

Communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir sa TPE

Certification RS7200

Fiche France Compétences : <https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/7200/>

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, le participant sera capable de concevoir, déployer et piloter une stratégie de communication sur les réseaux sociaux adaptée aux ressources, aux objectifs commerciaux et aux publics de sa TPE.

- Définir une stratégie et un plan d'action réalistes au regard des moyens financiers, humains et temporels disponibles.
- Choisir les plateformes pertinentes en fonction des publics visés, de leurs usages et des pratiques concurrentes.
- Créer et paramétrer une page professionnelle cohérente avec l'identité visuelle de la TPE.
- Construire une stratégie et un calendrier éditoriaux réguliers, mesurables et adaptés à l'activité.
- Produire des contenus engageants et accessibles à l'aide de l'IA générative et d'outils de design graphique.
- Développer et protéger l'e-réputation de la TPE grâce à la publicité, à la gestion des interactions, à l'influence et au suivi des performances.

COMPÉTENCES VISÉES

- C1. Définir une stratégie sur les réseaux sociaux, adaptée aux ressources mobilisables par la TPE et en lien avec son activité, son public cible et ses objectifs commerciaux, afin d'élaborer un plan d'action réaliste à la mesure des capacités financières et temporelles données au projet.
- C2. Sélectionner la ou les plateforme(s) de réseaux sociaux cibles en comparant leurs positionnements sur le marché, en s'assurant de leur correspondance avec son public cible et en prenant en compte les pratiques de la concurrence afin d'identifier les bonnes communautés.
- C3. Créer et paramétrer une page de présentation de son entreprise TPE sur les réseaux sociaux choisis, tout en exploitant les interfaces et fonctionnalités de la plateforme et en intégrant les éléments de nom et d'identité visuelle pour l'ancrer dans le réseau social.
- C4. Élaborer une stratégie éditoriale en tenant compte des spécificités propres à la TPE (objectifs qualitatifs, quantitatifs et temporels) afin d'établir un planning d'actions et ainsi organiser une régularité dans la ligne éditoriale.
- C5. Créer des contenus réseaux sociaux engageant, en conformité avec sa stratégie, en s'appuyant sur l'IA générative et sur des outils de design graphique, tout en les rendant accessibles aux personnes en situation de handicap (sous-titrages par exemple), et en adoptant un ton en correspondance avec la communauté visée afin de générer des actions, des réactions ou des interactions du(des) public(s) visé(s).
- C6. Cultiver la e-réputation de son entreprise TPE en mettant en place des actions publicitaires sur le réseau social concerné, en répondant aux avis, commentaires et critiques publiés par la communauté dans la page de l'entreprise, en gérant les bad buzz et crises d'image, en sélectionnant des e-influenceurs et en suivant les données transmises par le réseau social concerné afin d'attirer davantage de public(s) visé(s) et d'optimiser la performance de ses publications.

PUBLIC VISÉ

- Créateurs ou dirigeants de TPE.
- Collaborateurs directs en charge de la communication, ayant le projet de promouvoir les activités de la TPE via les réseaux sociaux.

PRÉ-REQUIS

- Maîtriser les outils bureautiques : traitement de texte, traitement des images, navigation Internet et tableur.
- Être à l'aise dans la rédaction et le traitement de données chiffrées.
- Disposer d'un ordinateur (PC ou Mac) et d'une connexion Internet haut débit.

EFFECTIF PAR SESSION

De 1 à 10 participants par session.

DURÉE

35 heures de formation, hors temps consacré à l'évaluation certificative, réparties sur 5 jours. La durée peut être organisée sur une période maximale de 8 semaines afin de permettre l'application au projet de la TPE.

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES / ORGANISATION

- Formation réalisable en présentiel, en classe virtuelle synchrone ou en modalité hybride.
- En distanciel, les séances sont animées en direct via Microsoft Teams ou Zoom ; les ressources et travaux sont partagés sur la plateforme pédagogique de l'organisme.
- Le parcours alterne apports ciblés, démonstrations, analyses de comptes et de campagnes, exercices guidés, ateliers appliqués au projet de chaque participant, mises en situation et retours individualisés. Les illustrations sont personnalisées au secteur d'activité de la TPE sans modifier les compétences visées.

MODALITÉS D'ASSISTANCE TECHNIQUE ET PÉDAGOGIQUE

- Le formateur assure l'accompagnement pédagogique pendant les séances et répond aux questions relatives aux travaux intermédiaires.
- En distanciel, une assistance technique est accessible par courriel et/ou téléphone aux horaires communiqués lors de la convocation. Le délai de première réponse est de 2 jours ouvrés maximum. En cas de difficulté persistante, un rendez-vous individuel à distance est proposé.

DÉLAIS ET MODALITÉS D'ACCÈS

- L'admission intervient après analyse du besoin, vérification des prérequis et entretien de positionnement.
- L'inscription est possible jusqu'à 11 jours ouvrés avant le début de la session, sous réserve de places disponibles et des délais propres au financeur.
- Pour une inscription via le CPF, les délais prévus par les CGU de Mon Compte Formation s'appliquent.

TARIFS

Individuel	Intra	Inter
3500 €	Sur demande	2500 €

PROGRAMME

Module 1 – Définir la stratégie sociale media de la TPE (5 h)

Déroulé / Contenu

- Analyser l'activité, le positionnement, l'offre et les ressources mobilisables par la TPE.
- Formuler des objectifs commerciaux et de communication qualitative, quantitatifs et temporels.
- Identifier et caractériser les publics cibles : besoins, comportements, freins et usages numériques.
- Déterminer les périodes de communication, le budget, les responsabilités et le temps disponible.
- Structurer un plan d'action cohérent, réaliste et mesurable.

Activités / Méthodes pédagogiques

- Diagnostic appliqué à la TPE du participant.
- Atelier de formulation des objectifs et des cibles.
- Construction commentée de la première partie du plan d'action.

Module 2 – Choisir les plateformes et analyser la concurrence (5 h)

Déroulé / Contenu

- Comparer le positionnement, l'audience, les formats, les fonctionnalités et les logiques algorithmiques des principales plateformes.
- Mettre en relation les caractéristiques des plateformes avec les comportements et attentes des publics cibles.
- Réaliser une analyse structurée des pratiques des concurrents : présence, ligne éditoriale, formats, fréquence et engagement.
- Identifier les communautés pertinentes, les opportunités et les avantages concurrentiels exploitables.
- Justifier la sélection d'une ou plusieurs plateformes au regard de la stratégie définie.

Activités / Méthodes pédagogiques

- Grille comparative des réseaux sociaux.
- Benchmark de concurrents directs ou indirects.
- Restitution argumentée du choix de plateformes.

Module 3 – Créer et paramétrer une page professionnelle (5 h)

Déroulé / Contenu

- Créer une page professionnelle en respectant les codes et exigences de la plateforme sélectionnée.
- Intégrer le nom, le logo, les visuels et les éléments de la charte graphique de la TPE.
- Rédiger et optimiser la description, les informations de contact et les appels à l'action.
- Configurer la messagerie, les droits d'accès, les publications et le suivi des performances.
- Contrôler la cohérence, la sécurité et la conformité de la page avant sa mise en ligne.

Activités / Méthodes pédagogiques

- Démonstration guidée des interfaces.
- Atelier de création ou d'optimisation de la page du participant.
- Audit croisé à partir d'une grille de conformité.

Module 4 – Élaborer la stratégie et le planning éditoriaux (5 h)

Déroulé / Contenu

- Définir les objectifs éditoriaux en cohérence avec la stratégie, l'activité et les publics de la TPE.
- Construire les piliers de contenu, le ton, le style et les règles de la ligne éditoriale.

- Choisir les formats et rythmes de publication adaptés à chaque plateforme.
- Élaborer un planning éditorial détaillé intégrant sujets, formats, dates, objectifs et responsables.
- Organiser la production, la validation et la diffusion afin d'assurer une communication régulière.

Activités / Méthodes pédagogiques

- Atelier de définition des piliers éditoriaux.
- Création d'un calendrier éditorial opérationnel.
- Relecture collective et ajustements individualisés.

Module 5 – Créer des contenus engageants, accessibles et assistés par l'IA (8 h)

Déroulé / Contenu

- Rédiger un contenu adapté au public, au ton, à la thématique et aux codes du réseau social choisi.
- Concevoir des visuels et décliner les contenus selon les formats et normes des plateformes.
- Utiliser l'IA générative : formulation, amélioration et traçabilité des prompts ; contrôle humain des résultats.
- Utiliser un outil de design graphique pour renforcer la lisibilité, la cohérence et l'originalité des publications.
- Rendre les contenus accessibles : textes alternatifs, sous-titrage, contraste, lisibilité et langage clair.
- Préparer un post finalisé, prêt à publier, et vérifier sa capacité à susciter des réactions ou interactions.

Activités / Méthodes pédagogiques

- Atelier de prompting et analyse critique des sorties IA.
- Création d'un post complet avec un outil de design graphique.
- Contrôle d'accessibilité et feedback individualisé.

Module 6 – Développer l'e-réputation et piloter les performances (7 h)

Déroulé / Contenu

- Construire une stratégie publicitaire : objectif, audience, contenu, durée, budget et indicateurs.
- Répondre aux avis, commentaires et critiques en protégeant la relation client et l'image de la TPE.
- Prévenir et gérer un bad buzz ou une crise d'image : veille, niveaux d'alerte, réponse et escalade.
- Identifier et sélectionner des e-influenceurs cohérents avec les publics, les valeurs et les moyens de la TPE.
- Lire les données statistiques des plateformes et calculer les principaux indicateurs de performance.
- Interpréter les résultats et décider des optimisations à apporter aux contenus et campagnes.

Activités / Méthodes pédagogiques

- Paramétrage simulé d'une campagne publicitaire.
- Cas pratique de traitement d'un commentaire négatif et d'une crise d'image.
- Analyse d'un tableau de bord et préparation des recommandations.

MÉTHODES ET OUTILS PÉDAGOGIQUES / MOYENS D'ENCADREMENT

- Pédagogie active centrée sur le projet réel ou, si une compétence n'est pas applicable, sur un cas théorique permettant d'en vérifier l'acquisition.
- Apports méthodologiques, démonstrations commentées, études de cas, travaux pratiques, mises en situation et analyses de productions.
- Supports de cours, modèles de stratégie, grilles de benchmark, trame de calendrier éditorial, guide de bonnes pratiques et tableaux de suivi.
- Suivi individualisé des travaux, corrections formatives et accompagnement à la structuration du rapport et de la soutenance.
- Formateur disposant d'une expertise professionnelle en stratégie de communication numérique et animation des réseaux sociaux.

MOYENS TECHNIQUES ET MATÉRIELS

- En présentiel : salle équipée, connexion Internet haut débit, vidéoprojecteur ou écran de diffusion et tableau.
- Pour chaque participant : ordinateur connecté, navigateur à jour, accès aux plateformes sociales utiles au projet, suite bureautique et outil de présentation.
- Outil de design graphique et solution d'IA générative ; les conditions d'utilisation, la confidentialité et la nécessité de contrôler les productions sont rappelées.
- En distanciel : ordinateur équipé d'une webcam et d'un microphone, plateforme de classe virtuelle et espace numérique de partage des ressources.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation à l'entrée en formation

Entretien individuel et questionnaire de positionnement portant sur le projet, les objectifs, les pratiques actuelles, les plateformes utilisées et la maîtrise des prérequis. Un diagnostic de la présence numérique de la TPE peut compléter ce positionnement.

Évaluations formatives

Exercices d'application, quiz, benchmark, paramétrage de page, élaboration progressive du plan d'action et du calendrier éditorial, création d'un contenu, simulation de campagne, traitement de commentaires et analyse d'indicateurs. Chaque production fait l'objet d'un retour du formateur au regard des critères du référentiel.

Évaluation certificative

Conception et mise en place d'une stratégie de communication et éditoriale d'une entreprise TPE via les réseaux sociaux, avec remise d'un rapport écrit et soutenance orale devant le jury d'évaluation.

Le rapport doit notamment présenter et justifier :

- La stratégie retenue et la sélection rigoureuse d'un ou plusieurs réseaux sociaux, adaptées au secteur d'activité et à la cible client ;
- La création d'une page professionnelle correctement paramétrée, respectant les codes du réseau et l'identité visuelle de l'entreprise ;
- La stratégie éditoriale et un planning détaillé démontrant sa régularité et sa cohérence avec les objectifs ;
- Un post prêt à publier, conforme au ton, à la thématique et à l'esthétique du réseau choisi, intégrant les exigences d'accessibilité ;
- La stratégie publicitaire construite avec l'outil de campagne du réseau choisi et le traitement d'un commentaire négatif dans un cas pratique imposé.

Ces productions sont transmises au jury avant la session d'examen. Pour la soutenance, le candidat prépare un diaporama, présente son plan d'action, explique et justifie sa production écrite, puis répond aux questions du jury. Si une ou plusieurs compétences ne sont pas applicables à son projet, le candidat traite un cas théorique afin de permettre la validation des acquis.

Dans le respect du règlement d'examen, le candidat peut saisir le référent handicap du certificateur afin d'étudier un aménagement des modalités d'évaluation ou l'assistance d'un tiers. Les supports et matériels peuvent être adaptés conformément au référentiel.

CERTIFICATION

La formation prépare à la certification « *Communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir sa TPE* », enregistrée au Répertoire Spécifique le 25 juin 2025 sous le n° RS7200 et délivrée par CréActifs.

La certification est active jusqu'au 25 juin 2028.

ACCESSIBILITÉ DE LA FORMATION AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

La formation est accessible aux personnes en situation de handicap. Les besoins sont recueillis en amont afin d'étudier les adaptations pédagogiques, techniques, matérielles ou organisationnelles nécessaires, en lien avec le référent handicap et, si besoin, les partenaires compétents. Lorsque l'aménagement demandé concerne l'évaluation certificative, il est étudié dans le cadre du règlement d'examen du certificateur.

- Directrice & Référente Pédagogique Handicap : **Eva MACHADO FEREIRA**
- Tél : 01 84 80 90 17
- Mail : contact@moveproforma.com