



Programme Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux



Objectif de la formation :

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Cap' Définir une stratégie commerciale adaptée aux réseaux sociaux.
- Cap' Choisir et utiliser les réseaux pertinents pour sa cible.
- Cap' Créer et optimiser des comptes professionnels.
- Cap' Planifier et piloter une communication régulière.
- Cap' Produire des contenus et vidéos adaptés à sa communauté.
- Cap' Suivre les résultats et ajuster la stratégie.

Conditions d'accès

La certification s'adresse aux 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.

Prérequis :

Le candidat devra présenter des connaissances en numérique. Afin de vérifier son niveau de connaissance un test sera réalisé lors de son inscription.

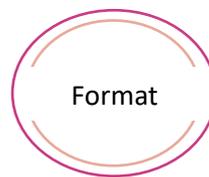
Sa candidature sera validée dès obtention de 500 points au test de connaissances. Autre prérequis – avoir un projet de développement de son activité commerciale par les réseaux sociaux afin de rendre opérationnelles les compétences acquises.

Organisation de la formation



Durée

14h
Soit 2 jours



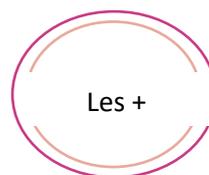
Format

Présentiel
Inter – Intra
Castres, Carcassonne,
L'Union, Rodez



Dates

A définir



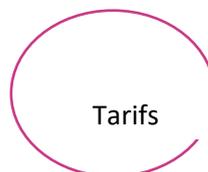
Les +

Intervenant diplômé
Formation personnalisable
Ludo pédagogie



Participant

Nom : Prénom



Tarifs

Nous consulter



Contenu de la formation :

Module 1 – Définir les objectifs commerciaux et analyser la cible

- Identifier les objectifs commerciaux spécifiques (prospects, notoriété, offres...).
- Analyser les caractéristiques des clients et prospects (âge, localisation, revenus, centres d'intérêts...).
- Identifier les ressources disponibles (humaines, techniques, financières).

Exercice pratique :

- Définir ses propres objectifs, cible et ressources.

Évaluation :

- Les objectifs sont réalistes et adaptés au potentiel des réseaux sociaux.
- La cible est correctement définie.

Module 2 – Comparer et choisir les réseaux sociaux

- Panorama des réseaux sociaux et de leurs utilisateurs (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok...).
- Avantages/inconvénients par cible et objectifs.
- Formats et bonnes pratiques par plateforme.

Exercice pratique :

- Comparer les réseaux et justifier les choix en fonction de sa stratégie.

Évaluation :

- Pertinence du choix des réseaux par rapport aux objectifs et à la cible.



Module 3 – Créer et configurer des comptes professionnels

- Créer un compte entreprise sur les réseaux choisis.
- Respecter la charte graphique et identité visuelle.
- Compléter les informations utiles et attractives pour les visiteurs.

Exercice pratique :

- Décrire la procédure de création d'un compte sur l'un des réseaux choisis.

Module 4 – Planifier la publication de contenus

- Déterminer le rythme éditorial selon la cible et les ressources.
- Élaborer un calendrier de publication.
- Découvrir les outils de planification et de suivi (Hootsuite, Buffer, Analytics...).

Exercice pratique :

- Proposer un planning type avec outils de suivi.

Module 5 – Rédiger des contenus et créer des visuels impactants

- Adapter le ton et le style de communication à la cible.
- Rédiger des publications claires et engageantes.
- Créer des visuels cohérents et attractifs (Canva, modèles...).

Exercice pratique :

- Réaliser un post complet (texte + visuel) en respectant la ligne éditoriale.



Module 6 – Concevoir des vidéos promotionnelles

- Principes d'une vidéo réussie (message, durée, formats...).
- Outils pour réaliser des vidéos simples et esthétiques.
- Respecter les codes de chaque réseau.

Exercice pratique :

- Décrire la conception d'une vidéo adaptée à sa stratégie.

Module 7 – Suivre les résultats et animer la communauté

- Identifier et analyser les indicateurs clés (vues, likes, abonnés...).
- Réagir et interagir avec la communauté.
- Ajuster la stratégie en fonction des résultats.

Exercice pratique :

- Décrire sa méthodologie de suivi et de réponse.

Évaluation finale

Durée : 90 Minutes

- Test sur les 9 enjeux du numérique (collaboratif, communication, contenus, data, e-commerce, UX, mobiles, technologie, webmarketing).
- Réussite si $\geq 50\%$ de bonnes réponses.

Moyen pédagogiques et techniques

Pédagogiques

-  Méthodes Pédagogiques actives
-  Technique d'animations proactive
-  Ludo pédagogie
-  Mise en situation réalistes
-  Expertise des formateurs

Techniques

-  Salle équipée
-  Vidéo projecteur
-  Ordinateurs portables avec suite bureautique



Cap' Formations



07-57-00-88-58



2 rue Claude Berthollet
81100 Castres



contact@capformationstarn.fr

Validation de la Formation :

Certificat de réalisation
Certification

Moyens et méthodes d'évaluation

Moyens

-  Feuille de présences signées par le stagiaire et le formateur toutes les demi-journées.
-  Certificat de réalisation de l'action de formation.

Méthodes

-  Quiz
-  Ateliers
-  Tests
-  Mise en situation
-  Questionnaire de satisfaction de la formation à chaud et à froid.