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 le 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

28h

Tarif total de la formation :

2352€ ttc

Modalités pédagogiques, moyens et outils mis en œuvre

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

- **28 heures**, dont **21 heures en e-learning** et **7 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 :

Jour 1 : Introduction à Instagram et création du compte professionnel

1. Découverte d'Instagram pour les TPE

- Présentation des principales fonctionnalités d'Instagram.
- Création et configuration d'un compte professionnel.
- Rattachement du compte Instagram à Facebook pour une gestion simplifiée.

2. Comprendre l'algorithme d'Instagram

- Explication du fonctionnement de l'algorithme et de son impact sur la visibilité des publications.
- Techniques d'optimisation pour maximiser l'engagement des publications.

Jour 2 : Élaboration de la stratégie éditoriale et création de contenu

1. Développer une stratégie éditoriale efficace

- Définition des objectifs stratégiques d'Instagram pour l'entreprise.
- Benchmarking des concurrents et création de fiches persona pour mieux comprendre le public cible.
- **Atelier pratique** : Élaboration d'un calendrier éditorial.

2. Créer du contenu visuel et textuel impactant

- Introduction aux outils de création de visuels (ex : Canva).
- Rédaction de posts percutants et sélection stratégique des hashtags.
- **Atelier pratique** : Création de visuels et publications adaptées à votre activité.

Jour 3 : Développer sa communauté et suivre ses performances

1. **Stratégies pour accroître sa communauté**

- Techniques pour augmenter le nombre d'abonnés et engager son audience.
- Utilisation d'outils de programmation pour automatiser les publications.

2. Suivi des performances avec Instagram Insights

- Analyse des indicateurs clés de performance (KPI) pour évaluer l'efficacité des actions.
- Ajustement de la stratégie en fonction des retours et des données collectées.

Jour 4 : Publicité sur Instagram et préparation à la soutenance

1. Introduction à la publicité sur Instagram

- Création et gestion de campagnes sponsorisées.
- **Atelier pratique** : Lancer une campagne publicitaire avec Facebook Manager.

2. Préparation à la soutenance finale

- Finalisation du dossier professionnel avec la stratégie Instagram développée durant la formation.
- Simulations de la soutenance orale avec feedback personnalisé.

3. Évaluation finale : Soutenance orale simulée

- Présentation de la stratégie Instagram en 20 minutes.
- 10 minutes de questions-réponses avec le formateur et les autres participants pour évaluer la compréhension et la mise en pratique des concepts.