

# Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux

Programme de formation. Durée : 14h sur 2 jours

Cette formation prépare à la certification « Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux ». Le certificateur est [Alternative Digitale](#). La certification est enregistrée sous le n° RS6372 chez [France compétences](#).

V1. Dernière mise à jour du document : 14/03/2025

**Formation à distance, en classe virtuelle. Durée 14h sur 2 jours**

## Prérequis

- Le candidat doit présenter des connaissances en numérique. Un test sera réalisé lors de son inscription. Sa candidature sera validée dès obtention de 500 points au test de connaissances. [En savoir plus](#).
- Avoir un projet de développement de son activité commerciale par les réseaux sociaux afin de rendre opérationnelles les compétences acquises

## Public cible

- Dirigeants TPE/PME indépendants
- Collaborateurs des dirigeants TPE/PME en charge de la communication marketing devant acquérir des compétences complémentaires en lien avec le développement de l'activité commerciale par les réseaux sociaux

## Objectifs visés

- cadrer efficacement la stratégie de développement de l'activité commerciale de l'entreprise par l'utilisation des réseaux sociaux
- choisir les réseaux sociaux les plus pertinents en adéquation avec les objectifs commerciaux fixés
- développer la présence de son organisation sur les plateformes digitales
- garantir une diffusion optimale et régulière des informations souhaitées par l'entreprise.
- animer, informer et fidéliser la communauté cible
- animer sa présence digitale par la diffusion de vidéos
- suivre la stratégie de développement de l'activité commerciale de l'entreprise mise en œuvre et garantir ainsi la pérennité et la dynamique du lien entre l'entreprise et les utilisateurs des plateformes sociales

# Méthodes et moyens pédagogiques

- **Classe virtuelle sur Google Meet sur toute la durée de la formation (14h)** en même temps que **votre espace apprenant en ligne** via Digiforma. La plateforme Digiforma respecte les exigences d'accompagnement et de suivi fixées par la réglementation (assistance pédagogique et technique, suivi de progression).
- Les coordonnées de **l'assistance technique et de l'assistance pédagogique** sont indiquées sur le [livret d'accueil](#) remis en début de formation. L'assistance technique et pédagogique est disponible pendant toute la durée de la formation, accessible également via Google chat (possibilité de visio privée et partage d'écran). L'assistance technique est assurée par le référent technique, l'assistance pédagogique est assurée par votre formateur/trice, ou le responsable pédagogique.
- Powerpoints partagés, Vidéos et documents de cours exclusifs (pdf) en ligne, que vous pouvez télécharger.
- 2 Quiz et 1 études de cas expliquée par module
- 1 Cas pratique par module, réalisé sur le drive de Google et avec le soutien de votre formateur/trice en classe virtuelle.

**Volume d'heures de travail personnel** : aucun temps de travail supplémentaire n'est demandé aux stagiaires en dehors des heures de classe virtuelle. Les cas pratique sont réalisés avec le soutien du formateur/de la formatrice.

**Moyens d'encadrement** : nos formateurs attestent d'un parcours professionnel significatif en lien avec le développement commercial par les réseaux sociaux, et de compétences pédagogiques lui permettant de dispenser ce programme.

## Déroulement de la formation

- **Modalités techniques d'accès à la formation** : les lien de connexion à votre espace apprenant et à votre classe virtuelle vous sont fournis dans la convocation par email (48 à 72h avant le début de la formation), accompagné d'un guide pratique de connexion
- **Règlement intérieur et conditions générales d'utilisation de la formation en ligne** : le règlement intérieur ([cliquez ici](#)) et les conditions générales d'utilisation de la formation en ligne ([cliquez ici](#)) sont consultables dès la visite du site internet, nous vous demanderons de vous engager à les lire et à les respecter lors de votre inscription.
- **Modalités de suivi de la formation à distance** : nous utilisons le logiciel Digiforma pour la gestion de notre formation à distance. Ce logiciel nous permet de suivre l'avancement dans votre parcours de formation.
- **Auto-évaluation en cours de formation** : 2 quiz par module, étude des cas expliqués et 1 cas pratique par module
- **Evaluation "à chaud" en fin de formation (et "à froid", 3 mois après la fin de la formation)** : questionnaire de satisfaction et d'évaluation des acquisitions en ligne.
- **Evaluation après la formation** : passage de la certification à distance (voir onglet ci-dessous : passage de la certification à distance).

# PLAN DE LA FORMATION :

## Début de la formation : présentation des intervenants

Durée : 30mn

- **Accueil des stagiaires et bonnes pratiques** dans la classe virtuelle en ligne
- **Présentation du Responsable pédagogique** et rappel des modalités de l'assistance pédagogique et de l'assistance technique.
- **Présentation de l'intervenant(e) formateur(trice)** et premiers échanges avec les stagiaires.
- **Préparation des outils en ligne** qui seront présentés et utilisés pendant la formation (Canva, Capcut,..).

01

## Définir les objectifs commerciaux à atteindre

Durée : 1h30 (inclus la réalisation du quiz et des cas pratiques).

Objectif visé : cadrer efficacement la stratégie de développement de l'activité commerciale de l'entreprise par l'utilisation des réseaux sociaux

### 1.1 Introduction aux objectifs commerciaux

- Comprendre les différents types d'objectifs : acquisition, notoriété, lancement d'une offre.
- Importance de fixer des objectifs mesurables et alignés avec la stratégie de l'entreprise.

### 1.2 Analyse des clients et prospects

- Identifier les besoins et attentes des clients.
- Déterminer les profils et comportements des prospects.

### 1.3 Définir des objectifs adaptés

- Formuler des objectifs commerciaux réalistes.
- Prioriser les objectifs en fonction des ressources disponibles.

### 1.4 Quiz n°1/2 (10 mn)

- Jeux de questions/réponses

### 1.5 Etudes de cas expliquées

### 1.6 Quiz n°2/2 (10 mn)

- Jeux de questions/réponses

## 1.7 Cas pratiques (30mn)

02

### Comparer les différents réseaux sociaux existants, accessibles par ordinateur et par mobile

Durée : 2h (inclus la réalisation du quiz et des cas pratiques).

Objectif visé : choisir les réseaux sociaux les plus pertinents en adéquation avec les objectifs commerciaux fixés.

#### 2.1 Introduction aux réseaux sociaux

- Présentation des principaux réseaux sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, etc.).
- Différences entre utilisation sur ordinateur et mobile.

#### 2.2 Analyse du public visé

- Identifier les caractéristiques du public cible (âge, intérêts, comportements).
- Étudier les utilisateurs déjà présents sur les différentes plateformes.

#### 2.3 Analyse technologique et concurrentielle

- Comparer les fonctionnalités et usages des réseaux sociaux.
- Étudier la présence et les stratégies des concurrents sur ces plateformes.

#### 2.4 Quiz n°1/2 (10 mn)

- Jeux de questions/réponses

#### 2.5 Etudes de cas expliquées

#### 2.6 Quiz n°2/2 (10 mn)

- Jeux de questions/réponses

#### 2.7 Cas pratiques (30 mn)

03

### Créer un compte entreprise, sur les différents réseaux sociaux sélectionnés

Durée : 2h (inclus la réalisation du quiz et des cas pratiques).

Objectif visé : développer la présence de son organisation sur les plateformes digitales

#### 3.1 Introduction à la création de comptes entreprise

- Importance des comptes professionnels pour la visibilité en ligne.
- Présentation des principales plateformes : Facebook, Instagram, LinkedIn, etc.

### 3.2 Paramétrage du compte entreprise

- Étapes pour créer un compte professionnel.
- Renseigner les informations essentielles : nom, description, contact, site web.

### 3.3 Respect de l'identité visuelle

- Intégration du logo, des couleurs et de la charte graphique de l'entreprise.
- Importance de la cohérence visuelle pour la marque.

### 3.4 Adaptation aux us et coutumes des réseaux sociaux

- Comprendre les spécificités de chaque plateforme (ton, formats, attentes des utilisateurs).
- Exemples de bonnes pratiques.

### 3.5 Quiz n°1/2 (10 mn)

- Jeux de questions/réponses

### 3.6 Etudes de cas expliquées

### 3.7 Quiz n°2/2 (10 mn)

- Jeux de questions/réponses

### 3.8 Cas pratiques (30 mn)

04

## Définir un rythme de publication sur les réseaux sociaux choisis

Durée : 2h (inclus la réalisation du quiz et des cas pratiques).

Objectif visé : garantir une diffusion optimale et régulière des informations souhaitées par l'entreprise.

### 4.1 Introduction au rythme de publication

- Importance de la régularité sur les réseaux sociaux.
- Comprendre les attentes et comportements de la communauté cible.

### 4.2 Définir un rythme adapté

- Identifier les ressources mobilisables (temps, personnel, outils).
- Ajuster la fréquence de publication en fonction des objectifs et des plateformes.

### 4.3 Création d'un planning de publication

- Élaborer un calendrier éditorial clair et pratique.
- Déterminer les types de contenu à publier (texte, image, vidéo, etc.).

#### 4.4 Concevoir des outils de suivi

- Créer des tableaux de suivi pour organiser les publications.
- Définir des indicateurs clés de performance (KPIs) pour mesurer l'efficacité.

#### 4.5 Quiz n°1/2 (10 mn)

- Jeux de questions/réponses

#### 4.6 Etudes de cas expliquées

#### 4.7 Quiz n°2/2 (10 mn)

- Jeux de questions/réponses

#### 4.8 Cas pratiques (30 mn)



## Elaborer des contenus rédactionnels percutants et des visuels propices à leur diffusion sur les applications et réseaux sociaux

Durée : 2h (inclus la réalisation du quiz et des cas pratiques).

Objectif visé : animer, informer et fidéliser la communauté cible

#### 5.1 Introduction à la création de contenu

- Importance des contenus impactants sur les réseaux sociaux.
- Comprendre les spécificités des applications et des plateformes.

#### 5.2 Définir le ton adapté à la cible

- Identifier les caractéristiques et attentes de la cible.
- Adapter le ton (amical, amusant, empathique, sérieux, rassurant, etc.) en fonction des objectifs.

#### 5.3 Élaboration de contenus rédactionnels percutants

- Techniques pour capter l'attention en quelques mots.
- Structurer un message clair et engageant.

#### 5.4 Création de visuels attractifs

- Concevoir des images et vidéos adaptées aux réseaux sociaux.
- Intégrer l'identité visuelle de l'entreprise.

#### 5.5 Quiz n°1/2 (10 mn)

- Jeux de questions/réponses

#### 5.6 Etudes de cas expliquées

## 5.7 Quiz n°2/2 (10 mn)

- Jeux de questions/réponses

## 5.8 Cas pratiques (30 mn)

06

# Concevoir des vidéos promotionnelles de son activité professionnelle

Durée : 2h (inclus la réalisation du quiz et des cas pratiques).

Objectif visé : animer sa présence digitale par la diffusion de vidéos.

### 6.1 Introduction à la vidéo promotionnelle

- Importance des vidéos sur les réseaux sociaux.
- Présentation des limites techniques : durées, formats, résolutions par plateforme.

### 6.2 Concevoir une vidéo impactante

- Structurer le contenu : captation de l'attention dès les premières secondes.
- Techniques pour transmettre un message clair et percutant.

### 6.3 Esthétique et originalité des vidéos

- Utiliser des visuels attrayants et une identité visuelle cohérente.
- Techniques pour intégrer de l'originalité dans le contenu (animations, storytelling, musique).

### 6.4 Adapter la vidéo aux réseaux sociaux choisis

- Optimiser les vidéos pour différents formats (carré, vertical, horizontal).
- Personnaliser en fonction des spécificités des plateformes (Reels, Stories, TikTok).

## 6.5 Quiz n°1/2 (10 mn)

- Jeux de questions/réponses

## 6.6 Etudes de cas expliquées

## 6.7 Quiz n°2/2 (10 mn)

- Jeux de questions/réponses

## 6.8 Cas pratiques (30 mn)

07

# Utiliser les résultats des différents indicateurs de suivi mis en place

Durée : 2h (inclus la réalisation du quiz et des cas pratiques).

Objectif visé : suivre la stratégie de développement de l'activité commerciale de l'entreprise mise en œuvre et garantir ainsi la pérennité et la dynamique du lien entre l'entreprise et les utilisateurs des plateformes sociales

### **7.1 Introduction aux indicateurs de performance (KPIs)**

- Présentation des principaux indicateurs (engagement, portée, clics, conversions).
- Importance de suivre ces indicateurs pour ajuster la stratégie.

### **7.2 Analyse des résultats**

- Interpréter les données collectées (exemple : faible engagement, forte portée).
- Identifier les forces et faiblesses des publications.

### **7.3 Gérer les commentaires et interactions**

- Techniques pour répondre de manière adaptée (amicale, professionnelle, rassurante).
- Traiter les commentaires positifs et gérer les critiques ou réclamations.

### **7.4 Quiz n°1/2 (10 mn)**

- Jeux de questions/réponses

### **7.5 Etudes de cas expliquées**

### **7.6 Quiz n°2/2 (10 mn)**

- Jeux de questions/réponses

### **7.7 Cas pratiques (30 mn)**