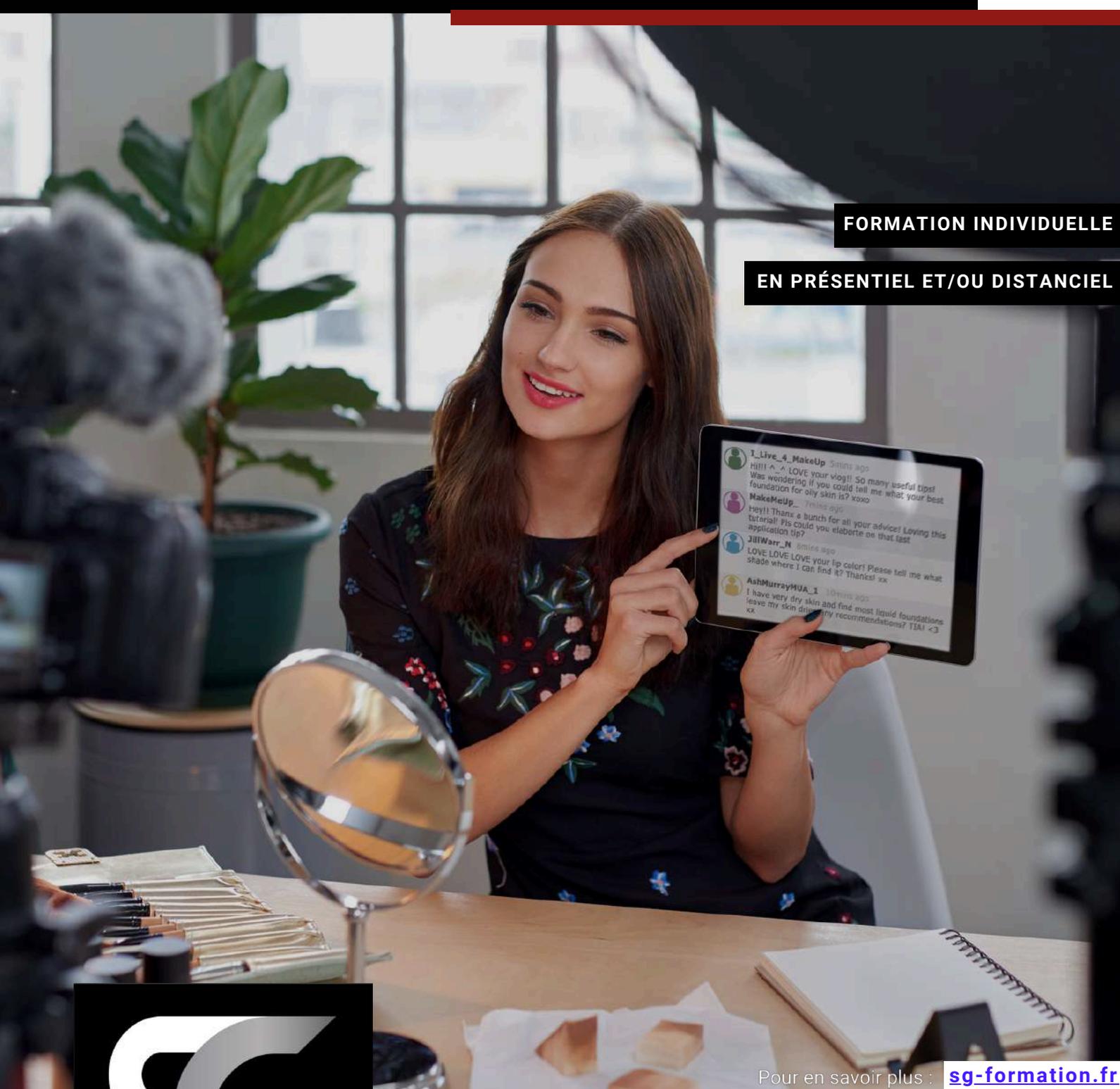


# COMMUNIQUER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR PROMOUVOIR SA TPE

FORMATION INDIVIDUELLE

EN PRÉSENTIEL ET/OU DISTANCIEL



Pour en savoir plus : [sg-formation.fr](https://sg-formation.fr)



ORGANISME DE FORMATION

SG FORMATION (SARL)

03 10 45 21 85

326 Rue Verte, 59141 Thun-l'Évêque

[audrey@sg-formation.fr](mailto:audrey@sg-formation.fr)

# COMMUNIQUER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR PROMOUVOIR SA TPE

FORMATION INDIVIDUELLE EN PRESENTIEL OU DISTANCIEL SYNCHRONE

## DURÉE

28 h (4 jours)

## PUBLIC VISÉ

Indépendants, salariés et entreprises ou encore les créateurs d'entreprise ou chefs d'entreprises de TPE souhaitant gérer eux-mêmes leur présence sur les réseaux sociaux et promouvoir leurs activités.

## MODALITÉS D'ACCÈS

Nos formations sont ouvertes **toute l'année** (*contactez-nous*)

## ACCESSIBILITÉ

Une **adaptation** des formations pour les **personnes en situation de handicap** est possible.

**Les lieux de formation seront accessibles aux personnes en situation de handicap.**

Une vérification sera établie. *Nous contacter : (Audrey, référent Handicap : 06 58 30 42 22)*

## MOYENS PÉDAGOGIQUES

Formateur spécialisé - Supports pédagogiques (Power-Point - Livret apprenant) -  
Suivi du programme de formation

## SUIVI, ÉVALUATION, SANCTION

→ Moyens permettant de suivre l'action de formation

- Plans d'action de formation

→ Moyens permettant le positionnement de chaque apprenant

- Réalisation de travaux durant la formation (Exercices et mise en situation...)

→ Moyens permettant d'en évaluer les résultats

- Préparation écrite et mise en situation professionnelle

→ Sanction

- Délivrance d'une attestation d'assiduité
- Formation Certifiante : Passage de la **certification CREATIFS - RS6083 « Communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir sa TPE**

## Certification visée

- Cette formation prépare à la certification **Communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir sa TPE**, enregistrée auprès de France Compétences sous le numéro **RS6083** par l'organisme de formation **CréActifs** (date de décision : 20-07-2022).

## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

### A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Élaborer une stratégie de médias sociaux en fonction de votre entreprise, de votre audience cible et de vos objectifs commerciaux.
- Analyser et comparer les réseaux sociaux pour déterminer les plus adaptés à votre entreprise.
- Identifier le ou les réseaux sociaux en comparant leurs positionnements sur le marché.
- Créer et personnaliser une page de présentation de votre entreprise sur les réseaux sociaux sélectionnés.
- Développer une stratégie éditoriale en prenant en compte vos objectifs en termes de qualité, de quantité et de calendrier.
- Animer la présence de votre entreprise en publiant du contenu varié, qu'il s'agisse de contenu promotionnel, d'informations sur les produits, ou de médias.
- Favoriser et entretenir la réputation en ligne de votre entreprise.

## PRÉREQUIS

- Maîtrise des outils bureautiques (traitement de texte, traitement des images, navigation internet, tableur)
- Aisance dans le rédactionnel et le traitement de données chiffrées

# CERTIFICAT

## CERTIFICATION CREATIFS

### Objectifs et contexte de la certification

Cette certification s'adresse aux créateurs d'entreprise et aux chefs d'entreprises de TPE souhaitant gérer eux-mêmes leur présence sur les réseaux sociaux et promouvoir leurs activités.

L'objectif de la certification est de permettre aux entrepreneurs de TPE 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 pertinents 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

Si le participant obtient la certification « Communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir sa TPE », il sera capable de :

- Définir une stratégie sur les réseaux sociaux, adaptée au métier de chef d'entreprise de TPE et en lien avec son activité, son public cible et ses objectifs commerciaux
- Identifier la ou les plateforme(s) de réseaux sociaux en comparant leurs positionnements sur le marché
- Créer et concevoir une page de présentation de son entreprise sur les réseaux sociaux choisis
- Elaborer une stratégie éditoriale en tenant compte des spécificités propre au métier de chef d'entreprise de TPE : objectifs qualitatifs, quantitatifs et temporels
- Animer la page de son entreprise en publiant des posts (du contenu commercial, des informations sur les produits et sur l'entreprise, du contenu multimédia)
- Cultiver la e-réputation de son entreprise en mettant en place des actions publicitaires sur le ou les réseaux sociaux concernés

### **Modalités d'évaluation**

A l'issue de la formation, le candidat devra remettre un dossier de projet professionnel présentant sa stratégie de communication et éditoriale. Il présentera ensuite cette même stratégie ainsi que la page professionnelle sur le ou les réseaux sélectionnées, lors d'une soutenance orale devant un jury professionnel.

### **Déroulé des épreuves d'évaluation**

- Dossier de projet professionnel à remettre au minimum 2 semaines avant la soutenance orale. Soutenance orale : 20 min de présentation et 10 min de Q/R avec le jury.

# PROGRAMME

## JOUR 1

### **MODULE 1 : L'UTILISATION PROFESSIONNELLE DES MÉDIAS SOCIAUX**

- Un survol des principales caractéristiques des réseaux sociaux
- La compréhension des divers algorithmes en jeu
- La transition d'un profil personnel à un profil professionnel
- L'intégration de votre compte Facebook avec Instagram
- La rédaction efficace de votre biographie, de vos coordonnées, de votre plan d'accès (Accessibilité PMR) et de vos publications, ainsi que la sélection judicieuse des hashtags
- La création de visuels percutants en utilisant des outils tels que Canva

## JOUR 2

### **MODULE 2 : L'ÉLABORATION DE VOTRE STRATÉGIE DE COMMUNICATION**

- Faire en sorte que vos publications soient visibles et ciblent vos prospects
- Définir vos objectifs et votre public cible
- Mettre en place votre stratégie de communication
- Établir une ligne éditoriale adaptée à votre audience
- Réfléchir à votre stratégie éditoriale : pourquoi publier et quand le faire ?
- Supprimer les obstacles à la consommation : comment rendre vos contenus accessibles ?
- Explorer les différents types de contenu à publier
- Participer à un atelier pratique : élaborer un calendrier éditorial
- Analyse des pratiques de la concurrence afin de cibler les bonnes communautés

## **JOUR 3**

### **MODULE 3 : AUGMENTER VOTRE VISIBILITÉ EN LIGNE**

- Accroître le trafic naturel vers votre site
- Augmenter votre base d'abonnés
- Différencier votre contenu pour obtenir un rapport élevé entre abonnés et visiteurs grâce à des publications uniques
- Gérer la modération, par exemple, en répondant aux commentaires négatifs
- Sélectionner les indicateurs de performance pertinents
- Optimiser votre budget pour une meilleure efficacité
- Optimiser votre emploi du temps en utilisant des outils de planification

### **MODULE 4 : ÉLARGIR ET RENFORCER VOTRE COMMUNAUTÉ EN LIGNE**

- Identifier les influenceurs les plus appropriés pour votre domaine d'activité
- Collaborations et mises en avant avec des influenceurs
- Travailler avec des influenceurs : évaluation des risques et bonnes pratiques
- Tarification et modalités de travail avec des influenceurs

## **JOUR 4**

### **MODULE 5 : UTILISATION DES RÉSEAUX SOCIAUX POUR DÉVELOPPER VOTRE ENTREPRISE, Y COMPRIS LA PUBLICITÉ**

- Organisation de jeux ou de concours sur les réseaux sociaux
- Commercialisation de vos produits sur les réseaux sociaux, tels qu'Instagram Shopping
- Exécution de publicités ciblées via des posts et des stories sponsorisés
- Utilisation de la publicité pour obtenir des conversions à un coût moindre
- Les avantages d'Instagram et de son format publicitaire.