

Programme Pédagogique : « Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux »



Objectif de la formation

La certification "Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux" permet aux dirigeants de TPE/PME, aux indépendants et aux collaborateurs en charge de la communication et du marketing d'acquérir ou de consolider leurs compétences clés sur l'utilisation des réseaux sociaux à des fins de développement commercial.

Elle atteste de la capacité à élaborer une stratégie de développement commercial grâce aux réseaux sociaux et de la maîtrise des outils pour communiquer avec ses clients et ses prospects, en adéquation avec les objectifs commerciaux fixés.

A l'issue de cette formation, l'apprenant sera capable de :

- **Définir ses objectifs commerciaux à atteindre**
- **Créer une stratégie Social Media adaptée à son activité commerciale**
- **Organiser sa ligne éditoriale et son planning de publication**
- **Élaborer des contenus rédactionnels et visuels**
- **Produire des vidéos promotionnelles**
- **Analyser l'efficacité de sa stratégie Social Media par rapport à ses objectifs commerciaux.**
- **Savoir utiliser les outils d'analyse : suivre, mesurer et analyser ses actions.**

Compétences attestées par la certification

- Définir les objectifs commerciaux à atteindre (acquisition de prospects, présentation d'une nouvelle offre, développement de la notoriété et de l'image de marque...)
- Comparer les différents réseaux sociaux existants, accessibles par ordinateur et par mobile
- Créer un compte entreprise sur les différents réseaux sociaux sélectionnés
- Définir un rythme de publication, sur les réseaux sociaux choisis
- Elaborer des contenus rédactionnels percutants et des visuels propices à une diffusion sur les applications et réseaux sociaux
- Concevoir des vidéos promotionnelles de son activité professionnelle
- Utiliser les résultats des différents indicateurs de suivi mis en place.

Public et Prérequis

Public : 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 : 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 dans le domaine numérique.

Modalités de validation des prérequis : Les prérequis sont validés par un entretien préalable à la formation entre le stagiaire et le formateur.

Durée

La formation dure 35 heures (5 jours)

Formateur intervenant

Consultant Formateur sous contrat de sous traitance avec l'entreprise MINDNESS

L'expérience approfondie du consultant formateur dans le marketing, la communication et les réseaux sociaux garantit la qualité absolue de notre formation.

Format de la formation

Mixte : Distanciel et E-learning

La formation comporte 7h en E-learning et 28h en Distanciel.

Modalités et délais d'accès

Modalités d'accès : La formation a lieu de manière mixte comprenant des séquences 100% synchrone c'est à dire que votre formateur est en direct avec vous via l'utilisation d'un outil de visioconférence permettant un échange à distance synchrone et interactif. La formation comprend également des séquences e-learning.

Délais d'accès : de 48 heures à 2 mois en fonction du financement.

Modalités d'évaluation

Dispositifs d'évaluation pendant la formation

- QCM
- Cas pratique

Dispositif d'évaluation des acquis à la fin de la formation

Epreuves de certification « Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux » enregistrée auprès de France Compétences sous le numéro RS6372 :

- Process d'évaluation sur la base d'un examen en ligne comportant plusieurs exercices pratiques et une évaluation des connaissances

Pour le passage de l'examen à distance : Le candidat devra disposer d'un MAC ou PC équipé d'une webcam, d'un micro et d'un navigateur Google Chrome et devra télécharger l'extension ProctorExam qui permet d'effectuer une surveillance à distance pendant toute la durée de l'examen.

Dispositif d'évaluation de la satisfaction à la fin de la formation

- Questionnaire de satisfaction à chaud
- Questionnaire de satisfaction à froid (J+30 fin de formation)

Modalités pédagogiques

Méthodes et moyens pédagogiques

- Exposé
- Cas pratique
- Étude de cas

Ressources pédagogiques

- Support de cours
- Modèles de documents contractuels (convention, contrat etc.)
- Modèle de programmes de formation

Assistance technique et pédagogique

Notre équipe d'assistance est à votre disposition tout au long de la formation. Que vous ayez besoin d'aide technique avec la plateforme DIGIFORMA ou d'un soutien pédagogique.

- **Assistance technique** : Notre équipe d'assistance technique sera disponible pendant les heures de bureau pour aider avec tout problème lié à DIGIFORMA ou aux autres outils numériques utilisés dans la formation. Vous pouvez contacter l'assistance technique par téléphone : 06 23 81 94 19. Nous nous engageons à répondre à toutes vos questions du lundi au vendredi de 9h à 19h.

- **Assistance pédagogique** : Les formateurs sont disponibles par e-mail (contact@mindness.fr) pour répondre à vos questions sur le contenu du cours. Nous nous engageons à répondre à toutes vos questions dans un délai de 12 à 24 heures (jours ouvrés)

Nous nous engageons à offrir un environnement d'apprentissage favorable à tous les stagiaires, et nous encourageons une communication ouverte pour résoudre tout problème qui pourrait survenir pendant la formation.

Justificatifs relatifs à l'exécution de l'action de formation

Pour justifier de l'assiduité du stagiaire et de la bonne exécution de la formation, les éléments suivants peuvent être fournis :

- Feuille d'émargement
- Évaluations réalisées
- Preuves d'accompagnement et relances
- Certificat de réalisation
- Relevés de connexion à la plateforme e-learning

Sanctions de la formation

- Attestation de formation
- Certificat de réalisation
- Certification « Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux » (à condition d'avoir obtenu un score minimal de 10/20)

Tarif

Tarif net de TVA par stagiaire : **2800.00€**

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Notre formation à distance apporte une réponse aux problèmes d'accessibilité de nombreuses personnes en situation de handicap.

Vous êtes en situation de handicap, contactez notre référent handicap Nicolas Merle : contact@mindness.fr

MODULE 1 : DEFINIR LES OBJECTIFS COMMERCIAUX ET LA STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT

Durée du module : 5 heures (*Dont 1h en E-learning et 4h en Distanciel*)

Objectif du module : Définir les objectifs commerciaux à atteindre tout en tenant compte des caractéristiques propres des clients et des potentiels prospects afin de cadrer efficacement la stratégie de développement de l'activité commerciale de l'entreprise par l'utilisation des réseaux sociaux.

1. Introduction aux Réseaux Sociaux pour le Développement Commercial (*E-learning*)

Contenu de la séquence :

- Panorama des réseaux sociaux et leur importance pour les entreprises.
- Étude de cas : Succès et échecs sur les réseaux sociaux.

2. Définition des Objectifs Commerciaux SMART (*Distanciel*)

Contenu de la séquence :

- Atelier interactif : Établissement d'objectifs SMART.
- Discussion sur les objectifs réalisables et pragmatiques.

3. Identification et Analyse de la Cible (*Distanciel*)

Contenu de la séquence :

- Techniques pour identifier et analyser les cibles commerciales.
- Atelier pratique : Création de personas et cartographie des habitudes.
- Analyse de la concurrence et positionnement.

4. Stratégie de Contenu et Planification (*Distanciel*)

Contenu de la séquence :

- Formation sur la création d'une ligne éditoriale adaptée et la définition d'une stratégie de contenu.
- Utilisation d'outils numériques pour l'analyse de tendances et la recherche d'informations.
- Atelier de planification de contenu.

5. Mesure de Performance et Adaptation (*Distanciel*)

Contenu de la séquence :

- Introduction aux indicateurs clés de performance (KPIs) sur les réseaux sociaux.
- Exemples d'outils de suivi et d'analyse.

Exercice Pratique de Fin de Module

- **Développement d'une Stratégie de Réseaux Sociaux :** les participants seront chargés de concevoir une stratégie complète pour un cas d'entreprise fictif ou réel. Cela inclura la définition d'objectifs commerciaux, la création de personas, la planification de contenu et la mise en place d'une stratégie de mesure.

MODULE 2 : SELECTION ET UTILISATION STRATEGIQUE DES RESEAUX SOCIAUX

Durée du module : 5 heures (*Dont 1h en E-learning et 4h en Distanciel*)

Objectif du module : Choisir les réseaux sociaux les plus pertinents en adéquation avec les objectifs commerciaux fixés.

1. Fondamentaux de la Stratégie sur les Réseaux Sociaux (*E-learning*)

Contenu de la séquence :

- Vue d'ensemble des principales plateformes : Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, LinkedIn, X (ex Twitter), Snapchat, et Google My Business.
- Fonctionnalités clés et typologie des utilisateurs de chaque plateforme.

2. Audit et Stratégie de Sélection des Réseaux Sociaux (*Distanciel*)

Contenu de la séquence :

- Atelier : Auditer ses habitudes actuelles de prospection sur les réseaux sociaux.
- Critères pour choisir un réseau social adapté au public cible.

3. Fonctionnalités et Gestion des Réseaux Sociaux (*Distanciel*)

Contenu de la séquence :

- Détail des fonctionnalités spécifiques de chaque réseau : publications, publicité, engagement.
- Exemples d'utilisation stratégique des fonctionnalités pour atteindre les objectifs commerciaux.

4. La Publicité sur les Réseaux Sociaux (*Distanciel*)

Contenu de la séquence :

- Comprendre et utiliser les régies publicitaires des plateformes.
- Atelier : Création d'une campagne publicitaire simple sur la plateforme choisie.

Exercice Pratique de Fin de Module

- **Audit de la Présence Social Media de l'Entreprise** : Les participants réaliseront un audit de leur présence actuelle sur les réseaux sociaux, en identifiant les points forts, les faiblesses et les opportunités d'optimisation pour mieux correspondre aux cibles commerciales identifiées.

MODULE 3 : DEVELOPPEMENT LA PRESENCE DE SON ACTIVITE SUR LES RESEAUX SOCIAUX

Durée du module : 5 heures (*Dont 1h en E-learning et 4h en Distanciel*)

Objectif du module : Créer un compte entreprise sur les différents réseaux sociaux sélectionnés afin de développer la présence de son organisation sur les plateformes digitales.

1. Fondamentaux de la Création de Comptes Entreprise (*E-learning*)

Contenu de la séquence :

- Création et paramétrage de pages sur les plateformes majeures (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, etc.).
- Atelier : Personnalisation de la page entreprise avec interactivité (boutons, commentaires).

2. Engagement et Croissance de la Communauté (*Distanciel*)

Contenu de la séquence :

- Techniques pour se démarquer avec les contenus en direct (lives) et autres outils pratiques.
- Stratégies de fidélisation et d'augmentation du nombre d'abonnés.
- Atelier : Planification de contenus engageants et création de campagnes publicitaires.

3. Analyse et Amélioration Continues (*Distanciel*)

Contenu de la séquence :

- Introduction aux KPIs et à leur importance pour mesurer l'efficacité des stratégies sur les réseaux sociaux.
- Utilisation des analytics pour ajuster et améliorer les stratégies de contenu.

4. Tendances Émergentes et Avenir des Plateformes (*Distanciel*)

Contenu de la séquence :

- Discussion sur les tendances émergentes dans les médias sociaux et leur impact potentiel sur les stratégies commerciales.
- Exploration de nouvelles plateformes et fonctionnalités.

Exercice Pratique de Fin de Module

- **Audit et Optimisation de la Présence sur les Réseaux Sociaux :** Les participants réaliseront un audit de leur présence actuelle sur les réseaux sociaux et identifieront des améliorations spécifiques pour optimiser leur stratégie en ligne. Cet exercice comprendra la création ou la révision d'une page entreprise sur une plateforme choisie, l'intégration d'éléments interactifs, et la planification d'une publication engageante.

MODULE 4 : PLANIFICATION ET GESTION DES PUBLICATIONS

Durée du module : 5 heures (*Dont 1h en E-learning et 4h en Distanciel*)

Objectif du module : Définir un rythme de publication, sur les réseaux sociaux choisis afin de garantir une diffusion optimale et régulière des informations souhaitées par l'entreprise.

1. Introduction à la Planification des Publications (*E-learning*)

Contenu de la séquence :

- Principes de base de la planification des publications sur les réseaux sociaux.
- L'importance d'un calendrier éditorial.

2. Élaboration d'un Calendrier Éditorial (*Distanciel*)

Contenu de la séquence :

- Atelier pratique : Création d'un calendrier éditorial en utilisant un outil digital.
- Détermination du rythme de publication idéal et des types de contenus à privilégier.

3. Optimisation des Horaires de Publication (*Distanciel*)

Contenu de la séquence :

- Analyse des données pour identifier les heures optimales de publication.
- Utilisation des outils de programmation pour planifier les publications à l'avance.

4. Gestion et Automatisation des Publications (*Distanciel*)

Contenu de la séquence :

- Présentation et utilisation des principaux outils de gestion des médias sociaux.
- Avantages et inconvénients de l'automatisation des publications.

5. Bonnes Pratiques et Stratégies Avancées (*Distanciel*)

Contenu de la séquence :

- Bonnes pratiques pour maintenir l'engagement et la cohérence sur les réseaux sociaux.
- Réflexion sur l'adaptation des stratégies en fonction de l'évolution des plateformes sociales.

Exercice Pratique de Fin de Module

- **Développement d'un Plan de Communication basé sur les Personas :** Les participants appliqueront la méthode des personas pour établir un plan de communication personnalisé. Cela comprendra la sélection des réseaux sociaux, la définition d'une ligne éditoriale, la planification des types de contenus, et l'établissement d'un calendrier de publication. Les participants présenteront leur plan et recevront des retours constructifs.

MODULE 5 : CREATION DE CONTENUS ENGAGEANTS

Durée du module : 5 heures (*Dont 1h en E-learning et 4h en Distanciel*)

Objectif du module : Elaborer des contenus rédactionnels percutants et des visuels propices à une diffusion sur les applications et réseaux sociaux afin d'animer, d'informer et de fidéliser la communauté cible.

1. Principes de Création de Contenus pour les Réseaux Sociaux (*E-learning*)

Contenu de la séquence :

- Fondamentaux de la rédaction adaptée aux différents réseaux sociaux.
- Introduction aux outils de création de visuels, comme Canva.
- Introduction à ChatGPT pour la création de contenu

2. Storytelling et Engagement Visuel (*Distanciel*)

Contenu de la séquence :

- Techniques de storytelling pour créer des messages engageants.
- Atelier pratique : Utilisation de Canva pour concevoir des visuels attrayants.

3. Stratégies de Contenu et Social Advertising (*Distanciel*)

Contenu de la séquence :

- Bonnes pratiques pour maximiser la visibilité des publications.
- Gérer l'impact des algorithmes avec le social advertising.
- Utilisation des stories et des reels pour capturer l'attention.

4. Valorisation et Fidélisation de la Communauté (*Distanciel*)

Contenu de la séquence :

- Techniques pour valoriser et fidéliser les ambassadeurs de marque.
- Dépasser le cadre des réseaux sociaux pour engager la communauté.

Exercice Pratique de Fin de Module

- **Création d'une Campagne de Contenu :** Les participants développeront une mini-campagne de contenu en utilisant les outils et techniques appris durant le module. Cela inclura la rédaction de textes, la création de visuels, et la planification des publications.

MODULE 6 : PRODUCTION DE VIDEOS PROMOTIONNELLES

Durée du module : 5 heures (*Dont 1h en E-learning et 4h en Distanciel*)

Objectif du module : Concevoir des vidéos promotionnelles de son activité professionnelle afin d'animer sa présence digitale

1. Fondamentaux de la Vidéo pour les Réseaux Sociaux (*E-learning*)

Contenu de la séquence :

- Importance de la vidéo dans le marketing digital.
- Aperçu des différents types de vidéos : informatives, divertissantes, inspirantes.

2. Préparation à la Production de Vidéo (*Distanciel*)

Contenu de la séquence :

- Définir les objectifs d'une vidéo et identifier les cibles.
- Sélection des moyens techniques et des acteurs.
- Introduction aux environnements Apple et Android pour la capture vidéo.

3. Techniques de Production Vidéo (*Distanciel*)

Contenu de la séquence :

- Utilisation de son smartphone pour réaliser de bonnes images : cadrages, valeurs de plan, mouvements de caméra.
- Découverte des logiciels de montage vidéo : Adobe Premiere Clip, iMovie, Capcut.
- Pratique de la prise de vue en conditions réelles : exercices de captation, cadrage, prise de son.

4. Montage et Diffusion de la Vidéo (*Distanciel*)

Contenu de la séquence :

- Réalisation du montage vidéo : importer et exporter ses vidéos, modifier la timeline.
- Conseils pour adapter les vidéos aux réseaux sociaux : être court et efficace, importance des 3 premières secondes, sous-titrage.

Exercice Pratique de Fin de Module

- **Réalisation d'une Vidéo Promotionnelle :** Les participants créeront une vidéo promotionnelle pour leur activité professionnelle en appliquant les techniques apprises pendant le module. Ils utiliseront leur smartphone ou des plateformes adaptées comme Canva pour produire leur vidéo, qui sera ensuite partagée pour recevoir des feedbacks.

MODULE 7 : ANALYSE ET OPTIMISATION DES PERFORMANCES

Durée du module : 5 heures (*Dont 1h en E-learning et 4h en Distanciel*)

Objectif du module : Utiliser les résultats des différents indicateurs de suivi mis en place afin de suivre la stratégie de développement de l'activité commerciale de l'entreprise mise en œuvre et ainsi garantir la pérennité et la dynamique du lien entre l'entreprise et les utilisateurs des plateformes sociales.

1. Introduction aux Indicateurs de Performance (*E-learning*)

Contenu de la séquence :

- Principes des KPIs et leur importance pour les stratégies sur les réseaux sociaux.
- Détermination des KPIs en fonction des objectifs spécifiques de l'entreprise.

2. Outils d'Analyse et de Suivi (*Distanciel*)

Contenu de la séquence :

- Présentation des outils d'évaluation et de suivi (Suite Meta, Google Analytics).
- Mise en place d'un tableau de bord de suivi pour les campagnes sociales.

3. Interprétation des Données et Ajustement des Stratégies (*Distanciel*)

Contenu de la séquence :

- Analyse des métriques clés : engagement, clics, partages, conversions.
- Techniques pour adapter le contenu et les campagnes en fonction des analyses.

4. Gestion de la E-réputation et Interaction avec la Communauté (*Distanciel*)

Contenu de la séquence :

- Importance de la réponse aux commentaires et gestion des retours des utilisateurs.
- Stratégies pour améliorer la relation avec la communauté en ligne et renforcer la présence digitale.

Exercice Pratique de Fin de Module

- **Réalisation d'un Audit des Performances Sociales :** Les participants effectueront un audit des performances sociales de leur entreprise ou projet, en utilisant les KPIs pertinents. Ils créeront un tableau de bord simplifié pour le suivi de ces indicateurs et proposeront des ajustements stratégiques basés sur leur analyse.