

PROGRAMME DE FORMATION : Communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir sa TPE- INSTAGRAM

Objectif pédagogique et contexte de la certification

Cette certification s'adresse aux créateurs d'entreprise et aux chefs d'entreprises de TPE souhaitant gérer eux-mêmes leur présence sur les réseaux sociaux et promouvoir leurs activités.

L'objectif de la certification est de permettre aux entrepreneurs de TPE de maîtriser leur communication d'entreprise sur les réseaux sociaux. Ils pourront ainsi déterminer leur stratégie de communication liée à l'entreprise, identifier les réseaux sociaux pertinents et créer une page entreprise sur les réseaux choisis. Les apprenants pourront enfin en toute autonomie, élaborer et mettre en place leur stratégie éditoriale, animer leur(s) page(s) avec du contenu commercial et informatif sur les produits et l'entreprise.

Compétences clés ou bloc de compétences

Définir une stratégie de communication sur les réseaux sociaux

- Capacité à élaborer une stratégie adaptée au métier de chef d'entreprise de TPE, en lien avec l'activité, le public cible et les objectifs commerciaux.

Identifier et sélectionner les plateformes sociales adaptées

- Compétence à comparer et choisir la ou les plateformes sociales pertinentes en fonction de leur positionnement sur le marché et des besoins de l'entreprise.

Créer et concevoir une page professionnelle

- Savoir créer et structurer une page de présentation d'entreprise sur les réseaux sociaux choisis, en optimisant les informations pour refléter l'identité de la marque.

Élaborer une stratégie éditoriale efficace

- Compétence à définir une stratégie éditoriale en tenant compte des spécificités du métier de chef d'entreprise de TPE, intégrant des objectifs qualitatifs, quantitatifs et temporels.

Animer et gérer la présence en ligne de l'entreprise

- Savoir publier régulièrement du contenu pertinent (posts commerciaux, informations sur les produits et services, contenu multimédia) pour engager son audience.

Cultiver la e-réputation et mener des actions publicitaires

- Capacité à gérer et améliorer la réputation en ligne de l'entreprise à travers des actions publicitaires ciblées sur les réseaux sociaux concernés.

Modalités d'accès et prérequis

Public cible : La formation est accessible aux créateurs ou dirigeants de TPE souhaitant gérer eux-mêmes leur présence sur Instagram et promouvoir leur activité.

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

Ces modalités et prérequis assurent que les participants disposent des compétences de base et des équipements nécessaires pour réussir la formation.

Délais d'accès à la formation

Les délais d'accès sont estimés à 30 jours environ à compter de votre demande

Durée

38h

Tarif total de la formation :

3192 € ttc

Modalités pédagogiques, moyens et outils mis en œuvre

La formation combine des méthodes pédagogiques synchrones et asynchrones et totalise :

- **38 heures, dont 29 heures en e-learning et 9 heures avec un professeur.**
- **25% de la formation sera dispensée en synchrone**, c'est-à-dire en sessions interactives en temps réel (visioconférences, ateliers pratiques, soutenance orale), sessions en présentiel, sous réserve de faisabilité selon la localisation.
- Le reste de la formation sera en **mode asynchrone**, permettant aux apprenants de suivre des modules e-learning à leur rythme, avec des ressources pédagogiques accessibles en ligne (vidéos, guides, exercices, etc.).

Les méthodes pédagogiques incluent :

- **Sessions synchrones** : cours interactifs, discussions de groupe, études de cas et ateliers pratiques.
- **Modules asynchrones** : E-learning, exercices pratiques à réaliser seul(e) à son rythme, études de cas, accompagnés d'un support technique et pédagogique.

Modalités d'évaluation finale

Cette formation prépare à la certification Communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir sa TPE enregistrée au répertoire spécifique sous le numéro RS6083 par CréActifs.

Modalités d'évaluation :

A l'issue de la formation, le stagiaire devra remettre un rapport écrit présentant sa stratégie de communication et éditoriale. Il présentera ensuite son projet lors d'une soutenance orale devant un jury professionnel.

- Soutenance orale de 30 minutes présentant cette même stratégie = 20 minutes pour présentation de la stratégie ainsi que de la page professionnelle sur le ou les réseaux sélectionnés + 10 minutes d'échange avec le jury sous forme de questions-réponses.

Déroulé des épreuves d'évaluation :

Dossier de projet professionnel à remettre au minimum 2 semaines avant la soutenance orale.

Soutenance orale : 20 min de présentation et 10 min de Q/R avec le jury.

Coordonnées de la personne en charge de la demande

Corentin@marmignonbrothers.com

Conditions d'accès pour les personnes en situation de handicap

Si vous êtes en situation de handicap, veuillez nous contacter afin que nous puissions vous guider.

L'accueil des personnes en situation de handicap est assuré sur tous nos lieux de formation et vous pouvez contacter Clotaire MARMIGNON pour toute demande par e-mail à l'adresse suivante :

contact@marmignonbrothers.com

Programme – 38 heures (5 jours)

Jour 1 : Découverte et paramétrage d'Instagram

- **Création et configuration d'un compte Instagram professionnel**
- Créer un profil optimisé pour une TPE.
- Comprendre l'interface et les fonctionnalités clés d'Instagram.
- Introduction à l'algorithme d'Instagram
- Stratégies pour maximiser la portée des posts et stories.
- Atelier pratique approfondi
- Personnalisation avancée du profil (mises en avant, liens externes).
- Paramétrage des fonctionnalités Instagram Business (Insights, Shopping).

Jour 2 : Développer une stratégie éditoriale

- **Définir les objectifs de la stratégie éditoriale**
- Analyser les concurrents et établir une fiche persona.
- **Création de contenus visuels**
- Outils pour créer des visuels engageants.
- Atelier pratique : Créer des stories et publications.
- **Perfectionnement du contenu et storytelling**
- Techniques pour captiver son audience (utilisation des formats interactifs : quiz, sondages, carrousels).

Jour 3 : Développer sa visibilité et sa communauté

- **Stratégies pour augmenter sa visibilité**
- Comment utiliser les hashtags, collaborations et influenceurs.
- Outils de programmation pour planifier les posts.
- **Suivi des performances**
- Utiliser les outils analytiques pour surveiller la croissance des abonnés.
- **Analyse approfondie et cas pratiques**
- Étude de cas sur des stratégies de visibilité réussies.
- Débriefing et échanges sur les expériences des participants.

Jour 4 : Publicité sur Instagram et partenariat

- **Créer des publicités sur Instagram**
- Utiliser Facebook Manager pour lancer des campagnes publicitaires.
- Atelier pratique : Créer et lancer une campagne de posts sponsorisés.
- **Travailler avec des influenceurs**
- Identifier les bons influenceurs et lancer une collaboration.
- **Optimisation des campagnes et gestion de crise**
- Analyser et ajuster ses campagnes publicitaires en fonction des performances.
- Anticiper et gérer les bad buzz et retours négatifs.

Jour 5 : Projet final et évaluation

- **Finalisation du dossier de projet professionnel**
- **Derniers ajustements avant remise du dossier 2 semaines avant la soutenance.**
- **Préparation de la soutenance orale**
- Simulation de présentation devant un jury avec questions-réponses.
- Feedback et conseils pour optimiser la présentation.
- **Coaching individuel**
- Séance de coaching pour affiner les présentations et répondre aux questions spécifiques.