

# PROGRAMME DE FORMATION

## « Gérer la communication digitale d'une entreprise via les réseaux sociaux »

Ce programme de formation certifiant est conçu pour permettre aux professionnels de piloter de manière autonome et efficace la communication digitale d'une entreprise sur les réseaux sociaux.

### **1. PUBLIC CONCERNE**

- Gérants de TPE/PME
- Indépendants / auto-entrepreneurs
- Porteurs de projet entrepreneurial
- Salariés en charge des réseaux sociaux d'une entreprise

### **2. OBJECTIF GEDE LA FORMATION**

À l'issue de cette formation, vous serez en mesure de gérer efficacement la communication digitale d'une entreprise via les réseaux sociaux, en renforçant sa visibilité, son attractivité et sa cohérence. Vous développerez une maîtrise complète des outils professionnels permettant de créer, diffuser et analyser des contenus adaptés aux objectifs de l'entreprise.

#### **5 compétences attestées :**

#### ***C.1 SUIVRE LES TENDANCES ET OPTIMISER SES COMPTES***

Comprendre les usages et tendances des différents réseaux sociaux, analyser le fonctionnement des algorithmes, identifier les bonnes pratiques et configurer correctement des comptes professionnels, tout en intégrant les critères d'accessibilité.

#### ***C.2 ÉLABORER UNE STRATÉGIE SOCIAL MEDIA :***

Définir des objectifs de communication adaptés, identifier sa cible, choisir les réseaux pertinents, concevoir une ligne éditoriale cohérente et élaborer un plan social media structuré sur 3 mois, intégrant les enjeux de sobriété numérique..

#### ***C.3 CRÉER DES CONTENUS TEXTES ET VISUELS :***

Créer des contenus professionnels variés (publications, stories, reels, carrousels, vidéos, articles...) en respectant l'identité visuelle de l'entreprise, les règles de conformité, les bonnes pratiques graphiques et les principes d'accessibilité. Utiliser l'intelligence artificielle pour générer des textes pertinents et adaptés..

#### ***C.4 ORGANISER LA DIFFUSION & LA MODÉRATION :***

Programmer la diffusion des contenus via Meta Business Suite, utiliser les outils de planification, gérer les interactions, mettre en place des automatisations et assurer une modération conforme aux bonnes pratiques professionnelles.

#### ***C.5 ANALYSER LES RÉSULTATS ET AJUSTER SA STRATÉGIE***

Lire et interpréter les statistiques (KPI) de chaque réseau social, mesurer la performance des contenus, calculer les indicateurs clés et proposer des ajustements permettant d'améliorer la visibilité, l'engagement et l'efficacité globale de la stratégie socialmedia..

### **3. PREREQUIS :**

Maîtriser les savoirs de base de l'outil informatique, premier niveau de connaissance sur la navigation web ET Avoir un projet de communication digitale professionnel déjà mis en place ou non.

### **4. MODALITES DE DEROULEMENT**

Notre formation HYBRIDE est structurée en 2 parties, 25h de formation via notre plateforme e-learning dédiée, et un accompagnement individuel par un expert des réseaux sociaux de 5 à 8h selon les besoins du candidat.

#### **Formation asynchrone en e-learning**

25 heures de e-learning asynchrone : un parcours en ligne accessible à tout moment, comprenant des vidéos pédagogiques, des tutoriels détaillés, des quiz et des exercices pratiques.

Accès illimité à la plateforme pendant 3 mois : le stagiaire se connecte à l'heure de son choix pour suivre son parcours, visionner les vidéos et réaliser les exercices. Les tutoriels, conçus de manière progressive et complète, offrent une approche pratique des réseaux sociaux et permettent un entraînement concret directement applicable à son projet professionnel.

#### **Formation synchrone**

La formation synchrone peut se dérouler sans nos locaux à Lyon.

**Rythme :** les séances se tiennent à raison de 7 heures par jours du lundi au vendredi. Les dates sont prédéfinies à l'avance selon notre calendrier.

Le stagiaire devra se munir d'un ordinateur, une connexion Internet stable et l'accès aux outils (Canva, Meta Business Suite, comptes réseaux sociaux) sont requis.

#### **Supports pédagogiques :**

**Supports numériques fournis avant chaque session :** présentations, documents PDF et liens utiles pour faciliter l'apprentissage et la mise en pratique.

**Exercices pratiques** réalisés en direct sur les comptes professionnels du stagiaire, afin d'assurer une application concrète des compétences travaillées.

**Outils utilisés :** Canva (création visuelle), Meta Business Suite (planification et gestion), ainsi que les principaux réseaux sociaux professionnels (Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest).

### **5. MODALITES ET DELAIS D'ACCES :**

Nos formations sont accessibles toute l'année, en présentiel comme à distance. Mise à part le délai légal de rétractation de 14 jours lors d'une inscription via le CPF, vous pouvez démarrer votre formation immédiatement.

Les sessions sont individuelles et personnalisées : pas de dates imposées, c'est vous qui choisissez vos créneaux et nous organisons le planning avec le formateur.

### **6. METHODES PEDAGOGIQUES UTILISEES :**

**APPORTS STRUCTURÉS** : présentations claires et progressives pour introduire les fondamentaux de la communication digitale et des réseaux sociaux.

**ATELIERS PRATIQUES** : réalisation guidée d'actions concrètes directement sur les comptes professionnels du stagiaire (création de posts, stories, reels, planification de publications).

**MISES EN APPLICATION RÉELLES** : utilisation d'outils professionnels (Meta Business Suite, Canva, Chat GPT, Réseaux sociaux... ) pour gérer des cas proches de la pratique quotidienne.

**PARCOURS E-LEARNING TUTORÉ** : modules en ligne interactifs (vidéos, tutoriels, quiz, exercices) complétés par un accompagnement personnalisé du formateur pour garantir la progression.

## **7. MODALITES D'EVALUATION :**

**Avant** : un test de positionnement est proposé en début de formation afin d'identifier le niveau de départ et d'adapter le parcours aux besoins du stagiaire.

**Pendant** : Evaluation en cours de formation :

Réalisation de cas pratiques appliqués directement au projet du stagiaire, tels que :

- un post, d'une story ou d'un reel,
- un visuel avec canva,
- un plan de communication éditoriale.

**Après** : Evaluation finale :

un quizz en ligne permet de valider les acquis théoriques et pratiques du stagiaire.

**Corrections personnalisées et feedback du formateur dédié.**

**SUIVI D'EXÉCUTION** : émargements. relevés de connexion sur la plateforme e-learning et traçabilité des activités réalisées.

**VALIDATION** : délivrance d'une attestation de fin de formation et d'un certificat de réalisation. Lors du passage de la certification RS7351, le stagiaire est évalué selon les modalités officielles de l'examen (mise en situation professionnelle)

## **8. ENCADREMENT PEDAGOGIQUE :**

La formation est assurée par des formateurs spécialisés dans le digital et les réseaux sociaux, justifiant d'une expérience professionnelle d'au moins 5 ans dans la gestion et l'animation de communautés en ligne.

**Formateur e-learning Jessy Martin**

*Professeur et formateur en stratégies marketing digital*

### Expertise Professionnelle

- **Directeur Associé chez Pando Studio** (2025-aujourd'hui) : accompagnement de PME/startups dans l'intégration de l'IA, gestion d'équipe de 7 personnes, éditeur de Qiplim.com (assistant IA pour formateurs).
- **Professeur Affilié** à Clermont School of Business (2020-aujourd'hui) : responsable de 4

modules incluant "Création et gestion de communautés".

- **CMO & formateur** : accompagnement de startups IT, éducation et santé
- **Expérience opérationnelle** : ex-Social Media Manager chez HEYME (budget publicitaire 100k€/an, ROAS de 7, +500k personnes touchées sur Facebook et Instagram en 2021)

## **9. RESULTATS ATTENDUS**

Cette formation vous prépare à la certification « Gérer la communication digitale d'une entreprise via les réseaux sociaux » titre enregistré auprès du répertoire spécifique N°RS7351 par LABKOM ; valable jusqu'au 27/10/2028.

## **10. MODALITES D'EXAMEN**

À l'issue de la formation, le stagiaire reçoit un mail de convocation pour l'examen final. Le lien de convocation contient également toutes les informations pratiques relatives au déroulement de l'épreuve. L'examen, d'une durée d'environ 30mn se déroule à distance en visioconférence.

**Le candidat partage son écran et présente :**

- Ses comptes professionnels sur les réseaux sociaux,
- Les actions réalisées durant la formation,
- Ainsi que les compétences

## **11. SUITE ET PARCOURS**

La certification permettra au stagiaire de valoriser son profil en intégrant ces compétences à son CV. Elles seront directement applicables dans son activité, renforçant son efficacité professionnelle, son autonomie dans la gestion des réseaux sociaux et favorisant son évolution de carrière.

## **12. TARIF DE LA FORMATION**

A partir de 1450€

## **13. CONTENU DE LA FORMATION**

Module 1 : la définition de la stratégie pour une bonne utilisation des réseaux sociaux

- Comprendre les bases du marketing digital avec le digital marketing funnel
- Créer une stratégie de marketing digital pour son entreprise
- Analyser et améliorer son parcours client
- Projet 1 : analyse d'une stratégie de communication et de marketing digital en autonomie

Module 2 : découvrir les réseaux sociaux en mode professionnel

- La place des réseaux sociaux dans le digital marketing funnel
- Le social selling : vendre sur les réseaux sociaux
- LinkedIn : le réseau social B2B de référence
- Automatiser ses actions sur LinkedIn avec Walaaxy
- Instagram et les vidéos verticales

- Créer un reel complet avec les outils Instagram
- Trouver de l'inspiration pour créer des vidéos courtes
- Utiliser une application mobile pour monter ses vidéos
- Utiliser Canva pour créer du contenu rapidement
- Programmez vos posts Facebook et Instagram avec Meta Business Suite
- Réalisez vos premières publicités avec Meta Ads
- Sponsoriser du contenu : gestion du budget et planification de la performance
- Mesurez vos performances sur les réseaux sociaux
- Études de cas : CRRSP ; The North Face Clermont-Ferrand ; Pâtisserie Flochon à Lyon ; Friperie l'Affinerie à Clermont-Ferrand
- Projet 2 : créez une vidéo tendance pour les réseaux sociaux

#### Module 3 : rédiger du contenu optimisé pour les réseaux sociaux

- Créer sa stratégie éditoriale pour développer une marque forte
- Écrire pour vendre
- Les différents types de contenus incontournables
- Accessibilité numérique sur les réseaux sociaux : bonnes pratiques
- Organiser sa production et sa diffusion de contenu avec un calendrier éditorial
- Projet 3 : rédigez du contenu pour une promotion fictive

#### Module 4 : modérer et animer ses réseaux sociaux

- Modérer et animer une page
- Automatiser la modération des commentaires et la gestion des messages privés
- Veille et e-réputation
- Configurer sa fiche Google My Business
- Créer et diffuser des stories pour Facebook et Instagram
- X (ex-Twitter)
- Projet 4 : créez et planifiez vos publications pour les réseaux sociaux dans un calendrier éditorial