

Catalogue de formations 2026





Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux

7 jours 50 heures

Programme de formation

Public visé

Profils des stagiaires

Pour les 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, cette formation est l'alliage parfait entre théorie individuelle et pratique.

Pré-requis

- Maîtrise des outils web
- Maîtrise de la langue française

Objectifs pédagogiques

- Définir une stratégie Social Media pour une activité commerciale
- Construire votre plan de présence sur les réseaux sociaux
- Organiser votre ligne éditoriale et votre planning
- Produire du contenu textuel, graphique ou vidéo
- Analyser l'efficacité de votre stratégie Social Media par rapport à vos objectifs commerciaux.

Description / Contenu

Module 1 : Introduction aux réseaux sociaux et à la stratégie digitale

Objectifs :

- Comprendre l'importance des réseaux sociaux dans le paysage commercial actuel.
- Identifier les différents réseaux sociaux et leurs spécificités.
- Définir les objectifs commerciaux et leur traduction en stratégie sur les réseaux sociaux.
- Comprendre votre avatar client
- Réaliser un Benchmark concurrentiel

Contenu :

- Panorama des réseaux sociaux : Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube.
- Étude de cas : réussites et échecs de stratégies sur les réseaux sociaux.
- Définition des objectifs commerciaux et alignement avec la stratégie digitale.

Module 2 : Création et optimisation de comptes sur les réseaux sociaux

Objectifs :

- Apprendre à créer un compte entreprise sur diverses plateformes.
- Optimiser les profils pour une visibilité maximale.

Contenu :

- Création de comptes entreprise sur Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, et YouTube.
- Techniques d'optimisation de profil (SEO sur les réseaux sociaux, utilisation des mots-clés, création de bio attrayante).

Module 3 : Contenu percutant pour les réseaux sociaux

Objectifs :

- Concevoir des contenus rédactionnels engageants.
- Créer des visuels et vidéos promotionnelles impactantes



- Méthode TOFU MOFU BOFU.
- Apprendre à utiliser Canva
- Apprendre à utiliser CapCut

Contenu :

- Principes de rédaction pour les réseaux sociaux.
- Utilisation d'outils de création graphique (Canva, CapCut).
- Initiation à la production vidéo simple pour les réseaux sociaux.

Module 4 : Stratégie de publication et engagement

Objectifs :

- Définir un calendrier éditorial (rythme, format...)
- Engager la communauté et gérer les interactions.
- Méthode d'engagement (concours, stories, dm)

Contenu :

- Planification des publications : outils et méthodes.
- Techniques d'engagement : comment susciter l'interaction, répondre aux commentaires.
- Gestion de crise sur les réseaux sociaux.

Module 5 : Publicité sur les réseaux sociaux

Objectifs :

- Maîtriser les bases de la publicité payante sur les réseaux sociaux.
- Créer des campagnes publicitaires ciblées.

Contenu :

- Présentation des formats publicitaires sur Facebook, Instagram, et LinkedIn.
- Création et gestion de campagnes publicitaires.
- Analyse de performance et optimisation des campagnes.

Module 6 : Mesure de performance et analyse des résultats

Objectifs :

- Utiliser les indicateurs clés de performance (KPIs) pour évaluer l'efficacité des actions sur les réseaux sociaux.
- Adapter la stratégie en fonction des analyses.

Contenu :

- Introduction aux outils d'analyse et de suivi (Google Analytics, insights des plateformes).
- Interprétation des données et prise de décision stratégique.
- Étude de cas et mise en pratique : analyse d'une campagne existante.

Conclusion et évaluation finale

- Révision générale et Q&A.
- Évaluation des connaissances acquises par un QCM qui sera corrigé par le formateur et remis à l'élève

Modalités pédagogiques

Moyens pédagogiques

- Dispense de la formation sous format de visioconférence individuelle synchronisée.
- Documents supports de formation présentés durant la visioconférence.
- Accès à une partie en e-learning asynchrones (bases techniques)

Moyens et supports pédagogiques

Moyens et supports pédagogiques

- Étude de cas concrets en direct
- Quizz en ligne



- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation.

Modalités d'évaluation et de suivi

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

- Émargement numérique.
- Questions écrites (QCM).
- Mises en situation.
- Formulaires d'évaluation de la formation.



Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux

4 jours 25 heures

Programme de formation

Public visé

Profils des stagiaires

Pour les 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, cette formation est l'alliage parfait entre théorie individuelle et pratique.

Pré-requis

- Maîtrise des outils web
- Maîtrise de la langue française

Objectifs pédagogiques

- Définir une stratégie Social Media pour une activité commerciale
- Construire votre plan de présence sur les réseaux sociaux
- Organiser votre ligne éditoriale et votre planning
- Produire du contenu textuel, graphique ou vidéo
- Analyser l'efficacité de votre stratégie Social Media par rapport à vos objectifs commerciaux.

Description / Contenu

Module 1 : Introduction aux réseaux sociaux et à la stratégie digitale

Objectifs :

- Comprendre l'importance des réseaux sociaux dans le paysage commercial actuel.
- Identifier les différents réseaux sociaux et leurs spécificités.
- Définir les objectifs commerciaux et leur traduction en stratégie sur les réseaux sociaux.
- Comprendre votre avatar client
- Réaliser un Benchmark concurrentiel

Contenu :

- Panorama des réseaux sociaux : Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube.
- Étude de cas : réussites et échecs de stratégies sur les réseaux sociaux.
- Définition des objectifs commerciaux et alignement avec la stratégie digitale.

Module 2 : Création et optimisation de comptes sur les réseaux sociaux

Objectifs :

- Apprendre à créer un compte entreprise sur diverses plateformes.
- Optimiser les profils pour une visibilité maximale.

Contenu :

- Création de comptes entreprise sur Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, et YouTube.
- Techniques d'optimisation de profil (SEO sur les réseaux sociaux, utilisation des mots-clés, création de bio attrayante).

Module 3 : Contenu percutant pour les réseaux sociaux

Objectifs :

- Concevoir des contenus rédactionnels engageants.
- Créer des visuels et vidéos promotionnelles impactantes



- Méthode TOFU MOFU BOFU.
- Apprendre à utiliser Canva
- Apprendre à utiliser CapCut

Contenu :

- Principes de rédaction pour les réseaux sociaux.
- Utilisation d'outils de création graphique (Canva, CapCut).
- Initiation à la production vidéo simple pour les réseaux sociaux.

Module 4 : Stratégie de publication et engagement

Objectifs :

- Définir un calendrier éditorial (rythme, format...)
- Engager la communauté et gérer les interactions.
- Méthode d'engagement (concours, stories, dm)

Contenu :

- Planification des publications : outils et méthodes.
- Techniques d'engagement : comment susciter l'interaction, répondre aux commentaires.
- Gestion de crise sur les réseaux sociaux.

Module 5 : Publicité sur les réseaux sociaux

Objectifs :

- Maîtriser les bases de la publicité payante sur les réseaux sociaux.
- Créer des campagnes publicitaires ciblées.

Contenu :

- Présentation des formats publicitaires sur Facebook, Instagram, et LinkedIn.
- Création et gestion de campagnes publicitaires.
- Analyse de performance et optimisation des campagnes.

Module 6 : Mesure de performance et analyse des résultats

Objectifs :

- Utiliser les indicateurs clés de performance (KPIs) pour évaluer l'efficacité des actions sur les réseaux sociaux.
- Adapter la stratégie en fonction des analyses.

Contenu :

- Introduction aux outils d'analyse et de suivi (Google Analytics, insights des plateformes).
- Interprétation des données et prise de décision stratégique.
- Étude de cas et mise en pratique : analyse d'une campagne existante.

Conclusion et évaluation finale

- Révision générale et Q&A.
- Évaluation des connaissances acquises par un QCM qui sera corrigé par le formateur et remis à l'élève

Modalités pédagogiques

Moyens pédagogiques

- Dispense de la formation sous format de visioconférence individuelle synchronisée.
- Documents supports de formation présentés durant la visioconférence.
- Accès à une partie en e-learning asynchrones (bases techniques)

Moyens et supports pédagogiques

Moyens et supports pédagogiques

- Étude de cas concrets en direct
- Quizz en ligne



- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation.

Modalités d'évaluation et de suivi

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

- Émargement numérique.
- Questions écrites (QCM).
- Mises en situation.
- Formulaire d'évaluation de la formation.



Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux

2 jours 15 heures

Programme de formation

Public visé

Profils des stagiaires

Pour les 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, cette formation est l'alliage parfait entre théorie individuelle et pratique.

Pré-requis

- Maîtrise des outils web
- Maîtrise de la langue française

Objectifs pédagogiques

- Définir une stratégie Social Media pour une activité commerciale
- Construire votre plan de présence sur les réseaux sociaux
- Organiser votre ligne éditoriale et votre planning
- Produire du contenu textuel, graphique ou vidéo
- Analyser l'efficacité de votre stratégie Social Media par rapport à vos objectifs commerciaux.

Description / Contenu

Module 1 : Introduction aux réseaux sociaux et à la stratégie digitale

Objectifs :

- Comprendre l'importance des réseaux sociaux dans le paysage commercial actuel.
- Identifier les différents réseaux sociaux et leurs spécificités.
- Définir les objectifs commerciaux et leur traduction en stratégie sur les réseaux sociaux.
- Comprendre votre avatar client
- Réaliser un Benchmark concurrentiel

Contenu :

- Panorama des réseaux sociaux : Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube.
- Étude de cas : réussites et échecs de stratégies sur les réseaux sociaux.
- Définition des objectifs commerciaux et alignement avec la stratégie digitale.

Module 2 : Création et optimisation de comptes sur les réseaux sociaux

Objectifs :

- Apprendre à créer un compte entreprise sur diverses plateformes.
- Optimiser les profils pour une visibilité maximale.

Contenu :

- Création de comptes entreprise sur Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, et YouTube.
- Techniques d'optimisation de profil (SEO sur les réseaux sociaux, utilisation des mots-clés, création de bio attrayante).

Module 3 : Contenu percutant pour les réseaux sociaux

Objectifs :

- Concevoir des contenus rédactionnels engageants.
- Créer des visuels et vidéos promotionnelles impactantes



- Méthode TOFU MOFU BOFU.
- Apprendre à utiliser Canva
- Apprendre à utiliser CapCut

Contenu :

- Principes de rédaction pour les réseaux sociaux.
- Utilisation d'outils de création graphique (Canva, CapCut).
- Initiation à la production vidéo simple pour les réseaux sociaux.

Module 4 : Stratégie de publication et engagement

Objectifs :

- Définir un calendrier éditorial (rythme, format...)
- Engager la communauté et gérer les interactions.
- Méthode d'engagement (concours, stories, dm)

Contenu :

- Planification des publications : outils et méthodes.
- Techniques d'engagement : comment susciter l'interaction, répondre aux commentaires.
- Gestion de crise sur les réseaux sociaux.

Module 5 : Publicité sur les réseaux sociaux

Objectifs :

- Maîtriser les bases de la publicité payante sur les réseaux sociaux.
- Créer des campagnes publicitaires ciblées.

Contenu :

- Présentation des formats publicitaires sur Facebook, Instagram, et LinkedIn.
- Création et gestion de campagnes publicitaires.
- Analyse de performance et optimisation des campagnes.

Module 6 : Mesure de performance et analyse des résultats

Objectifs :

- Utiliser les indicateurs clés de performance (KPIs) pour évaluer l'efficacité des actions sur les réseaux sociaux.
- Adapter la stratégie en fonction des analyses.

Contenu :

- Introduction aux outils d'analyse et de suivi (Google Analytics, insights des plateformes).
- Interprétation des données et prise de décision stratégique.
- Étude de cas et mise en pratique : analyse d'une campagne existante.

Conclusion et évaluation finale

- Révision générale et Q&A.
- Évaluation des connaissances acquises par un QCM qui sera corrigé par le formateur et remis à l'élève

Modalités pédagogiques

Moyens pédagogiques

- Dispense de la formation sous format de visioconférence individuelle synchronisée.
- Documents supports de formation présentés durant la visioconférence.
- Accès à une partie en e-learning asynchrones (bases techniques)

Moyens et supports pédagogiques

Moyens et supports pédagogiques

- Étude de cas concrets en direct
- Quizz en ligne



- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation.

Modalités d'évaluation et de suivi

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

- Émargement numérique.
- Questions écrites (QCM).
- Mises en situation.
- Formulaires d'évaluation de la formation.