

COMMUNIQUER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR PROMOUVOIR SA TPE

Maîtrisez la communication de votre TPE et augmentez son influence!



Pourquoi choisir cette formation

Optez pour notre formation « Maîtrisez la communication de votre TPE » et transformez votre entreprise grâce à une stratégie digitale percutante !

Vous apprendrez à utiliser les outils essentiels pour créer une présence en ligne remarquable, attirer de nou-

veaux clients et renforcer votre image de marque.

Ne passez pas à côté de cette opportunité de propulser votre TPE vers le succès sur les réseaux sociaux.

Objectifs de la formation

- Définir une stratégie sur les réseaux sociaux adaptée à la TPE.
- Sélectionner les plateformes pertinentes en fonction de la cible.
- Créer et paramétrer une page professionnelle cohérente avec l'identité de la TPE.
- Élaborer une stratégie éditoriale structurée et adaptée.
- Créer des contenus engageants à l'aide d'outils de design graphique (ex : Canva) et d'IA générative.
- Cultiver la e-réputation de son entreprise et gérer les situations de crise (ex : bad buzz).





Public:

créateurs d'entreprise ou chefs d'entreprises de TPE

Pré-requis:

Maîtrise des outils bureautiques et aisance rédactionnelle

Durée: 35h

35 heures de formation au total comprenant e-learning et coaching

Certification:

Communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir sa TPE”, enregistrée au répertoire spécifique de France Compétences sous le numéro RS7200 par l'organisme certificateur CréActifs



Les évaluations comprennent divers exercices pratiques et une présentation finale.

01

Les réseaux sociaux comme outil de communication professionnelle

Comprendre les différents types de réseaux sociaux disponibles sur le marché

Identifier les réseaux sociaux les plus populaires dans la zone géographique de l'entreprise

Analyser les caractéristiques des réseaux sociaux en fonction des critères suivants: audience, format de contenu, fonctionnalités, etc.

Identifier les réseaux sociaux les plus pertinents pour atteindre la cible de l'entreprise en se basant sur les critères définis précédemment

Analyser les pratiques de la concurrence sur les différents réseaux sociaux pour identifier les tendances et les opportunités de communication

02

Définir sa stratégie de communication

Définir de la stratégie de communication
Identifier des objectifs de communication pour sa TPE tels que développer la notoriété, augmenter les ventes, fidéliser les clients, améliorer l'image de marque, etc.

Il est essentiel de hiérarchiser ces objectifs et de les quantifier pour pouvoir mesurer leur atteinte

Définition de la cible de communication

et ses caractéristiques (âge, sexe, centres d'intérêt, habitudes de consommation, etc.) et adapter sa communication en fonction pour proposer du contenu pertinent

Sélectionner des réseaux sociaux les plus pertinents pour sa TPE et les canaux de communication disponible

Définir le budget alloué pour la communication en ligne avec les objectifs et moyen de son entreprise.

03 Développer sa visibilité

Identifier les éléments clés d'une page de présentation sur les réseaux sociaux, tels que la photo de profil, la bannière, la description de l'entreprise, les informations de contact, etc. Définir l'identité visuelle de l'entreprise, en créant un logo et en choisissant une palette de couleurs et des polices d'écriture cohérentes avec l'image de l'entreprise.

Adapter l'identité visuelle de l'entreprise aux réseaux sociaux choisis, en respectant les formats/spécificités de chaque plateforme.

Concevoir la page de présentation de l'entreprise en utilisant les outils de création et de mise en page proposés par chaque réseau social, en veillant à la cohérence avec l'identité visuelle de l'entreprise.

Intégrer les éléments de nom et d'identité visuelle de l'entreprise de manière stratégique dans la page de présentation, en les mettant en avant de manière visible et en les reliant à l'image et aux valeurs de l'entreprise.

04 Développer sa communauté

Comprendre les enjeux et les objectifs d'une stratégie éditoriale pour une TPE sur les réseaux sociaux

Analyser les spécificités de l'entreprise (secteur d'activité, produits ou services proposés, positionnement sur le marché, cible, etc.) pour définir une ligne éditoriale adaptée

Déterminer les objectifs qualitatifs (image de marque, notoriété, engagement de la communauté, etc.) et quantitatifs (nombre de publications par semaine,

de nouveaux abonnés, de clics sur les liens, etc.) de la stratégie éditoriale

Établir un planning d'actions pour organiser une régularité dans la ligne éditoriale, en prenant en compte les temps forts de l'entreprise, les événements importants du secteur d'activité, les dates clés sur le calendrier, etc.

Créer une liste de sujets et de thématiques pour les publications sur les réseaux sociaux, en veillant à la cohérence avec la ligne éditoriale définie

05 Adapter le contenu

Comprendre l'importance de l'animation d'une page entreprise TPE sur les réseaux sociaux pour générer de l'engagement et de l'interaction de la part de la communauté visée.

Savoir sélectionner le contenu à publier sur la page de l'entreprise TPE, en fonction des objectifs de communication fixés et des attentes de la communauté visée.

Comprendre l'importance de prendre en compte les différentes situations de handicap pour apporter des adaptations à son contenu (sous-titrage, description audio, etc.) et garantir une accessibilité à tous les publics.

Savoir adapter son ton en fonction de la communauté visée (langage, style d'écriture, etc.) pour faciliter l'interaction et les réactions.

Savoir utiliser les différents types de contenu multimédia (photos, vidéos, etc.) pour enrichir sa page entreprise TPE et générer de l'engagement de la part de la communauté visée.

Savoir utiliser les hashtags et les mentions pour faciliter la recherche de son contenu et améliorer sa visibilité sur les réseaux sociaux.

Savoir répondre aux commentaires et aux messages privés de manière professionnelle et adaptée pour maintenir une relation de qualité avec la communauté visée.

Savoir intégrer l'usage de l'IA pour la création de contenus

Savoir intégrer l'utilisation d'outils de design graphique (ex : Canva) pour la mise en forme des contenus.

06 Utiliser les RS pour développer son entreprise, faire des publicités

Comprendre l'importance de la e-réputation de son entreprise TPE sur les réseaux sociaux et l'impact des avis et commentaires publiés par la communauté.

Savoir gérer les avis, commentaires et critiques publiés sur la page de l'entreprise TPE de manière professionnelle et adaptée pour maintenir une image positive et crédible de son entreprise.

Comprendre l'importance de la sélection des e-influenceurs pour améliorer la visibilité de son entreprise TPE et générer de l'engagement de la part de la communauté visée.

Savoir mettre en place des actions publicitaires sur le réseau social concerné pour toucher un public plus large et attirer de nouveaux clients potentiels.

Savoir utiliser les données transmises par le réseau social concerné pour mesurer l'efficacité de ses publications et adapter sa stratégie de communication en conséquence.

Comprendre l'importance de la veille e-réputationnelle pour surveiller l'image de son entreprise TPE sur les réseaux sociaux et réagir rapidement en cas de crise.

Savoir mettre en place des indicateurs de performance pour mesurer l'efficacité de ses actions publicitaires et de ses interactions avec la communauté visée.

Savoir développer la gestion de risque réputationnel, notamment pour faire face aux 'Bad Buzz'.

Découvrez notre offre

élaborée pour répondre précisément à vos besoins
et vous offrir une expérience d'apprentissage unique
et de qualité, adaptée à votre projet

Accès illimité à la plateforme et assistance prioritaire

1 399 €

Assistance pédagogique par e-mail et téléphone,
avec une réponse garantie sous 48h.

Service client disponible de 9h30 à 17h30
du lundi au vendredi

35 heures de formation au total comprenant
e-learning et accompagnement personnalisé

Accès illimité aux vidéos pendant 1 an à compter
de l'inscription

Moyens pédagogiques et techniques mis à disposition du stagiaire.

Pour la mise en place de la séquence de formation à distance, chaque stagiaire bénéficiera d'un accès personnel sur la plateforme en ligne de AND FORMATION.

Cette plateforme pédagogique, qui fonctionne comme un système de gestion de l'apprentissage (Learning Management System - LMS), sera accessible via une connexion internet simple.



Cours:

Accès à des cours en ligne régulièrement mis à jour, ainsi qu'à des ressources vidéo et audio consultables en ligne.



Évaluations:

Participation à divers exercices, incluant des quiz à choix multiples (QCM), la résolution d'études de cas pratiques, et la mise en situation professionnelle pour évaluer la compréhension et l'application des concepts enseignés.



Visioconférence:

Utilisation d'un agenda pour planifier des sessions de visioconférence avec le formateur, permettant des échanges en temps réel et une adaptation de la formation selon votre emploi du temps.



Ressources téléchargeables:

La possibilité de conserver ou de télécharger les contenus pédagogiques pour une consultation hors ligne ou une référence ultérieure.

Description de l'accompagnement pédagogique

Pendant toute la durée de la formation, le Stagiaire est accompagné dans tous les cas via la messagerie intégrée à la plateforme e-learning de AND FORMATION.

Il peut également solliciter un accompagnement technique ou pédagogique par e-mail à l'adresse:

coaching@andformation.fr

Le stagiaire peut solliciter un ou plusieurs rendez-vous personnalisés avec un professionnel expert via la plateforme Reservio intégrée dans la plateforme elearning.





Modalité d'obtention de la certification:

L'évaluation du candidat porte sur 2 éléments:

1) La remise d'une présentation écrite de la stratégie de communication et éditoriale du candidat.

2) Une soutenance orale présentant cette même stratégie ainsi que la présentation de la page professionnelle sur le ou les réseaux sélectionnés.

À l'issue de sa formation et dans un délai de 1 mois maximum, le candidat devra remettre la présentation écrite de sa stratégie de communication et éditoriale à l'organisme.

Ensuite, au cours d'une soutenance orale, il disposera de 20 minutes pour présenter cette stratégie ainsi que la page professionnelle sur le ou les réseaux sélectionnés devant un jury d'évaluation, en se basant sur le cadre de présentation ci-dessous.

À l'issue de cette présentation, 10 minutes seront dédiées à un échange avec le jury sous forme de questions-réponses.

Le candidat est évalué sur la qualité (fond et forme) de la présentation écrite ainsi que de la soutenance orale.



Accessibilité Handicap

Nous nous efforçons de rendre nos formations en ligne exploitables pour les personnes en situation de handicap physique, à condition qu'elles puissent manipuler des appareils numériques (ordinateur, smartphone ou tablette).

Cependant, certaines limitations sont présentes :

Les personnes malvoyantes peuvent exploiter nos contenus audio et les rendez-vous téléphoniques avec nos mentors, mais elles rencontrent des difficultés à exploiter de manière autonome les visuels, les supports écrits et les quizz en ligne. Nous sommes conscients de ces restrictions et nous engageons à poursuivre nos efforts pour améliorer l'accessibilité de nos formations, visant une expérience éducative plus inclusive pour tous les participants.

Les personnes malentendantes peuvent exploiter les éléments visuels de nos contenus, ainsi que les matériaux écrits de formation, mais elles ne pourront pas exploiter les composantes audios de nos vidéos, podcasts ou les interactions téléphoniques avec nos mentors.



Toute l'équipe de l'académie nationale du digital
est là pour vous par téléphone au:

01 79 35 70 61

Rendez-vous sur:

andformation.fr

ou sur nos réseaux:

