

Yendôme

Programme

Développer l'Activité Commerciale par les Réseaux Sociaux

50 heures - 6 semaines de formation

Accès à la plateforme d'apprentissage en
ligne en illimité

**TEST de positionnement en début de parcours -
Certification Développer l'activité commerciale par les réseaux
sociaux RS 6372 en fin de parcours**
validité du 19-07-2023 au 19-07-2026

TARIF 2 500€ TTC

Objectifs de la formation

Acquérir les compétences nécessaires pour exploiter les réseaux sociaux dans le développement d'une activité commerciale.

À l'issue de la formation vous serez capable de définir les objectifs commerciaux à atteindre (acquisition de prospects, présentation d'une nouvelle offre, développement de la notoriété et de l'image de marque etc...), de comparer les différents réseaux sociaux existants, accessibles par ordinateur et par mobile, également de créer un compte entreprise sur les différents réseaux sociaux sélectionnés et de définir un rythme de publication, sur les réseaux sociaux choisis.

Vous saurez élaborer des contenus rédactionnels percutants et des visuels propices à une diffusion sur les applications et réseaux sociaux
Vous concevrez des vidéos promotionnelles de votre activité professionnelle afin d'utiliser les résultats des différents indicateurs de suivi mis en place.

Mise à jour le 18/02/2025

Contenu de la formation

Formation composée de 50H dispensé en 6 modules afin d'acquérir les compétences nécessaires pour exploiter les réseaux sociaux dans le développement d'une activité commerciale.

À l'issue de la formation, vous serez en mesure de :

- Définir les objectifs commerciaux à atteindre (acquisition de prospects, présentation d'une nouvelle offre, développement de la notoriété et de l'image de marque ...)
- Comparer les différents réseaux sociaux existants, accessibles par ordinateur et par mobile
- Créer un compte entreprise sur les différents réseaux sociaux sélectionnés
- Définir un rythme de publication, sur les réseaux sociaux choisis
- Élaborer des contenus rédactionnels percutants et des visuels propices à une diffusion sur les applications et réseaux sociaux
- Concevoir des vidéos promotionnelles de son activité professionnelle
- Utiliser les résultats des différents indicateurs de suivi mis en place

Certification

En fin de parcours, vous passerez la certification "**Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux**" RS 6372 du certificateur Alternative Digitale dont la date d'échéance de l'enregistrement auprès de France compétences est du 19-07-2023 au 19-07-2026.

Modalités d'évaluation :

Pour s'inscrire à la certification, le candidat doit passer un test d'évaluation en numérique. L'obtention d'un score minimum de 500 points est requise pour valider sa candidature.

La certification se déroule sur une durée maximale de 90 minutes, sous surveillance et avec des mesures de sécurisation de l'ordinateur.

Structure de l'épreuve :

- Partie QCM : 25 questions
- Partie écrite : 25 questions

Yendôme

Module 1

Définir les objectifs commerciaux

Introduction : Les objectifs de la formation

Test de positionnement : QCM 10 Questions

L'évolution des réseaux sociaux

- L'histoire des réseaux sociaux
- Les tendances 2021- partie 1 / les chiffres clés
- Les tendances 2021- partie 2 / les chiffres clés
- Pourquoi miser sur les réseaux sociaux

Le community manager

- Qui est le Community Manager
- Les qualités du Community manager
- Les bonnes pratiques 1 : choisir le bon format
- Les bonnes pratiques 2 : création de contenu
- Les bonnes pratiques 3 : penser mobile first
- Les bonnes pratiques 4 : socials ads
- Les bonnes pratiques 5 : engagement
- La veille quotidienne

La communauté du Community manager

- Comprendre et entretenir sa communauté
- Construire et développer sa communauté

Image de marque

- Exploration des tendances actuelles
- Identifier sa clientèle (âge, localisation, revenus, centre d'intérêt et secteur d'activité)
- Explication des objectifs smart
- Définir ses objectifs smart
- Définition du business model

La veille concurrentielle et la veille sociale média

- Établir l'identité numérique de ses concurrents
- 5 bonnes raisons de construire sa veille

Le projet spécial média

- Qu'est ce que le projet social média
- Chef de projet
- La planification du projet
- Le Cycle de vie du projet – L'exploration
- Le Cycle de vie du projet – La préparation
- Le Cycle de vie du projet – La mise en œuvre
- Le Cycle de vie du projet – La finalisation

Le reporting

- Le taux d'engagement et plusieurs types de reporting

Exemples de projets social média

- Mise en place d'une campagne social média
- Création de contenus et budgets
- Diffusion du contenu

Faire des médias sociaux un outil d'acquisition client pour l'entreprise

- Qu'est ce qu'une stratégie digitale ?

Le Brand content et le modèle POEM

- Partie 1
- Partie 2

Quiz de module

Vendôme



Module 2 & 3

Comparer les réseaux sociaux - Crée un compte entreprise

Facebook

- La présentation de Facebook
- La différence entre un profil, une page et un groupe
- La création d'une page Facebook

Instagram

Les bases Partie 1 :

- Histoire
- Quelques chiffres
- Avantages et différents moyens de publication

Les bases Partie 2 :

- Pourquoi créer un compte Instagram professionnel
- Création d'un compte

Youtube

Les bases Partie 1 :

- Présentation
- Histoire
- Chiffres clés
- Les avantages et les inconvénients

Les bases Partie 2 :

- Création d'un compte
- Personnalisation

Tiktok

- Histoire
- Chiffres clés
- Création d'un compte

Pinterest

- Création d'un compte

Snapchat

Les bases de Snapchat :

- Présentation
- Histoire
- Chiffres clés
- Création d'un compte

Linkedin

- Présentation de LinkedIn
- Les chiffres clés
- Création d'un compte

X (ex Twitter)

- Les bases de X (ex Twitter)
- Présentation
- Quelques chiffres
- Présentation et création d'un compte et stratégie

Image de marque

- Comment se démarquer
- Trouver et valider son idée de projet
- Comprendre les tendances actuelles
- Créer un prototype de logo en 5 minutes
- Créer son logo grâce à l'intelligence artificielle

Quiz de module

Vendôme



Module 4

Définir un rythme de publication

Mettre en place une stratégie Social Média

Les acteurs de la stratégie digitale et opérationnelle

- Community manager VS Social média manager
- Définir son rôle

Les outils social média

- Les outils d'organisation
- Les outils de veille - partie 1 et 2

Les outils de planification

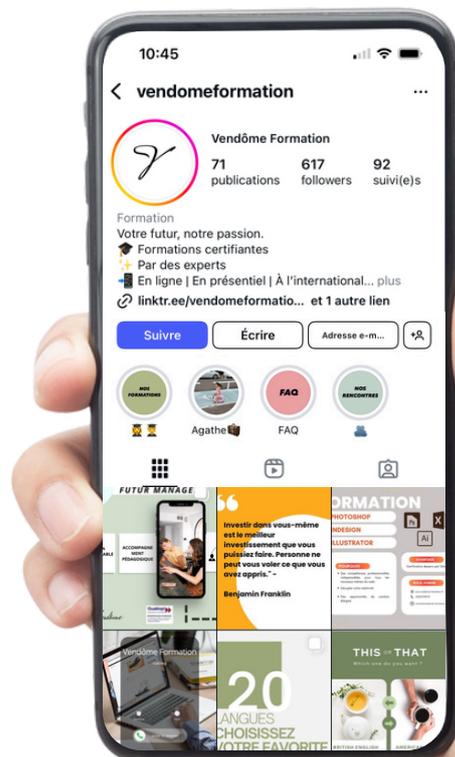
Hootsuite :

- Création d'un compte
- Création de son tableau de bord
- La planification

Buffer:

- Création d'un compte
- Son utilisation
- La planification

Quiz de module



Module 5

Élaborer les contenus rédactionnels et visuels

Facebook

- Définir les objectifs de sa page
- Quelques conseils pour animer votre page
- L'algorithme Facebook
- La sponsorship Facebook

Instagram

Les bases d'Instagram – Partie 2 :

- L'algorithme Instagram
- Exemple de posts

Youtube

Les bases de YouTube – Partie 2 :

- Construire et poster

Tiktok

- Les avantages et les bonnes pratiques
- Les bases de TikTok
- Création de contenu

Pinterest

- Comment mettre en place une stratégie marketing sur Pinterest
- Anatomie
- Marketing – Partie 1
- Marketing – Partie 2
- 7 étapes pour mettre en place une stratégie marketing

Snapchat

Les bases de Snapchat :

- Les avantages et stratégie marketing

Linkedin

- Les avantages
- Construire les relations

X (ex Twitter)

- Les avantages
- Présentation d'un compte
- Stratégie

Les outils social média :

- Les outils de création - partie 1 : Création de contenus visuels et vidéo
- Les outils de création - partie 2 : Création de jeux concours
- Les outils de création - partie 3 : Création de jeux concours

Mise en pratique avec le formateur lors des sessions de classes virtuelles

Quiz de module



Module 6

Concevoir des vidéos promotionnelles

- Découverte
- Explications détaillées
- Mise en pratique avec le formateur
- Création de support vidéo dédié à l'activité personnel de l'apprenant



Vendôme

Module 7

Utiliser les indicateurs de suivi

Les indicateurs clés de performance à analyser pour comprendre vos internautes

- Déterminer les meilleurs KPI en fonction de vos objectifs
- Tableau comparatif
- Analyser les KPI
- Savoir exploiter les KPI selon le réseau social

Les KPI essentiels en fonction de vos objectifs

- Objectif de notoriété
- Objectif d'acquisition
- Objectif d'interaction et engagement
- Objectif de satisfaction
- Objectif de conversion

Les KPI important à analyser

- L'évolution de la notoriété de votre marque
- Le pourcentage des nouvelles visites
- Le Taux de clic
- Le Taux de rebond
- La durée moyenne de la visite
- Le Taux de conversion
- L'abandon du tunnel d'achat

Google Analytic

- Introduction
- Comment ça fonctionne ?
- Création d'un compte
- Structure d'un compte
- Création d'un tableau de bord
- Utilisation

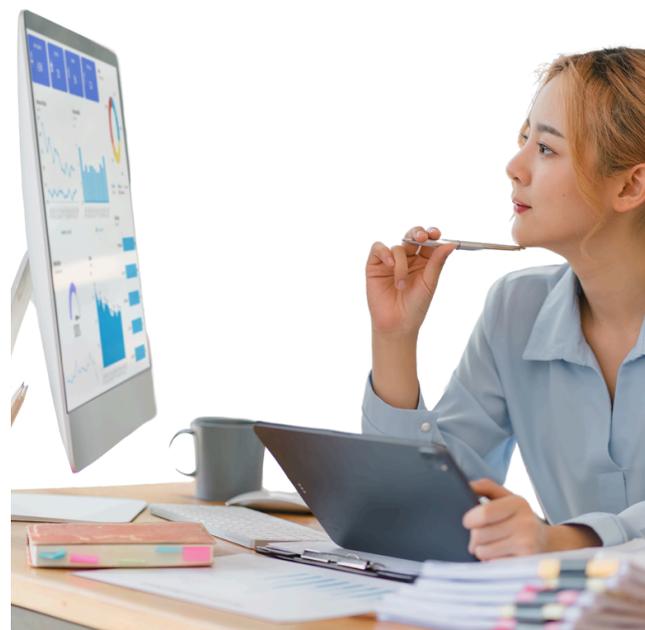
La e-réputation

- Analyser l'empreinte digitale d'une marque
- Taux de satisfaction

Le reporting

- Le taux d'engagement
- Types de reporting

Test final : QCM 10 Questions



Classes virtuelles

Les classes virtuelles avec professeur constituent une méthode de formation efficace et moderne pour les apprenants. Elles combinent les avantages de la flexibilité en ligne avec l'interactivité et le soutien personnalisé des cours traditionnels, offrant ainsi une expérience d'apprentissage complète et enrichissante.

Elles sont dispensées sur la plateforme en visioconférence.

Les professeurs peuvent adapter le contenu des cours en fonction des besoins spécifiques des apprenants et offrir un suivi et un support personnalisé, aidant ainsi les apprenants à surmonter leurs difficultés et à progresser efficacement. Des feedbacks réguliers et des sessions de tutorat individualisées peuvent grandement améliorer leur performance et leur confiance.

Cette personnalisation est particulièrement bénéfique pour les marketeurs en e-commerce qui doivent souvent faire face à des défis uniques et variés.

Le nombre d'heures de classes et la programmation se fait via un planning établi en fonction des disponibilités des apprenants et du professeur.

Ils échangent et définissent ensemble les objectifs d'apprentissage spécifiques.

Ils identifient les compétences et les connaissances essentielles à acquérir dans le domaine de l'e-commerce.

Cette collaboration garantit que les cours répondent aux attentes et aux besoins professionnels des apprenants.



Vendôme

Modalités de Formation

FORMATION

Annexes 1/5

PUBLIC

La certification s'adresse aux dirigeants de TPE/PME indépendants et leurs collaborateurs en charge de leur communication marketing.

PRÉREQUIS/ APTITUDES

L'inscription à la certification est conditionnée à l'obtention d'au moins 500 points à un test de connaissances en numérique.

Avoir un projet de développement de son activité commerciale par les réseaux sociaux afin de rendre opérationnelles les compétences acquises.

PRÉREQUIS TECHNIQUES

Disposer d'un ordinateur ou d'une tablette avec une connexion internet fiable, un microphone et une caméra fonctionnelle.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCES

Formation e-learning en FOAD et/ou avec partie de formations individuelles à distance sous la forme de classes virtuelles en solo ou en groupe (cf Convention). En cas d'inscription en ligne depuis le portail CPF, entrée en formation 11 jours ouvrés après la signature de la convention sur le portail CPF.

DURÉE

Modulable en fonction du parcours de formation choisi.

DATES OU PÉRIODE

VOIR CONVENTION DE FORMATION

HORAIRES

- La partie e-learning est accessible 7/7 et 24h/24h.
- Le monitoring et l'assistance technique sont disponibles 7/7 j de 9H à 17H.
- L'assistance pédagogique est disponible du lundi au vendredi de 9H à 16H30

Yendôme

CONTENU

Cette action de formation est une action concourant au développement des compétences réalisées suivant un format à distance.

Le suivi de l'exécution de l'action de formation, pour la séquence réalisée à distance, sera effectuée au moyen de travaux que le stagiaire devra réaliser sur ordinateur sur la plateforme pédagogique e-learning sur des logiciels tiers.

MODALITÉS D'ÉVALUATION D'ATTEINTE DES OBJECTIFS DE LA FORMATION

- QCM/Quizz
- Grille d'évaluation
- Travaux pratiques
- Tests de contrôle de connaissances et validation des acquis à chaque étape
- Échange avec le formateur par chat, téléphone ou visioconférence et avec la conseillère pédagogique par téléphone et/ou par mail.
- Validation de l'inscription à la certification par réussite au test de connaissance en numériques. Certification en ligne d'une durée maximal de 90 min, composée d'une cinquantaine de questions (QMC et exercices).

Xendôme

MOYENS PERMETTANT LE SUIVI ET L'APPRÉCIATION DES RÉSULTATS

SUIVI DE L'EXÉCUTION :

Déroulé pédagogique mentionnant les objectifs de la formation et les objectifs personnels de l'apprenant ainsi que la nature et la durée de l'action.

Relevé de connexions, signé par un représentant de l'organisme de formation (Attestation de fin de formation).

Convention indiquant la date de l'action et les heures de début et de fin d'utilisation du programme.

APPRÉCIATION DES RÉSULTATS :

- Recueil individuel des attentes du stagiaire
- Évaluation continue durant la session.
- Remise d'une attestation de fin de formation.
- Questionnaire d'évaluation de la satisfaction en fin de formation.
- Certification "Développer l'Activité Commerciale par les Réseaux Sociaux" RS 6372 en fin de parcours

Xendôme

Annexes 4/5

LIEU	Formation Ouverte A Distance (FOAD) accessible 7j/7 et 24H/24 à partir d'une plateforme conçue spécialement pour le e-learning.
PERSONNE EN SITUATION DE HANDICAP	Pour les personnes en situation de handicap, nous mettrons tout en œuvre pour vous accueillir ou pour vous réorienter. Vous pouvez contacter notre référente handicap Mme Jessica SYLVESTRE au 01.73.19.11.57 ou par mail jessica.sylvestre@vendome-formation.fr .
OBJECTIFS DE LA FORMATION ET COMPÉTENCES VISÉES	<p>À l'issue de la formation, le participant sera capable de mettre en œuvre les compétences suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none">• Définir les objectifs commerciaux à atteindre (acquisition de prospects, présentation d'une nouvelle offre, développement de la notoriété et de l'image de marque ...)• Comparer les différents réseaux sociaux existants, accessibles par ordinateur et par mobile• Créer un compte entreprise sur les différents réseaux sociaux sélectionnés• Définir un rythme de publication, sur les réseaux sociaux choisis• Élaborer des contenus rédactionnels percutants et des visuels propices à une diffusion sur les applications et réseaux sociaux• Concevoir des vidéos promotionnelles de son activité professionnelle• Utiliser les résultats des différents indicateurs de suivi mis en place

Vendôme

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES D'ENCADREMENT DES FORMATIONS

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Évaluation des besoins et du profil du participant.
- Apport théorique et séquences pédagogiques regroupées en différents modules.
- Cas pratiques.
- Questionnaire et exercices.
- Tests de contrôle de connaissances et validation des acquis à chaque étape
- Retours d'expériences.
- Séquences pédagogiques regroupées en différents modules.
- Accès individualisé grâce à 1 login et 1 mot de passe par apprenant permettant le contrôle et l'évaluation par les tuteurs formateurs à partir d'une plateforme conçue spécialement pour le e-learning.

RÉFÉRENT PÉDAGOGIQUE ET FORMATEUR

Chaque formation est sous la responsabilité du directeur de l'organisme de formation ; le bon déroulement est assuré par la responsable pédagogique, Jessica Sylvestre, désignée par l'organisme de formation.

Yendôme