



FORMA PERFORMANCES

Organisme de formation certifié Qualiopi

PROGRAMME DE FORMATION

Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux

Certification RS6372 — Alternative Digitale

Durée : 21 heures • Distanciel synchrone

Titre de la certification

Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux

Certification RS6372 — éditée par Alternative Digitale

Public visé

La certification s'adresse aux dirigeants de TPE/PME indépendants et leurs collaborateurs en charge de leur communication marketing devant acquérir des compétences complémentaires en lien avec le développement de l'activité commerciale par les réseaux sociaux.

Prérequis

Le candidat devra présenter des connaissances en numérique. Afin de vérifier son niveau de connaissance un test sera réalisé lors de son inscription. Sa candidature sera validée dès obtention de 500 points au test de connaissances. Autre prérequis – avoir un projet de développement de son activité commerciale par les réseaux sociaux afin de rendre opérationnelles les compétences acquises.

Équipement requis pour la formation et l'examen

- Ordinateur Mac ou PC équipé d'une webcam fonctionnelle
- Navigateur Google Chrome installé et à jour
- Connexion internet stable



Durée et modalités de formation

Durée totale	21 heures de formation synchrone
Modalité principale	Distanciel synchrone — visioconférence individuelle avec le formateur (supports projetés et commentés en temps réel)
Modalité complémentaire	Accès à des ressources e-learning asynchrones pour consolider les bases techniques entre les sessions
Rythme	Sessions de 3 à 4 heures, planifiées selon disponibilité du stagiaire — adaptable après entretien préalable dans EDOF

Objectifs pédagogiques

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

- C1 — Définir les objectifs commerciaux à atteindre sur les réseaux sociaux (acquisition de prospects, présentation d'une nouvelle offre, développement de la notoriété et de l'image de marque)
- C2 — Comparer les différents réseaux sociaux existants, accessibles par ordinateur et par mobile, et sélectionner les plateformes adaptées à son activité
- C3 — Créer et optimiser un compte entreprise sur les différents réseaux sociaux sélectionnés
- C4 — Définir un rythme de publication structuré et réaliste sur les réseaux sociaux choisis
- C5 — Élaborer des contenus rédactionnels percutants et des visuels propices à une diffusion sur les applications et réseaux sociaux
- C6 — Concevoir des vidéos promotionnelles de son activité professionnelle
- C7 — Utiliser les résultats des différents indicateurs de suivi mis en place pour évaluer et ajuster sa stratégie

Contenu du programme

Module 1 — Définir les objectifs commerciaux

Durée : 3h | Compétence visée : C1

Compétence du référentiel	<i>Définir les objectifs commerciaux à atteindre (acquisition de prospects, présentation d'une nouvelle offre, développement de la notoriété et de l'image de marque...)</i>
Objectifs pédagogiques	– Identifier les différents types d'objectifs commerciaux accessibles via les réseaux sociaux (acquisition de prospects, notoriété, image de marque, présentation d'une nouvelle offre) – Formuler des objectifs SMART alignés avec la stratégie globale de l'entreprise – Construire le portrait précis de son avatar client et réaliser un benchmark concurrentiel structuré
Contenu	– Les différents types d'objectifs commerciaux : notoriété, génération de leads, conversion, fidélisation – Méthode SMART appliquée aux réseaux sociaux – Outil de définition de l'avatar client (persona marketing)

	- Grille de benchmark concurrentiel : analyse des stratégies gagnantes et erreurs à éviter - Alignement objectifs commerciaux / stratégie digitale
Évaluation des acquis	Exercice pratique en ligne : le stagiaire formalise ses objectifs commerciaux et présente son avatar client. Évaluation par grille de compétences et questions/réponses orales avec le formateur.

Module 2 — Comparer les réseaux sociaux

Durée : 2h | Compétence visée : C2

Compétence du référentiel	<i>Comparer les différents réseaux sociaux existants, accessibles par ordinateur et par mobile</i>
Objectifs pédagogiques	- Identifier les principales plateformes sociales (Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube, TikTok) et leurs spécificités d'usage - Comparer les plateformes selon les critères pertinents pour son activité commerciale (audience, format, algorithme, coût) - Sélectionner les réseaux sociaux adaptés à ses objectifs et à sa cible
Contenu	- Panorama des plateformes : Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube, TikTok — spécificités et audiences - Accessibilité mobile vs desktop : enjeux pour la stratégie de contenu - Critères de sélection des plateformes selon le secteur d'activité et les objectifs - Études de cas : choix de plateformes dans différents secteurs (B2B, B2C, artisan, commerçant)
Évaluation des acquis	Exercice pratique en ligne sur les différentes solutions d'applications et de réseaux sociaux sur le marché. Le stagiaire produit un tableau comparatif argumenté des plateformes et justifie sa sélection.

Module 3 — Créer un compte entreprise

Durée : 2h | Compétence visée : C3

Compétence du référentiel	<i>Créer un compte entreprise sur les différents réseaux sociaux sélectionnés</i>
Objectifs pédagogiques	- Créer et paramétrer un compte entreprise sur chaque plateforme sélectionnée - Optimiser ses profils professionnels pour maximiser la visibilité organique (SEO social, mots-clés, bio percutante, visuels de marque)
Contenu	- Création pas-à-pas des comptes professionnels (Facebook Page, Instagram Business, LinkedIn Entreprise, YouTube Studio) - Paramétrage des informations clés : coordonnées, catégorie, description, lien site web - Techniques d'optimisation : SEO social, mots-clés stratégiques, biographie efficace - Identité visuelle cohérente : photo de profil, bannière, visuels de marque
Évaluation des acquis	Exercice pratique en ligne sur la création de compte entreprise. Le stagiaire crée ou optimise son profil sur au moins deux plateformes. Vérification par grille de contrôle commentée par le formateur.

Module 4 — Définir un rythme de publication

Durée : 3h | Compétence visée : C4

Compétence du référentiel	<i>Définir un rythme de publication sur les réseaux sociaux choisis</i>
Objectifs pédagogiques	– Construire un calendrier éditorial structuré, réaliste et adapté à son activité – Planifier les publications en cohérence avec les objectifs commerciaux et les temps forts de l'activité – Utiliser les outils de planification et d'automatisation disponibles
Contenu	– Les règles de fréquence et de régularité par plateforme (algorithmes, bonnes pratiques) – Construction du calendrier éditorial mensuel : types de contenu, thématiques, formats – Outils de planification : Meta Business Suite, Later, Hootsuite, Notion – Techniques d'animation de communauté : susciter l'interaction, gérer les commentaires et les messages directs – Gestion de crise sur les réseaux sociaux : prévenir, réagir, rebondir
Évaluation des acquis	Exercice pratique en ligne sur la publication de contenus sur les réseaux sociaux. Le stagiaire produit son calendrier éditorial mensuel. Évaluation par grille de compétences et questions/réponses avec le formateur.

Module 5 — Élaborer des contenus rédactionnels et visuels

Durée : 4h | Compétence visée : C5

Compétence du référentiel	<i>Élaborer des contenus rédactionnels percutants et des visuels propices à une diffusion sur les applications et réseaux sociaux</i>
Objectifs pédagogiques	– Concevoir des contenus rédactionnels engageants adaptés aux codes de chaque réseau social – Produire des visuels professionnels adaptés aux formats de chaque plateforme – Maîtriser la méthode TOFU-MOFU-BOFU pour structurer son tunnel de contenu – Utiliser Canva de manière autonome pour créer des visuels de marque percutants
Contenu	– Principes de copywriting pour les réseaux sociaux : accroche, corps, appel à l'action – Méthode TOFU-MOFU-BOFU appliquée à la stratégie de contenu social – Formats de contenu par plateforme : posts, carousels, stories, Reels, articles LinkedIn – Prise en main de Canva : création de visuels professionnels, templates, charte graphique – Atelier de production : le stagiaire crée un post rédactionnel et un visuel Canva sur son activité
Évaluation des acquis	Exercice pratique en ligne sur l'élaboration de contenus à destination des réseaux sociaux. Le stagiaire produit un post rédactionnel et un visuel Canva. Retour personnalisé du formateur sur la qualité du contenu.

Module 6 — Concevoir des vidéos promotionnelles



Durée : 3h Compétence visée : C6	
Compétence du référentiel	<i>Concevoir des vidéos promotionnelles de son activité professionnelle</i>
Objectifs pédagogiques	– Maîtriser les fondamentaux de la production vidéo courte pour les réseaux sociaux – Utiliser CapCut de manière autonome pour réaliser des vidéos promotionnelles percutantes – Adapter le format et le message vidéo aux codes de chaque plateforme (Reels, TikTok, YouTube Shorts)
Contenu	– Fondamentaux de la vidéo pour les réseaux sociaux : cadrage, lumière, son, durée optimale – Prise en main de CapCut : montage vidéo simplifié, sous-titres automatiques, musiques libres de droits – Structure d'une vidéo promotionnelle efficace : accroche, démonstration, appel à l'action – Formats vidéo par plateforme : Reels Instagram, TikTok, YouTube Shorts, LinkedIn Video – Atelier de production : le stagiaire réalise une vidéo promotionnelle courte (30–60 secondes) sur son activité
Évaluation des acquis	Exercice pratique en ligne sur la conception de vidéos promotionnelles à destination des réseaux sociaux. Le stagiaire produit une vidéo courte avec CapCut. Évaluation par grille de compétences et retour formateur.

Module 7 — Utiliser les indicateurs de suivi	
Durée : 4h Compétence visée : C7	
Compétence du référentiel	<i>Utiliser les résultats des différents indicateurs de suivi mis en place</i>
Objectifs pédagogiques	– Identifier et exploiter les indicateurs clés de performance (KPIs) pour évaluer l'efficacité de ses actions Social Media – Lire et interpréter les données issues des outils d'analyse natifs et de Google Analytics – Prendre des décisions stratégiques appuyées sur la donnée et adapter sa stratégie en continu
Contenu	– Introduction aux outils d'analyse : insights natifs Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube – Google Analytics 4 : installation, tableaux de bord, lecture des sources de trafic – KPIs essentiels : portée, taux d'engagement, clics, conversions, coût par résultat – Lecture et interprétation des données : comment décider, adapter, accélérer – Étude de cas pratique : analyse complète d'une campagne existante et formulation de recommandations – Construction d'un tableau de bord de pilotage personnalisé – Révision générale, Q&A et QCM final
Évaluation des acquis	Évaluation en ligne portant sur les connaissances en lien avec le développement de l'activité commerciale par les réseaux sociaux. QCM corrigé par le formateur et remis au stagiaire. Étude de cas : analyse d'une campagne réelle avec recommandations d'optimisation.



Récapitulatif des durées

Module	Durée	Compétence
Module 1 — Définir les objectifs commerciaux	3h	C1
Module 2 — Comparer les réseaux sociaux	2h	C2
Module 3 — Créer un compte entreprise	2h	C3
Module 4 — Définir un rythme de publication	3h	C4
Module 5 — Élaborer des contenus rédactionnels et visuels	4h	C5
Module 6 — Concevoir des vidéos promotionnelles	3h	C6
Module 7 — Utiliser les indicateurs de suivi	4h	C7
TOTAL	21h	C1 à C7

Modalités pédagogiques

Supports et moyens pédagogiques

- Supports de formation projetés et commentés en temps réel par le formateur
- Études de cas concrets travaillés en direct
- Ateliers pratiques sur les outils numériques (Canva, CapCut, Meta Business Suite, Google Analytics)
- Quiz en ligne interactifs pour valider les acquis à chaque étape
- Mise à disposition en ligne des supports à l'issue de chaque session

Modalités d'évaluation et de suivi

Dispositif de suivi

- Émargement numérique à chaque demi-journée de formation
- Suivi de l'assiduité et de la progression via la plateforme LMS

Évaluation des acquis en cours de formation

- Exercices pratiques en ligne par compétence (un exercice par module, tel que défini dans le référentiel RS6372)
- Grille d'évaluation d'acquisition de compétences — questions/réponses orales avec le formateur à chaque module
- Mises en situation pratiques sur cas réels tout au long du parcours

Évaluation finale

- QCM corrigé par le formateur et remis au stagiaire à l'issue du parcours
- Évaluation en ligne portant sur les connaissances en lien avec le développement de l'activité commerciale par les réseaux sociaux (modalité du certificateur)

Évaluation de la satisfaction

- Formulaire d'évaluation à chaud en fin de formation



- Formulaire d'évaluation à froid (J+60) pour mesurer l'impact sur l'activité professionnelle

Présentation de la certification

La formation prépare à la certification RS6372 « Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux » éditée par Alternative Digitale. Le passage de l'examen final est donc obligatoire dans le cadre de toute formation financée au CPF.

L'évaluation finale prend la forme d'un examen en ligne d'une durée de 90 minutes, réalisé sous la surveillance vidéo réalisée par le certificateur.

L'épreuve comprend des questions ouvertes et une partie QCM portant sur les notions essentielles abordées pendant la formation.

Matériel requis pour passer l'examen : ordinateur Mac ou PC équipé d'une webcam + navigateur Google Chrome.

Accessibilité et handicap

Forma Performances s'engage à rendre ses formations accessibles à toute personne en situation de handicap. Pour tout besoin d'adaptation pédagogique ou technique, contactez notre référente handicap afin d'étudier ensemble les aménagements possibles.

Contact : contact@formaperformances.com