Les participants établissent un rythme de publication théorique en fonction de leur entreprise et de leur audience</p> <p>Créer un calendrier éditorial Organiser son contenu et publications</p> <p>Cas pratique Présentation des plannings éditoriaux élaborés Feedback</p>	
MODULE 3 : Produire des contenus écrits et visuels attractifs pour les réseaux sociaux	6 heures
<p>Créer des visuels attractifs et impactant avec CANVA Les bases du design pour les réseaux sociaux : couleurs, typographies, contrastes Adapter les visuels aux formats des différentes plateformes (carrousels, stories, réels, infographies) Utilisation de l'outil CANVA pour rendre ses visuels attractifs et impactant Cas pratique : Création d'un visuel avec CANVA</p> <p>Rédiger des contenus percutants avec CANVA pour les réseaux sociaux Définition des différents tons rédactionnels (amical, amusant, sérieux, rassurant, inspirant, etc.) Comment choisir le bon ton en fonction de sa cible et de son secteur d'activité ? Techniques pour écrire des publications engageantes : Accroches percutantes avec la méthode AIDA Appels à l'action (CTA) efficaces Formats adaptés (post court, storytelling, questions, sondages, etc.) Adaptation des messages selon les plateformes (Facebook, LinkedIn, Instagram, TikTok, etc.)</p> <p>Cas pratique : Les participants rédigent un post en choisissant un ton adapté à une cible donnée</p>	

<p>MODULE 4 : Produire des vidéos promotionnelles (Réels) mettant en avant son activité professionnelle</p> <p>Introduction et enjeux des vidéos sur les réseaux sociaux Présentation des objectifs et attentes des participants Pourquoi la vidéo est-elle un levier puissant sur les réseaux sociaux ? Panorama des formats vidéo et tendances actuelles : Stories et Réels (Instagram, Facebook)</p> <p>Exemples de vidéos promotionnelles réussies</p> <p>Évaluation : Quiz rapide pour évaluer la compréhension des usages et tendances vidéo</p> <p>Concevoir une vidéo promotionnelle engageante Définition du message clé et du format adapté à la plateforme choisie Structurer une vidéo efficace : Accroche percutante dans les 3 premières secondes Présentation du produit/service de manière dynamique Call-to-action clair pour inciter à l'engagement Techniques de cadrage, éclairage et prise de vue avec un smartphone</p> <p>Cas pratique : Les participants définissent le concept et le scénario d'une courte vidéo promotionnelle</p> <p>Montage et édition vidéo avec des outils accessibles Présentation des logiciels et applications simples (CapCut, InShot, Canva Video) Ajout de textes, transitions, sous-titres et éléments graphiques Intégration de musique et gestion du rythme pour capter l'attention Adaptation aux formats et spécificités des réseaux sociaux</p> <p>Cas pratique : Réalisation d'un montage rapide à partir de vidéos et images fournies ou personnelles</p> <p>Publication et optimisation pour l'engagement Meilleures pratiques pour publier et programmer ses vidéos Optimisation des miniatures et titres pour capter l'attention</p> <p>Cas pratique : Présentation individuelle des vidéos créées et recommandations d'amélioration</p>	<p>4 heures</p>
<p>MODULE 5 : Exploiter les données issues des indicateurs de performance établis</p> <p>Analyser et interpréter les indicateurs de suivi Comment lire et interpréter les statistiques de performance ? Définir les axes d'amélioration pour optimiser l'impact des publications Différencier les métriques quantitatives (nombre de likes, partages) et qualitatives (type d'interaction, tonalité des commentaires)</p> <p>Cas pratique : Analyse de données d'une page entreprise et élaboration d'un plan d'amélioration</p> <p>Sensibilisation aux interactions avec sa communauté Bonne pratique de la gestion des commentaires et messages privés Adopter un ton adapté selon les types d'interactions : Répondre aux avis positifs et encourager l'engagement</p> <p>Cas pratique : Simulation de réponses aux commentaires et messages dans différentes situations</p> <p>Évaluation : Quiz final pour valider les acquis Présentation des stratégies d'interaction mises en place à partir des exercices pratiques</p>	