



you'Nivers

L'AGENCE DE COMMUNICATION DEPUIS 2008

Déclaration de formation enregistrée sous le numéro n°82 42 02292 42  
Auprès du préfet d'Auvergne Rhône-Alpes - SIREN n°501 370 332

## « 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 : 4 jours – 28 heures**

**Tarif formation individuelle en présentielle : 3750 € HT soit 4500 € TTC**

**Tarif par personne en formation inter minimum 3 participants / maximum 5 participants : 3050 €HT soit 3660 € 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 DÉTAILLÉ

<b>MODULE 1 : Établir des objectifs commerciaux clairs et atteignables</b>	<b>4 heures</b>
<p><b>Définir les objectifs attendus sur les réseaux sociaux</b> Définition des objectifs</p> <p>Cas pratique : Chaque participant définit ses objectifs sur les réseaux sociaux</p> <p><b>Connaître ses clients et prospects</b> Définition des persona (profils types des clients idéaux) Identification des besoins, motivations et freins des prospects Techniques pour collecter et analyser les données clients Comment adapter son message en fonction des caractéristiques de sa cible ?</p> <p>Cas pratique : Création d'un persona détaillé à partir d'un modèle fourni</p> <p><b>Définir ses cibles</b> Trouver sa cible principale, secondaire et périphérique</p>	
<b>MODULE 2 : Analyser et choisir les réseaux sociaux les plus pertinents pour atteindre les objectifs commerciaux</b>	<b>4 heures</b>
<p><b>Introduction</b> Panorama du paysage numérique et évolution des usages des réseaux sociaux Les enjeux du digital pour les entreprises (notoriété, acquisition, fidélisation)</p> <p>Évaluation : Quiz pour évaluer les connaissances des participants sur les réseaux sociaux et leur utilisation commerciale</p> <p><b>Analyse des réseaux sociaux et de leurs audiences</b> Panorama des principales plateformes (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, etc.) Caractéristiques des utilisateurs et usages par réseau</p> <p><b>Benchmark concurrentiel</b> Choisir 3 concurrents potentiels actifs sur les réseaux sociaux Analyse concurrentielle Préconisation nécessaire pour l'entreprise</p> <p>Cas pratique : Chaque participant et identifie les réseaux sociaux les plus pertinents pour son entreprise</p> <p><b>Élaboration rapide d'une stratégie digitale</b> Sélection des canaux prioritaires Principaux leviers à activer</p>	
<b>MODULE 3 : Trouver son identité de marque et mettre en place un compte professionnel sur les réseaux sociaux sélectionnés</b>	<b>4 heures</b>
<p><b>Déterminer son identité de marque</b> Panorama des identités de marque existantes Établir 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><b>Création et paramétrage du compte entreprise</b> 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><b>Validation, évaluation et axes d'amélioration</b> Contrôle des profils créés et feedback sur les optimisations possibles</p> <p>Cas pratique : Présentation des comptes créés et recommandations d'amélioration</p>	
<p><b>MODULE 4 : Établir un calendrier de publication optimisée sur les réseaux sociaux</b></p>	<p><b>4 heures</b></p>
<p><b>Définir un listing de contenu</b> Trouver les idées et thèmes de contenu</p> <p><b>Définir un rythme de publication adapté</b> 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><b>Créer un calendrier éditorial</b> Organiser son contenu et publications</p> <p><b>Cas pratique</b> Présentation des plannings éditoriaux élaborés Feedback</p>	
<p><b>MODULE 5 : Produire des contenus écrits et visuels attractifs pour les réseaux sociaux</b></p>	<p><b>6 heures</b></p>
<p><b>Créer des visuels attractifs et impactant avec CANVA</b> 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><b>Rédiger des contenus percutants avec CANVA pour les réseaux sociaux</b> 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><b>MODULE 6 : Produire des vidéos promotionnelles (Réels) mettant en avant son activité professionnelle</b></p>	<p><b>4 heures</b></p>
<p><b>Introduction et enjeux des vidéos sur les réseaux sociaux</b> 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><b>Concevoir une vidéo promotionnelle engageante</b>  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><b>Montage et édition vidéo avec des outils accessibles</b>  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><b>Publication et optimisation pour l'engagement</b>  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><b>MODULE 7 : Exploiter les données issues des indicateurs de performance établis</b></p>	<p><b>2 heures</b></p>
<p><b>Analyser et interpréter les indicateurs de suivi</b>  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><b>Sensibilisation aux interactions avec sa communauté</b>  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>Evaluation :  Quiz final pour valider les acquis  Présentation des stratégies d'interaction mises en place à partir des exercices pratiques</p>	