



AW LEARNING

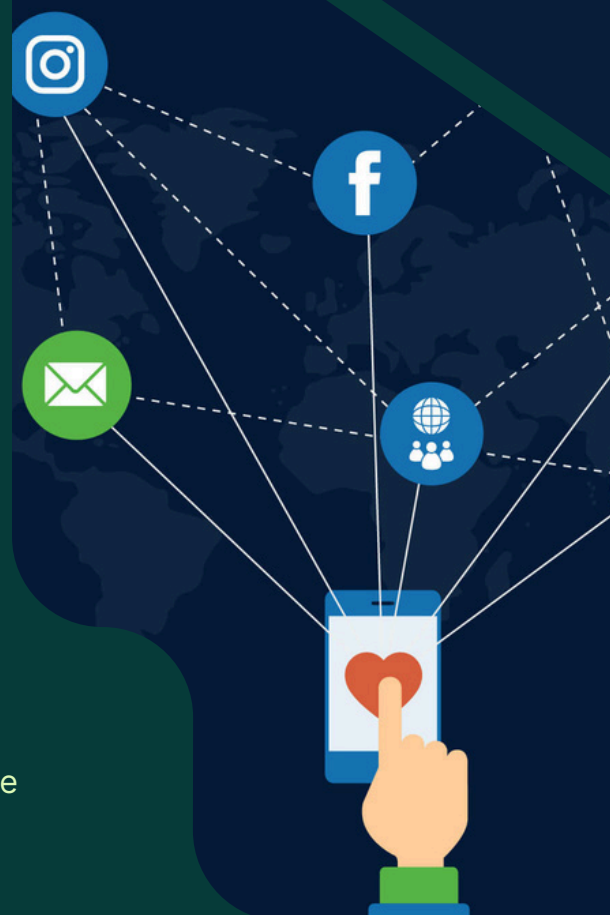
COMMUNIQUER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR PROMOUVOIR SA TPE

La formation mène à la certification RS7200, enregistrée au Répertoire Spécifique de France Compétences le 25-06-2025 et valable jusqu'au 25-06-2028.

Cette certification est détenue par CREATIFS.

Lien vers la fiche de France Compétences :

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



RS 7200

AW LEARNING

5 BOULEVARD DES BOUVETS, 92000 NANTERRE

SIRET : 100 441 294 00012

AW LEARNING**5 BOULEVARD DES BOUVETS, 92000 NANTERRE****SIRET : 100 441 294 00012****Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat**

Modalités d'admission et de déroulement

Pour toutes nos formations, merci de vous inscrire par courrier, par mail, par téléphone. Votre demande d'inscription sera traitée dans un délai de deux jours ouvrés. Toute commande de formation doit faire l'objet d'une confirmation écrite et suppose que le client accepte le contenu du stage et les prérequis, dont il s'engage à avoir eu connaissance. Conformément à l'article L221-18 du Code de la consommation, pour toute inscription conclue à distance ou hors établissement, vous bénéficiez d'un délai de rétractation de 14 jours à compter de la date de signature du contrat, sans avoir à fournir de justification ni à supporter de pénalités, hors frais éventuels prévus aux articles L. 221-23 à L. 221-25. La formation ne pourra débuter qu'après l'expiration de ce délai, sauf demande expresse du participant pour commencer la formation avant la fin de ce délai de rétractation

Lieu de la formation

La formation se déroulera en présentiel au 191-195 Avenue Charles de Gaulle, 92200 Neuilly-sur-Seine sous la supervision du formateur

Accessibilité pour les personnes en situation de handicap :

Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap. Le référent en la matière se tient à votre écoute pour évaluer puis préciser votre projet de formation et anticiper les éventuels aménagements à réaliser pour vous accueillir.

Contact : 06 93 05 34 39

Adresse mail : AWLearning92@gmail.com

Délai et modalités d'accès

Le délai d'accès à la formation est de 15 à 20 jours

Prérequis d'accès à la formation

- Maîtrise des outils bureautiques (traitement de texte, traitement des images, navigation internet, tableur)
- Aisance dans le rédactionnel et le traitement de données chiffrées
- Disposer d'un ordinateur (PC ou Mac) et d'une connexion Internet haut-débit

Public concerné

La certification « Communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir sa TPE » s'adresse aux créateurs d'une TPE, aux dirigeants de TPE ou à leurs collaborateurs directs en charge de la communication, ayant le projet de promouvoir les activités de la TPE via les réseaux sociaux.

Compétences visées :

- 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
- 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
- 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
- Élaborer une stratégie éditoriale en tenant compte des spécificités propres à la TPE afin d'établir un planning d'actions et ainsi organiser une régularité dans la ligne éditoriale
- 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
- 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 publics visés et d'optimiser la performance de ses publications

Objectifs pédagogiques :

- Définir et mettre en œuvre une stratégie de communication adaptée à la TPE sur les réseaux sociaux
- Sélectionner les plateformes pertinentes et créer des pages professionnelles conformes à l'identité de l'entreprise
- Produire des contenus visuels et textuels engageants, accessibles et cohérents avec la stratégie définie
- Gérer la e-réputation de l'entreprise en exploitant les outils publicitaires et les données de performance des réseaux sociaux

AW LEARNING

5 BOULEVARD DES BOUVETS, 92000 NANTERRE

SIRET : 100 441 294 00012

Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat

Méthodes pédagogiques mobilisées :

Formation en présentiel mobilisant les méthodes suivantes :

- Exposés interactifs : présentations où les participants sont régulièrement engagés par des questions, des réflexions ou des débats
- Études de cas : analyses de situations concrètes pour mettre en application les concepts théoriques
- Ateliers pratiques : sessions où les participants mettent en pratique les compétences enseignées sur leurs propres outils numériques
- Mise en situation : plonger les participants dans des scénarios réalistes de communication pour développer des compétences pratiques
- Accompagnement individualisé : suivi personnalisé de chaque participant dans la réalisation de sa stratégie de communication

Modalités d'évaluation :

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 et soutenance orale.

Les résultats attendus :

Cette formation vous prépare à la certification "Communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir sa TPE" (RS7200), attestant des compétences nécessaires pour définir, mettre en œuvre et optimiser la communication d'une TPE sur les réseaux sociaux.

Durée

La formation se déroule sur 35 heures.

Tarif

1 650 € TTC

PLANNING DE FORMATION

JOUR 1 : STRATÉGIE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX et SÉLECTION DES PLATEFORMES

Matin – C1 : Définir une stratégie sur les réseaux sociaux

08h30 – 10h00 : Poser les fondements de la stratégie

- Identification des objectifs commerciaux et de communication de la TPE (notoriété, acquisition, fidélisation)
- Définition de la ou des cibles visées et de leurs comportements sur les réseaux sociaux
- Détermination des périodes de communication stratégiques à exploiter en lien avec l'activité

10h00 – 10h15 : Pause

10h15 – 11h30 : Construire le plan d'action

- Élaboration d'un plan d'action structuré cohérent avec les objectifs et les ressources disponibles
- Identification des contraintes financières et temporelles de la TPE pour calibrer les ambitions
- Formalisation du budget alloué à la communication sur les réseaux sociaux

11h30 – 12h00 : Évaluation formative C1

- Rédaction d'une fiche stratégique présentant les objectifs, les cibles, les périodes clés et le budget alloué pour une TPE donnée

12h00 – 13h00 : Pause déjeuner

Après-midi – C2 : Sélectionner la ou les plateformes de réseaux sociaux

13h00 – 14h30 : Comparer les plateformes disponibles

- Analyse comparative des principales plateformes (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, YouTube...) : audience, algorithmes, fonctionnalités
- Identification des communautés présentes sur chaque réseau et de leur adéquation avec le public cible de la TPE
- Étude des comportements, attentes et besoins des publics cibles sur les différentes plateformes

14h30 – 14h45 : Pause

14h45 – 16h30 : Analyser la concurrence et choisir ses réseaux

- Analyse des pratiques de la concurrence sur les plateformes identifiées et repérage des opportunités
- Identification des avantages concurrentiels exploitables sur les réseaux sélectionnés
- Justification et formalisation du choix des plateformes retenues en lien avec la stratégie définie

16h30 – 17h00 : Évaluation formative C2

- Réalisation d'un tableau comparatif des plateformes avec justification du choix retenu pour une TPE type, intégrant l'analyse concurrentielle

JOUR 2 : CRÉATION ET PARAMÉTRAGE DE LA PAGE ENTREPRISE

C3 : Créer et paramétrer une page professionnelle sur les réseaux sociaux

08h30 – 10h00 : Concevoir une page professionnelle conforme à l'identité visuelle

- Intégration des éléments graphiques (logo, photo de couverture, palette de couleurs) en cohérence avec la charte graphique de la TPE
- Rédaction et optimisation de la description, des informations clés et des mots-clés pour capter l'attention des publics cibles
- Respect des codes visuels et éditoriaux propres au réseau social choisi

10h00 – 10h15 : Pause

10h15 – 11h30 : Paramétrer les fonctionnalités de la page

- Activation et configuration des fonctionnalités essentielles : messagerie, publications, boutons d'appel à l'action
- Mise en place du suivi des performances via les outils natifs de la plateforme
- Vérification de la cohérence globale de la page avec les objectifs de communication définis

11h30 – 12h00 : Évaluation formative C3

- Présentation et analyse d'une page entreprise créée sur le réseau choisi, avec justification des choix graphiques, éditoriaux et de paramétrage

12h00 – 13h00 : Pause déjeuner

13h00 – 17h00 : Atelier pratique – Création de sa page entreprise

- Création ou optimisation de la page entreprise du participant sur le(s) réseau(x) sélectionné(s)
- Intégration complète des éléments d'identité visuelle et des informations de présentation
- Paramétrage des fonctionnalités clés et vérification de la conformité avec la stratégie définie

JOUR 3 : STRATÉGIE ÉDITORIALE ET PLANNING DE CONTENU

C4 : Élaborer une stratégie éditoriale

08h30 – 10h00 : Définir les objectifs éditoriaux

- Identification et formulation des objectifs éditoriaux qualitatifs (ton, image de marque, engagement) et quantitatifs (fréquence, portée, interactions)
- Définition de la ligne éditoriale adaptée à l'activité de la TPE et aux attentes des publics cibles
- Structuration des thématiques de contenu en cohérence avec le positionnement stratégique de l'entreprise

10h00 – 10h15 : Pause

10h15 – 12h00 : Construire le planning éditorial

- Élaboration d'un planning éditorial détaillé intégrant les contraintes temporelles et organisationnelles de la TPE
- Organisation de la régularité des publications pour assurer une communication fluide et continue
- Anticipation des temps forts, des événements sectoriels et des périodes à forte valeur éditoriale

12h00 – 13h00 : Pause déjeuner

13h00 – 16h30 : Atelier pratique – Rédaction du planning éditorial

- Construction du planning éditorial personnel du participant sur un horizon d'un à trois mois
- Définition du calendrier des publications par réseau, par thématique et par format de contenu
- Validation de la cohérence entre le planning éditorial et les objectifs stratégiques définis en C1

16h30 – 17h00 : Évaluation formative C4

- Présentation du planning éditorial élaboré avec justification des objectifs éditoriaux, des thématiques retenues et de l'organisation proposée pour garantir la régularité

JOUR 4 : CRÉATION DE CONTENUS ET ACCESSIBILITÉ

C5 : Créer des contenus réseaux sociaux engageants

08h30 – 10h00 : Concevoir des contenus adaptés aux plateformes

- Identification des formats et normes de contenu propres à chaque réseau social (formats image, vidéo, texte, stories, reels...)
- Production de contenus visuels et textuels cohérents avec la stratégie éditoriale et l'identité de la TPE
- Adaptation du ton et du style à la communauté ciblée pour générer de l'engagement

10h00 – 10h15 : Pause

10h15 – 12h00 : Utiliser l'IA générative et les outils de design

- Prise en main des outils de création graphique (Canva, Adobe Express...) pour produire des visuels professionnels
- Utilisation de l'IA générative pour optimiser la rédaction des textes et l'originalité des publications (prompts IA, assistants de création)
- Garantie de l'accessibilité des contenus : sous-titrage des vidéos, descriptions alternatives des images, respect des normes d'inclusivité

12h00 – 13h00 : Pause déjeuner

13h00 – 16h30 : Atelier pratique – Production de contenus

- Création d'un post complet prêt à être publié, respectant le ton, la thématique et l'esthétique du réseau choisi
- Production d'un contenu intégrant les principes d'accessibilité (sous-titrage, description alternative)
- Revue et ajustement des contenus produits en lien avec la stratégie éditoriale et les attentes de la communauté cible

16h30 – 17h00 : Évaluation formative C5

- Présentation du post créé avec justification des choix de format, de ton, des outils utilisés (IA, design) et des mesures d'accessibilité mises en place

JOUR 5 : E-RÉPUTATION, PUBLICITÉ ET PERFORMANCE

C6 : Cultiver la e-réputation de la TPE

08h30 – 10h00 : Mettre en place une stratégie publicitaire

- Construction d'une campagne publicitaire sur le réseau social concerné (paramétrage de la durée, du public cible, des contenus et du budget)
- Identification des formats publicitaires adaptés aux objectifs de visibilité et d'acquisition de la TPE
- Justification des choix effectués en lien avec les objectifs de communication et les ressources disponibles

10h00 – 10h15 : Pause

10h15 – 12h00 : Gérer les avis, commentaires et crises d'image

- Formulation de réponses adaptées aux commentaires négatifs pour protéger la réputation et maintenir le lien avec la clientèle
- Traitement des bad buzz et crises d'image : identification des signaux, stratégies de réponse appropriées
- Sélection et justification du choix d'e-influenceurs en lien avec le public cible et la visibilité recherchée

12h00 – 13h00 : Pause déjeuner

13h00 – 16h30 : Analyser les données et optimiser les performances

- Lecture et interprétation des données transmises par les réseaux sociaux (portée, engagement, conversions...)
- Identification des actions correctives à mettre en œuvre pour améliorer la performance des publications
- Élaboration d'un plan d'optimisation continue basé sur les indicateurs de performance clés

16h30 – 17h00 : Évaluation formative C6

- Présentation d'une réponse construite à un commentaire négatif imposé, d'une stratégie de gestion de bad buzz et d'une analyse des données de performance avec proposition d'actions d'optimisation

JOUR 6 : PASSAGE DE L'EXAMEN DE CERTIFICATION (HORS TEMPS DE FORMATION)

À l'issue de la formation, le stagiaire s'engage à se présenter à l'examen de certification dans un délai de 15 à 20 jours calendaires suivant la fin de la formation.

Matin : Épreuve – Rapport écrit et Soutenance orale

08h30 – 12h00 : Soutenance orale du projet

- Remise du rapport écrit au jury présentant la stratégie de communication et éditoriale élaborée pour la TPE
- Présentation orale et justification de l'ensemble des choix stratégiques, éditoriaux et créatifs devant le jury
- Questionnement du jury d'évaluation sur les points du projet nécessitant des approfondissements ou des éclairages

Présentation orale du projet devant le jury d'évaluation

Lors de l'épreuve orale, le candidat devra présenter son plan d'action dédié à la communication et à la promotion de sa TPE sur les réseaux sociaux.

Afin d'appuyer son exposé, il aura préparé en amont un support de présentation de type PowerPoint. Durant la soutenance, le candidat sera amené à présenter, expliquer et justifier sa production écrite, tout en pouvant apporter des éléments complémentaires permettant d'approfondir certains aspects du projet.

À l'issue de cette présentation, un échange de questions-réponses sera conduit avec le jury d'évaluation.

Questionnement du jury d'évaluation

Le jury interrogera notamment le candidat sur différents points du projet professionnel présenté, en particulier ceux nécessitant des précisions, des approfondissements ou des éclaircissements complémentaires.