

DÉVELOPPER L'ACTIVITÉ COMMERCIALE PAR LES RÉSEAUX SOCIAUX.

Cette formation permet aux entrepreneurs et dirigeants de TPE/PME de concevoir et déployer une stratégie commerciale efficace sur les réseaux sociaux. Les participants apprennent à définir des objectifs SMART, choisir les plateformes adaptées, créer des contenus accessibles et responsables avec l'appui de l'IA générative, produire des vidéos promotionnelles et piloter leurs résultats à l'aide d'indicateurs de performance.

Durée

14.00 heures (2.00 jours)

Formation 100% synchrone en présentiel ou en classe virtuelle selon la session sélectionnée sur Mon Compte Formation.

Profils des apprenants

Dirigeants de TPE/PME indépendants et leurs collaborateurs en charge de leur communication devant acquérir des compétences complémentaires en lien avec le développement de l'activité commerciale par les réseaux sociaux.

Prérequis :

- Avoir un projet de développement de son activité commerciale par les réseaux sociaux afin de rendre opérationnelles les compétences acquises.
- Le candidat devra présenter des connaissances en numérique et disposer d'un ordinateur connecté à Internet.

Accessibilité et délais d'accès

Pour les personnes en situation de handicap, nous étudions les actions que nous pouvons mettre en place pour favoriser leur apprentissage à travers un questionnaire avant formation. Nous nous appuyons également sur un réseau de partenaires locaux.

Référente handicap : maud.hoffmann@axio-formation.com

L'inscription définitive intervient exclusivement après validation de la commande par le titulaire sur la plateforme Mon Compte Formation.



Pour les inscriptions réalisées via Mon Compte Formation, les informations précontractuelles complètes relatives à la session, au prix, aux dates, aux horaires, aux modalités d'inscription, aux conditions de financement, aux modalités de certification et aux éventuels frais annexes sont accessibles sur la fiche EDOF correspondante avant validation de la commande..

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES.

- Définir des objectifs commerciaux SMART en tenant compte de sa cible et de ses ressources.
- Comparer au moins trois réseaux sociaux et analyser les pratiques de deux entreprises concurrentes afin de sélectionner les plateformes adaptées.
- Créer ou enrichir un compte entreprise en respectant les usages de la plateforme et l'identité visuelle de l'organisation.
- Elaborer une stratégie responsable intégrant un rythme de publication, un outil de suivi, des mesures d'accessibilité et une mesure écoresponsable.
- Concevoir des contenus rédactionnels, visuels ou publicitaires adaptés à la cible, notamment à l'aide d'un outil IA générative.
- Créer et adapter une vidéo promotionnelle aux codes et contraintes d'un réseau social.
- Construire un tableau de bord, analyser au moins quatre indicateurs de performance et proposer des ajustements de la stratégie.

1 - Définir les objectifs commerciaux SMART

- Identifier les enjeux commerciaux de l'entreprise : acquisition, engagement, audience, notoriété, génération de demandes ou ventes.
- Différencier objectif commercial, objectif de communication et indicateur de performance.
- Formuler des objectifs spécifiques, mesurables, atteignables, réalistes et temporellement définis.
- Identifier au moins trois caractéristiques-clés des clients et prospects : âge, localisation, profession, centres d'intérêt, comportements ou besoins.
- Recenser les ressources humaines, financières, techniques et temporelles mobilisables.
- Mettre en cohérence les objectifs, la cible et les ressources disponibles.
- Compétence visée : C1 – Définir les objectifs commerciaux SMART à atteindre Nombre de points traités : 6
- Modalités d'évaluation des compétences pendant la formation : Exercice pratique individuel à partir du projet du participant.

2 – Comparer les réseaux sociaux et analyser la concurrence

- Identifier les caractéristiques des principaux réseaux sociaux : LinkedIn, Facebook, Instagram, TikTok, YouTube et autres plateformes pertinentes selon le projet.
- Comparer au moins trois plateformes selon : la typologie des utilisateurs, les formats disponibles, les principales fonctionnalités, les opportunités commerciales, les moyens nécessaires.
- Réaliser une analyse technologique et concurrentielle.
- Identifier les pratiques d'au moins deux entreprises du même secteur et de taille comparable.
- Sélectionner et justifier le ou les réseaux sociaux les plus pertinents au regard des objectifs, de la cible et des ressources.
- Compétence visée : C2 – Comparer les réseaux sociaux et sélectionner les plateformes pertinentes Nombre de points traités : 5
- Modalités d'évaluation des compétences pendant la formation : Étude de cas appliquée au projet du participant.

3 –Créer ou enrichir un compte entreprise

- Choisir entre création, optimisation ou enrichissement d'un compte existant.
- Respecter les règles, normes et usages de la plateforme sélectionnée.
- Structurer les informations de contact et de présentation : nom et activité, coordonnées, site Internet, localisation, horaires, description de l'offre, appel à l'action, références ou réalisations.
- Identifier au moins cinq informations utiles ou impactantes pour les utilisateurs.
- Décliner l'identité visuelle : logo, couleurs, images, typographies, bannières et cohérence des publications.
- Appliquer au moins deux bonnes pratiques liées à l'identité visuelle.
- Compétence visée : C3 – Créer ou enrichir un compte entreprise sur les réseaux sociaux sélectionnés Nombre de points traités : 6
- Modalités d'évaluation des compétences pendant la formation : Mise en situation pratique.

4 – Élaborer une stratégie responsable de publication

- Définir une ligne éditoriale cohérente avec la marque et la cible.
- Déterminer les thématiques, formats, rubriques et piliers de contenus.
- Définir un rythme de publication précis et réaliste.
- Justifier la fréquence retenue selon les comportements de la cible et les ressources disponibles.
- Sélectionner un outil de planification, de gestion ou de monitoring.
- Construire un calendrier éditorial.
- Intégrer des mesures d'accessibilité : sous-titrage et transcription des vidéos, texte alternatif des images, contrastes suffisants, langage clair, limitation du texte intégré aux visuels, structuration lisible des publications.
- Intégrer une mesure écoresponsable : compression des images et vidéos, limitation des fichiers inutilement lourds, adaptation de la durée des vidéos, réutilisation raisonnée des contenus, choix d'une fréquence adaptée plutôt qu'une publication excessive.
- Compétence visée : C4 – Élaborer une stratégie responsable de développement commercial par les réseaux sociaux Nombre de points traités : 8
- Modalités d'évaluation des compétences pendant la formation : Atelier de production.



5 - Concevoir des contenus percutants avec l'IA générative

- Adapter l'accroche, le ton, le message et la signature à la cible.
- Concevoir différents contenus : publication informative, publication commerciale, contenu visuel, contenu publicitaire ou promotionnel, appel à l'action.
- Assurer la cohérence entre le texte, le visuel et l'identité de l'entreprise.
- Formuler des réponses adaptées aux commentaires positifs, négatifs, interrogatifs ou sensibles.
- Préserver l'image de l'entreprise dans les interactions avec la communauté.
- Utiliser un outil d'intelligence artificielle générative pour générer, optimiser ou personnaliser un contenu.
- Structurer un prompt en précisant : le contexte, l'objectif, la cible, le format, le ton, les contraintes, le résultat attendu.
- Vérifier, corriger et personnaliser les productions générées par l'IA.
- Compétence visée : C5 – Concevoir des contenus rédactionnels, visuels ou publicitaires percutants avec l'appui de l'IA générative Nombre de points traités : 9
- Modalités d'évaluation des compétences pendant la formation : Exercice pratique de création de contenus.

6 - Concevoir une vidéo promotionnelle

- Définir une thématique unique et un message principal.
- Construire un scénario ou un storyboard court.
- Adapter la durée, le format, le cadrage et le rythme à la plateforme cible.
- Créer une accroche permettant de capter rapidement l'attention.
- Renforcer la mémorisation du message.
- Ajouter des sous-titres et des éléments graphiques adaptés.
- Utiliser les effets visuels ou sonores avec mesure.
- Ajouter un élément différenciant ou original sans nuire à la lisibilité.
- Respecter les codes et les contraintes techniques du réseau choisi.
- Compétence visée : C6 – Concevoir des vidéos promotionnelles adaptées aux réseaux sociaux Nombre de points traités : 9
- Modalités d'évaluation des compétences pendant la formation : Mise en situation de conception vidéo.



7 - Mesure de la performance et gestion de la relation avec les utilisateurs :

- Identifier les sources de données disponibles sur les plateformes.
- Construire un tableau de bord personnalisé.
- Sélectionner au moins quatre KPI cohérents avec les objectifs : portée, impressions, engagement, clics, taux de clic, évolution de l'audience, nombre de prospects, conversions, coût par résultat.
- Distinguer les indicateurs de visibilité, d'engagement et de conversion.
- Analyser les écarts entre les objectifs et les résultats.
- Identifier les contenus et canaux les plus performants.
- Proposer et justifier au moins un ajustement : modification du format, évolution du rythme, adaptation du message, évolution de la cible, changement de plateforme, modification de l'appel à l'action.
- Compétence visée : C7 – Exploiter les indicateurs de performance et ajuster la stratégie réseaux sociaux Nombre de points traités : 7
- Modalités d'évaluation des compétences pendant la formation : Exercice pratique de pilotage.

Qualité et indicateurs de résultats

Taux de présence VS taux d'abandon, taux de satisfaction à chaud & à froid, taux de réussite à l'évaluation finale.

ORGANISATION DE LA FORMATION.

Équipe pédagogique

Notre équipe pédagogique maîtrise l'ensemble des sujets proposés à la formation. Nous construisons nos programmes en identifiant les besoins en compétences des futurs apprenants et en collaboration avec nos experts métiers. Axio Formation repose sur une approche personnalisée pour chaque parcours professionnel. Axio Formation accompagne le candidat dans la compréhension des attendus de certification et dans l'organisation du passage de l'évaluation, selon les modalités prévues par le certificateur et précisées sur la fiche EDOF.

La formation est animée par un formateur expert en communication digitale, stratégie social media, création de contenus et animation de communautés en ligne. Nous concevons des formations qualifiantes qui non seulement répondent à vos besoins spécifiques, mais vous préparent aussi à exceller dans votre domaine.

Moyens pédagogiques et techniques

- En présentiel : • Accueil des participants dans une salle dédiée à la formation • Documents supports de formation projetés • Etudes de cas concrets • Quizz et activités collectives en salle • Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation
- En distanciel : • Classes virtuelles via l'interface Digiforma ou Livestorm • Support de formation partagé • Activités d'entraînement en synchrone

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles d'émargement
- Autoévaluation de niveau en début de formation et fin de formation
- Exercices d'entraînement tout au long de la formation
- Questionnaire de satisfaction à chaud et à froid.
- Evaluation finale (test en ligne du certificateur) ou soutenance devant jury d'évaluation selon certificateur.

POUR LES FORMATIONS ÉLIGIBLES AU CPF.

Détails sur la certification :

Titre de la certification : Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux.

Certificateur : Alternative Digitale

Date d'enregistrement : 26-06-2026

RS 7643

Admission après entretien.

Accompagnement Axio : information, préparation, inscription, convocation, calendrier, relance, suivi du passage.

Réussite au test d'Alternative Digitale. Test comportant des questions en QCM et des questions ouvertes sur toutes les connaissances abordées en formation. Le test dure 90 minutes

Le passage de l'évaluation certificative est **obligatoire pour tout candidat mobilisant ses droits CPF**. En cas d'absence ou de refus de présentation à l'évaluation, cette situation est tracée dans le dossier du bénéficiaire et peut avoir une incidence sur la validation de la certification, selon les règles applicables de Mon Compte Formation et du certificateur.

Les modalités complètes de certification, les conditions de passage, les éventuelles dates prévisionnelles, le coût de certification et les informations de session sont précisés sur la fiche EDOF accessible avant validation de la commande.

