

## Déroulé de l'action

### Modalités

Session Inter-ou Intra  
En présentiel/Classe Virtuelle

### Horaires

9H00-12H30 /13H30-17H00

### Méthode pédagogique

Alternance exposés  
théoriques  
et exercices pratiques  
(80% de pratique)

### Suivi et assistance

Support de cours adapté  
Assistance téléphonique  
gratuite et illimitée

### Modalité d'évaluation

Evaluation formative au  
travers de nombreux  
exercices tout au long de la  
formation permettant de  
valider les compétences  
acquises.  
Attestation de stage  
Emergement quotidien d'une  
feuille de présence

### Accessibilité aux personnes handicapées

Pour tout besoin  
d'adaptation, retrouver le  
contact de notre référent  
handicap et les modalités  
d'accueil sur la page : [Infos  
pratiques/Situation de  
Handicap](#)

# Réseaux sociaux : Développer sa visibilité et son activité

**Objectif :** Permettre aux indépendants et aux personnes en charge de communication dans les TPE/PME de développer et d'optimiser leur présence en ligne grâce aux réseaux sociaux.

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Élaborer et mettre en place une stratégie digitale adaptée à son activité
- Créer et optimiser des profils professionnels sur les principales plateformes sociales
- Analyser les résultats des campagnes et ajuster la stratégie

**Public :** Indépendants, chargés de communication dans des TPE/PME

**Pré-requis :** Connaissance de base sur l'utilisation des réseaux sociaux

- 2 jours -

## Introduction aux Réseaux Sociaux

- Vue d'ensemble des principaux réseaux sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn...).
- Différences d'usage et d'audience selon les plateformes.
- L'impact des réseaux sociaux pour les petites entreprises : notoriété, engagement, fidélisation.

## Définir ses objectifs et identifier son audience

- Identification des objectifs spécifiques : visibilité, génération de leads, conversion.
- Analyse de l'audience : segmenter ses clients et prospects (Facebook Audience Insights)

## Bâtir une stratégie de contenu

- Élaboration d'une ligne éditoriale claire et adaptée à l'activité.
- Choisir les formats de contenu pertinents : vidéo, visuels, stories, articles.
- Introduction à l'utilisation d'IA pour générer des idées de contenu (ex : ChatGPT pour obtenir des suggestions d'articles ou de publications) et pour faciliter la rédaction.

## Optimiser ses profils professionnels

- Optimisation des profils sur les principaux réseaux sociaux : Facebook, LinkedIn, Instagram.
- Importance de la cohérence visuelle : logos, charte graphique, descriptions.
- Personnaliser les pages professionnelles pour refléter l'image de l'entreprise et utiliser les fonctionnalités clés (ex : Google My Business pour le référencement local).

## Déroulé de l'action

### Modalités

Session Inter-ou Intra  
En présentiel/Classe Virtuelle

### Horaires

9H00-12H30 /13H30-17H00

### Méthode pédagogique

Alternance exposés  
théoriques  
et exercices pratiques  
(80% de pratique)

### Suivi et assistance

Support de cours adapté  
Assistance téléphonique  
gratuite et illimitée

### Modalité d'évaluation

Evaluation formative au  
travers de nombreux  
exercices tout au long de la  
formation permettant de  
valider les compétences  
acquises.  
Attestation de stage  
Emargement quotidien d'une  
feuille de présence

### Accessibilité aux personnes handicapées

Pour tout besoin  
d'adaptation, retrouver le  
contact de notre référent  
handicap et les modalités  
d'accueil sur la page : [Infos  
pratiques/Situation de  
Handicap](#)

# Réseaux sociaux : Développer sa visibilité et son activité

## Créer des contenus visuels impactants

- Introduction à Canva et autres outils gratuits pour la création de visuels attractifs.
- Outils d'IA pour la génération d'images
- Picture marketing : Rôle de l'image et de la vidéo sur les réseaux sociaux.
- Initiation aux formats vidéos (courtes, lives, stories) et réels sur Instagram et TikTok.

## Planifier et automatiser des publications

- Introduction à l'utilisation d'outils de planification (ex : Buffer, Hootsuite) pour automatiser la publication des contenus.
- Maximiser le temps et optimiser les horaires de publication.
- Utiliser l'IA pour recommander les meilleurs moments de publication selon l'engagement de l'audience (ex : outils de suggestion intégrés dans Hootsuite).

## Suivre les performances et ajuster

- Introduction aux indicateurs clés de performance (KPI) : portée, engagement, taux de conversion.
- Utilisation d'outils d'analyse (ex : Facebook Insights, Instagram Analytics).

## Travaux pratiques

- **Pour chaque point du programme abordé** : Présentation et démonstration par le formateur, mise en pratique sur les fonctionnalités abordées par le stagiaire avec l'appui du formateur et du groupe, feedbacks du formateur tout au long de l'activité :
  - Création et/ou optimisation de sa page professionnelle sur les différents réseaux
  - Utilisation d'outils et d'applications aidant à la gestion des réseaux sociaux
  - Analyse des performances actuelles des réseaux sociaux des participants.
  - Échanges sur les bonnes pratiques pour maintenir l'engagement et ajuster les actions en fonction des données.