



Programme de Formation: Communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir sa TPE

Ce programme vise à fournir aux participants les compétences et les connaissances nécessaires pour gérer efficacement la communication de leur TPE sur les réseaux sociaux. Il explore les aspects clés de la création et de la gestion de comptes professionnels, la définition d'une stratégie éditoriale, l'animation de la communauté en ligne et l'utilisation de publicités ciblées. À l'issue de la formation, grâce à des mises en pratique concrètes, les participants seront capables de promouvoir efficacement leur activité en ligne, d'augmenter leur visibilité, et de cultiver une e-réputation solide.

Prix: 3500€

Durée: 28 heures en présentiel

Public visé:

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

Pré-requis:

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

Accessibilité:

Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap. Si votre situation nécessite des aménagements spécifiques, n'hésitez pas à contacter notre référent handicap, Boukari Médina, par téléphone au **0760 97 67 63** ou par mail à contact@magistralschool.com.

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).

Responsable pédagogique: Matthieu Boisselier : contact@magistralschool.com

Objectifs pédagogiques

- 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)
- 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 (i.e Canva)
- 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

Contenu de la formation

MODULE 1 : Fondamentaux et Définition de la Stratégie

- Identifier les réseaux sociaux adaptés aux TPE et comprendre leurs spécificités.

MAGISTRAL SCHOOL " Faites un pas vers le futur"- E-mail : contact@magistralschool.com -Tel : 0760 97 67 63 - SIRET: 978 345 478 00017

NDA: 01973569397 délivré par le Préfet de la région de Guadeloupe. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'état.
Version 3 MaJ 17/07/25

- Comprendre l'impact du digital sur le parcours client et les attentes des consommateurs.
- Définir une stratégie en fonction des objectifs (notoriété, acquisition, fidélisation) et du public cible.
- Mobiliser les ressources nécessaires (humaines, financières, techniques) et établir un premier plan d'action.

MODULE 2 : Sélection des Plateformes et Veille Concurrentielle

- Comparer les caractéristiques, forces et faiblesses des plateformes sociales (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, Twitter...).
- Analyser la concurrence : observer les pratiques, identifier les tendances et benchmarker les concurrents.
- Choisir les réseaux les plus pertinents en fonction de la cible et du secteur d'activité.
- Mettre en place une veille active pour ajuster sa stratégie en temps réel.

Module 3 : Création et optimisation des pages entreprises

- Paramétrer une page professionnelle (Facebook, Instagram, LinkedIn...) et comprendre les fonctionnalités avancées.
- Rédiger une biographie percutante et cohérente avec l'image de marque.
- Ajouter et optimiser les éléments visuels (logo, bannières, images de marque).
- Optimiser la visibilité avec des bonnes pratiques SEO pour les réseaux sociaux.
- Utiliser des outils gratuits et accessibles pour créer des visuels attractifs (Canva, Photoshop Express).
- Étudier des exemples de pages bien optimisées et analyser leurs forces.

MODULE 4 : Stratégie Éditoriale et Planification

- Définir des objectifs de communication clairs et des indicateurs de performance mesurables.
- Sélectionner les formats de publication adaptés (images, vidéos, infographies, carrousels, reels...).
- Structurer un calendrier éditorial efficace et adapter la fréquence des publications en fonction de l'audience.
- Créer du contenu engageant et storytelling pour capter l'attention.
- Utiliser des outils de planification pour automatiser et organiser les publications.

MODULE 5 : Création de contenus engageants avec l'IA et les outils de design

- Utiliser des outils d'IA générative (textes, images, vidéos) pour créer du contenu adapté aux réseaux sociaux.
- Concevoir des visuels avec des outils de design graphique (ex : Canva) en respectant la charte graphique de l'entreprise.
- Définir un ton éditorial cohérent avec sa communauté cible.
- Appliquer les principes d'accessibilité (sous-titrage, description d'image, contraste, etc).
- Adapter le format et la longueur des contenus aux spécificités de chaque réseau.
- Favoriser l'interaction avec les utilisateurs (call to action, storytelling, gamification...).

MODULE 6 : Gérer la e-réputation et les crises sur les réseaux sociaux

- Identifier les leviers de la e-réputation (avis, commentaires, influence, SEO social).

- Répondre aux avis positifs et négatifs de manière professionnelle.
- Anticiper et gérer les situations de crise ou "bad buzz".
- Mettre en place une veille réputationnelle.
- Utiliser les données analytiques des plateformes pour ajuster sa stratégie.
- Collaborer avec des micro-influenceurs et ambassadeurs pertinents.
- Paramétrer une campagne publicitaire simple sur les réseaux.

Organisation de la formation

Modalités pédagogiques

- En présentiel : Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation ou en distanciel synchrone.
- Documents supports de formation
- Exercices pratiques sur ordinateur
- Étude de cas concrets
- Ateliers collaboratifs

Dispositif de suivi de la formation

- Feuilles de présence.
- Questions orales ou écrites (QCM).
- Certificat de réalisation de l'action de formation.

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 voici le lien :

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