

Formation visant à la Certification : Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux, inscrite au RSCH et délivrée à Alternative Digitale sous le numéro RS6372	
Public concerné	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	<p>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. Afin de vérifier son niveau de connaissance un test sera réalisé lors de son inscription.</p> <p>Accessibilité aux personnes en situation de handicap : Nous consulter</p>
Présentation générale	<p>A l'heure actuelle, une entreprise ne peut se contenter d'être présente sur internet sans communiquer sur les réseaux sociaux. Selon sa cible, elle pourra être amenée à communiquer sur Facebook, Instagram, LinkedIn, X (ex-Twitter), TikTok, etc.</p> <p>En ayant une réelle stratégie de contenu sur les réseaux sociaux, l'entreprise pourra gagner en visibilité mais aussi convertir en ventes et / ou en trafic sur le site internet.</p>
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> • Pédagogiques : <p>RS6372- Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Maîtriser l'usage professionnel des réseaux sociaux -Elaborer une stratégie de communication sur les réseaux -Mieux communiquer auprès des clients et des prospects -Savoir utiliser les outils d'analyse : suivre, mesurer et analyser ses actions.
Contenu de la formation	<p><u>Programme détaillé :</u></p> <p>1- Définir ses objectifs commerciaux Identifier les objectifs commerciaux de l'entreprise Mise en place de la méthode objectifs SMART Définir une stratégie (cibles, personae, prospects, image de marque, notoriété, ligne éditoriale...)</p> <p>2- Choisir ses réseaux sociaux en fonction de ses objectifs commerciaux Présentation et comparaison des différents réseaux sociaux accessibles par ordinateur et par mobile : Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, Twitter, LinkedIn, Google My Business...</p> <p>Choisir les réseaux sociaux sur lesquels positionner son entreprise en fonction de ses objectifs commerciaux et de ses ressources internes (financières et humaines).</p> <p>3- Créer et paramétrer un compte entreprise sur les différents réseaux sociaux sélectionnés Créer un compte entreprise Renseigner les informations de l'entreprise Respecter sa charte graphique (logo, identité visuelle).</p>

	<p>4- Définir un rythme de publication sur les réseaux sociaux Connaître les bonnes pratiques Planifier sa communication à l'aide d'un calendrier éditorial en déterminant le rythme de publication idéal et les contenus Tenir compte des exigences de la communauté ciblées et répondre aux ressources mobilisables par l'entreprise.</p> <p>5- Créer des contenus rédactionnels et des visuels percutants pour les réseaux sociaux sélectionnés Comment rédiger des textes selon les codes du/des réseaux sociaux sélectionnés Concevoir des visuels attrayants grâce à Canva, un outil en ligne spécialisé Choisir le ton approprié à la cible Savoir créer des story et des réels.</p> <p>6- Concevoir des vidéos promotionnelles de son activité professionnelle Comment adapter sa vidéo sur les réseaux sociaux « être court et efficace » (choisir le bon format, misez sur les 3 premières secondes, sous titrer ...) Réaliser un contenu vidéo pour ses réseaux sociaux au smartphone ou via des plateformes adaptées comme Canva.</p> <p>7- Analyser les résultats des différents indicateurs et répondre aux commentaires Comprendre l'importance de l'analyse des KPI sur les réseaux sociaux Mesurer vos KPI de réseaux sociaux afin d'évaluer votre stratégie Social Media et l'ajuster en fonction des résultats (le nombre d'impression, le nombre d'interactions, le nombre de partages, le nombre de likes, l'évolution du nombre d'abonnés...).</p>
<p>Modalités pédagogiques et techniques</p>	<p>Moyens pédagogiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Supports pédagogiques (<i>distincts d'une simple documentation professionnelle</i>) ; • Matériel de vidéo projection ; • Ressources web. • Pour favoriser une meilleure assimilation, le formateur privilégie une approche pédagogique axée sur la pratique, avec des exercices et des études de cas adaptés à votre projet de formation. <p>Moyens techniques et organisationnels :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Active et participative et interrogative • Présentiel individuel et/ ou en distanciel en synchrone
<p>Compétences attestées</p>	<p><u>Selon le référentiel</u> : Certification développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Définir les objectifs commerciaux à atteindre (acquisition de prospects, présentation d'une nouvelle offre, développement de la notoriété et de l'image de marque ...), 2. Comparer les différents réseaux sociaux existants, accessibles par ordinateur et par mobile, 3. Créer un compte entreprise sur les différents réseaux sociaux sélectionnés, 4. Définir un rythme de publication, sur les réseaux sociaux choisis, 5. Elaborer des contenus rédactionnels percutants et des visuels propices à une diffusion sur les applications et réseaux sociaux, 6. Concevoir des vidéos promotionnelles de son activité professionnelle, 7. Utiliser les résultats des différents indicateurs de suivi mis en place.

Durée	Nous consulter <i>Formation adaptable de 14h à 56h (2 à 8 jours) selon le positionnement des stagiaires en amont de la formation.</i>
Dates	Nous consulter
Lieu(x)	Nous consulter : présentiel et/ou distanciel synchrone Formation individuelle
Contact	Amélie MONTOUSSE, gérante et responsable pédagogique Tél : 07 88 97 84 66 Email : contact@ifam-conseils.com
Formateurs	Plusieurs formateurs experts dans ce domaine d'intervention.
Certificateur	Alternative Digitale : https://www.alternativedigitale.com/developper-activite-commerciale-reseaux-sociaux/ France compétences : https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/6372/
Suivi de l'action	Bilan formateur, émargement par les stagiaires et le formateur, certificat de réalisation.
Evaluation de l'action	<u>Evaluation de l'action (satisfaction des participants) :</u> Evaluation de la prestation de formation « à chaud » Evaluation des acquis au regard des objectifs attendus « à froid » Auto évaluation des participants sur les objectifs atteints, le cas échéant Evaluation de satisfaction du formateur (bilan formation) <u>Modalités d'évaluation :</u> 1- Test de connaissances sous forme de Quizz 2- Evaluation de l'acquisition des compétences visées par la certification par un jeu de questions en ligne. Les réponses sont rédigées par l'apprenant dans l'interface d'évaluation mis à sa disposition. Les évaluations sont réalisées et organisées par le certificateur (pas de délégation). Elles sont supervisées par un correcteur, la session d'évaluation d'une durée totale d'environ 1h est enregistrée.

Accès sur notre site internet www.ifam-conseils.com ou à la demande :

Le règlement intérieur, les CGV, le livret d'accueil, la politique de confidentialité, le certificat Qualiopi.

Bonne formation