

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.

Prérequis

- 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

6 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.

Prérequis

- 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

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.

Prérequis

- 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.



Démarrer une activité libérale

3 jours 10 heures

Programme de formation

Public visé

Profils des stagiaires

Salarié en reconversion, porteur de projet.

Prérequis

- Être dans une démarche de création d'entreprise
- Maîtrise de la langue française
- Avoir un projet viable à 3 ans

Objectifs pédagogiques

- Savoir effectuer les étapes de déclarations légales
- Savoir vendre ses prestations de services
- Pouvoir maintenir son activité
- Savoir gérer ses échéances administratives

Description / Contenu

Module 1 : Apprécier son activité et son cadre réglementaire

- Déterminer le secteur d'intervention de votre activité libérale
- Examiner les normes et autorisations requises en France
- Analyser la demande locale pour vos prestations

Module 2 : Structuration et anticipation

- Concevoir un business plan pour votre activité libérale
- Choisir une forme juridique adaptée (micro-entreprise, EURL, SASU)
- Mettre en place un budget prévisionnel et un plan financier
- Identifier les ressources nécessaires

Module 3 : Enregistrement et démarches administratives

- Enregistrer votre entreprise auprès des administrations concernées
- Obtenir les autorisations et licences appropriées
- Ouvrir un compte bancaire professionnel

Module 4 : Construction de votre réseau professionnel

- Etablir une présence numérique
- Développer un réseau de contacts dans votre domaine
- Identifier des partenariats potentiels

Module 5 : Marketing et lancement de l'activité

- Elaborer une stratégie marketing pour promouvoir vos prestations
- Créer des supports de communication, tels que brochures ou cartes de visite
- Organiser un événement de lancement ou une campagne promotionnelle pour démarrer votre activité



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 d'évaluation des résultats de la formation

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



Démarrer une activité libérale

7 jours 30 heures

Programme de formation

Public visé

Profils des stagiaires

Salarié en reconversion, porteur de projet.

Prérequis

- Être dans une démarche de création d'entreprise
- Maîtrise de la langue française
- Avoir un projet viable à 3 ans

Objectifs pédagogiques

- Effectuer un diagnostic et établir son projet entrepreneurial
- Définir ses objectifs et créer son plan d'action
- Développer le bon état d'esprit
- Construire sa stratégie de communication et la développer
- Attirer et convertir ses clients
- Connaître son marché et ses clients idéaux
- Contacter le réseau et les décideurs
- Construire son offre et la tarifier
- Accroître son chiffre d'affaires

Description / Contenu

Module 1 : Objectifs et organisation

- Définir son projet et ses objectifs pour mettre en place un plan d'action concret dans le but d'atteindre ses objectifs rapidement
- Déterminer son chiffre d'affaires désiré et comment y arriver
- Définir ton client idéal et ton offre
- Définir un plan d'action sur 3 mois

Module 2 : Etat d'esprit et croyances limitantes

- Nos habitudes et routines actuelles
- Repérer les croyances et blocages qui nous empêchent d'avancer
- Modifier ces croyances pour libérer les blocages et changer son état d'esprit

Module 3 : Stratégie de communication

- Créer sa stratégie de communication
- Créer un message pertinent
- Planifier sa communication

Module 4 : Attraction et conversion

- Stratégie d'attraction clients
- Création de ton lead magnet
- Faire son auto-promotion



Module 5 : Affiner son positionnement et son client idéal

- Clarifier son message
- Connaître son « pourquoi »
- Faire le profil de son client idéal
- Définir son positionnement

Module 6 : Faire son étude de marché

- Connaître le contexte social et légal de sa spécialité
- Connaître les habitudes de consommation liées à son domaine
- Connaître la concurrence
- Connaître ses forces et ses faiblesses
- Trouver son élément différenciateur

Module 7 : Créer ses offres et les tarifier

- Formuler sa promesse
- Structurer son offre
- Facturer au juste prix

Module 8 : Maîtriser la vente et les objections

- Stratégie de l'appel de vente
- Le processus de la vente
- Surmonter les objections

Module 9 : Customer care

- Créer une expérience client
- Prendre soin de ses prospects et de ses clients

Module 10 : Savoir s'organiser sans s'épuiser

- Définir sa vision
- Apprendre à planifier
- Apprendre la cohésion d'équipe
- Savoir prioriser

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 d'évaluation des résultats de la formation

- Émargement numérique
- Questions écrites (QCM)
- Mises en situation



- Formulaires d'évaluation de la formation
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation