



**32 RUE DE PARIS
92100 BOULOGNE-BILLANCOURT
SIRET : 94230906300017
SASU au capital de 1500 euros
Tél : 07 58 26 11 50
NDA : 11923008292**

PROGRAMME DE FORMATION

Intitulé :

Communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir sa TPE.

Objectifs :

L'objectif de la certification est de permettre aux créateurs d'une TPE, aux dirigeants de TPE ou à leurs collaborateurs directs en charge de la communication de maîtriser leur communication d'entreprise sur les réseaux sociaux.

Ils pourront ainsi déterminer leur stratégie de communication liée à l'entreprise, identifier les réseaux sociaux appropriés et créer une page entreprise sur les réseaux choisis.

Les apprenants pourront enfin en toute autonomie, élaborer et mettre en place leur stratégie éditoriale, animer leur(s) page(s) avec du contenu commercial et informatif sur les produits et l'entreprise.

Compétences attestées :

- 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 afin d'établir un planning d'actions et ainsi organiser une régularité dans la ligne éditoriale.
- Créer des contenus réseaux sociaux engageant, 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.
- 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 publics visés et d'optimiser la performance de ses publications.

Pré-requis :

Maîtrise des outils bureautiques (traitement de texte, traitement des images, navigation internet, tableur) ; ii) Aisance dans le rédactionnel et le traitement de données chiffrées; iii) Disposer d'un ordinateur (PC ou Mac) et d'une connexion Internet haut-débit ».

Public ciblé :

La certification s'adresse aux créateurs d'une TPE, aux dirigeants de TPE ou à leurs collaborateurs directs en charge de la communication, ayant le projet de promouvoir les activités de la TPE via les réseaux sociaux.

Durée totale :

28 heures (dont 20 heures synchrone et 8 heures asynchrone).

Prix :

Prix de la formation : 1600 €

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques :

Le format 100 % à distance individuel ou collectif (synchrone et asynchrone) et permet une certaine souplesse (rythme, outils numériques, accessibilité à domicile), et peut être renforcé par :

- L'utilisation d'outils compatibles avec les lecteurs d'écran (Zoom).
- L'envoi de supports de cours en version accessible (PDF balisé, police agrandie, audio, etc.).
- Des plages horaires aménagées en cas de fatigabilité ou de pathologies spécifiques.

Une analyse préalable des besoins spécifiques est réalisée dès l'inscription afin de proposer des adaptations pédagogiques, organisationnelles ou techniques appropriées et de l'informer sur les modalités de passage de la certification.

En fin de formation le stagiaire doit présenter un projet professionnel portant sur la stratégie de communication avec remise d'un rapport et une soutenance orale et répondre à un QCM portant sur les connaissances théoriques et pratique de communication sur les réseaux sociaux pour promouvoir sa TPE.

Modalités d'assistance technique :

Contact en cas de problèmes techniques par téléphone ou par mail :

- Mme Megane AUBERT
- Tél : 07 58 26 11 50
- Mail : tecforma92@gmail.com

Réponse sous 48 heures.

Délai d'accès à la formation :

Délai variable selon les financements. Pour les formations financées par le CPF, il devra s'écouler au moins 14 jours entre la date de confirmation de commande de la formation et son démarrage effectif (délai légal de rétractation).

Évaluations formatives :

Tout au long du parcours de formation à la fin de chaque module des tests et quizz sont effectués.

Évaluations certificatives :

Conception et mise en place d'une stratégie de communication et éditoriale d'une entreprise TPE via les réseaux sociaux avec remise d'un rapport et soutenance orale.

Certification visée :

La formation mène à la certification RS7200 enregistrée au Répertoire Spécifique de France Compétences le 25/05/2025, intitulée 'Communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir sa TPE' et détenue par Créactifs. Lien France Compétences :

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/7200/>)

Personnes en situation de handicap :

Notre organisme de formation s'engage à rendre cette formation accessible à tous les publics, y compris les personnes en situation de handicap.

À cet effet un référent handicap est désigné pour accueillir, informer et accompagner les personnes concernées tout au long de la formation.

- Mme Megane AUBERT
- Tél : 07 58 26 11 50
- Mail : tecforma92@gmail.com

MODULE 1 — Définir une stratégie Sociale Media adaptée :

Durée : 5h (3h30 synchrone + 1h30 asynchrone)

Compétence préparée : C1

- Concevoir une stratégie de communication digitale réaliste pour sa TPE.
- Identifier ses cibles prioritaires et définir ses personas.
- Fixer des objectifs SMART et allouer un budget cohérent.

Contenus de formation :

- Diagnostic des ressources internes (temps, budget, compétences).
- Méthodologie de création de personas et parcours client.
- Définition des indicateurs de réussite (KPIs).

Modalités Pédagogiques :

- Synchrone : Classe interactive et atelier de co-construction stratégique.
- Asynchrone : Module sur les fondamentaux du marketing et quiz de validation.

MODULE 2 — Sélection les plateformes et analyser le marché :

Durée : 5h (3h30 synchrone + 1h30 asynchrone)

Compétence préparée : C2

Objectifs opérationnels :

- Sélectionner Instagram et TikTok en fonction de son public cible.
- Comparer les positionnements des réseaux pour identifier les bonnes opportunités.
- Analyser les pratiques de la concurrence sectorielle.

Contenus de formation :

- Étude comparative des écosystèmes Instagram vs TikTok.
- Benchmark concurrentiel et identification des tendances virales.
- Analyse des niches de communautés spécifiques à la TPE.

Modalités Pédagogiques :

- Synchrone : Démonstration d'outils de veille en direct et analyse de comptes types.
- Asynchrone : Vidéos interactives sur le fonctionnement des algorithmes.

MODULE 3 — Créer et paramétrer ses pages professionnelles :

Durée : 5h (3h30 synchrone + 1h30 asynchrone)

Compétence préparée : C3

Objectifs opérationnels :

- Configurer des comptes professionnels optimisés (SEO Social).
- Intégrer les éléments d'identité visuelle de la marque.
- Maîtriser les fonctionnalités techniques (boutons d'action, liens).

Contenus de formation :

- Optimisation des biographies et paramétrage des outils business.
- Application de la charte graphique (logos, bannières, unes).
- Sécurité et confidentialité des comptes professionnels.

Modalités Pédagogiques :

- Synchrone : Travail guidé pour la création et le réglage des comptes.
- Asynchrone : Tutoriels vidéos sur le paramétrage avancé et la sécurisation.

MODULE 4 — Élaborer sa stratégie éditoriale et son planning :

Durée : 4h (3h synchrone + 1h asynchrone)

Compétence préparée : C4

Objectifs opérationnels :

- Définir une ligne éditoriale cohérente avec l'image de la TPE.
- Identifier ses piliers de contenu pour assurer la régularité.
- Établir un calendrier de publications mensuel.

Contenus de formation :

- Choix du ton de voix et des thématiques de prise de parole.
- Méthodologie de construction du calendrier éditorial.
- Utilisation des outils de planification et de programmation.

Modalités Pédagogiques :

- Synchrone : Atelier de brainstorming collectif et manipulation d'outils de planning.
- Asynchrone : Module e-learning sur le copywriting et l'écriture pour le web.

MODULE 5 — Créer des contenus engageants avec l'IA :

Durée : 5h (3h30 synchrone + 1h30 asynchrone)

Compétence préparée : C5

Objectifs opérationnels :

- Concevoir des vidéos (Reels/TikTok) et visuels percutants.
- Rendre les contenus accessibles (sous-titrage pour le handicap).
- Optimiser sa production grâce aux outils d'IA générative.

Contenus de formation :

- Techniques de tournage et montage vidéo sur smartphone.
- Chapitre IA : génération d'idées, de scripts et de légendes.
- Accessibilité numérique (sous-titres automatiques, contrastes).

Modalités Pédagogiques :

- Synchrone : Démo en direct des outils d'IA et atelier de montage vidéo.
- Asynchrone : Tutoriels avancés sur les effets vidéo et l'accessibilité.

MODULE 6 — Piloter la performance et l'e-réputation :

Durée : 4h (3h synchrone + 1h asynchrone)

Compétence préparée : C6

Objectifs opérationnels :

- Cultiver la e-réputation et gérer les interactions clients.
- Lancer des actions publicitaires simples pour booster la TPE.
- Analyser les statistiques pour optimiser la stratégie.

Contenus de formation :

- Gestion des avis, modération et image de marque.
- Initiation au gestionnaire de publicités (Ads).
- Suivi et interprétation des indicateurs clés (portée, engagement).

Modalités Pédagogiques :

- Synchrones : Analyse de rapports statistiques et étude de cas de gestion de crise.
- Asynchrone : Parcours scénarisé sur la publicité et quiz final.