

## Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux

**Public :** Dirigeants de TPE/PME et leurs collaborateurs en charge de la communication et du marketing digital, souhaitant développer une stratégie efficace sur les réseaux sociaux.

**Prérequis :**

- Avoir un projet concret de développement d'activité via les réseaux sociaux

**Objectifs :**

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

- Élaborer une stratégie digitale performante.
- Maîtriser les principaux réseaux sociaux adaptés à son activité.
- Créer et optimiser des comptes professionnels.
- Produire du contenu engageant et attractif.
- Gérer les publications et l'engagement de la communauté.
- Analyser les performances et ajuster la stratégie marketing.

**Durée :** 100 heures sur 20 jours (5 heures par jour).

**Modalités et délais d'accès :** La formation peut débuter à tout moment de l'année. Toutefois, un délai de préparation d'environ trois semaines est nécessaire pour constituer le dossier du stagiaire.

**Méthodes mobilisées :**

- Livret de formation mis à disposition
- Alternance entre théorie, mise en pratique et études de cas.
- Utilisation d'outils professionnels : Canva, CapCut...
- Suivi pédagogique et technique actif (mails, appels, messages internes)

Assistant technique : Monsieur Jason Munuera - [contact@bubblelead.fr](mailto:contact@bubblelead.fr)

**Modalités d'évaluation :**

Avant la formation : Questionnaire de positionnement.

Dernier jour de formation : Le questionnaire est identique à celui de positionnement afin de mesurer l'évolution des compétences acquises.

**Tarifs :** Tarifs sur demande, avec possibilité de financement via OPCO.

**Modalités de financement**

Plusieurs solutions de financement peuvent être mobilisées selon la situation du bénéficiaire :

- OPCO : prise en charge possible pour les salariés et les entreprises, selon les critères et conditions de financement de l'OPCO concerné.
- France Travail : financement possible pour les demandeurs d'emploi, sous réserve de validation par France Travail.
- Financement employeur : prise en charge possible directement par l'entreprise dans le cadre de son plan de développement des compétences.

- Financement personnel : possibilité de financer tout ou partie de la formation sur fonds propres. Le bénéficiaire peut financer tout ou partie de la formation sur fonds propres. Le règlement peut être effectué par virement bancaire ; un RIB est transmis lors de la signature du contrat de formation. Un règlement par chèque est également accepté.
- Autres dispositifs de financement : étude des possibilités de prise en charge en fonction du statut et de la situation du bénéficiaire.

Un devis personnalisé peut être établi sur demande. Les modalités de financement sont étudiées avec le bénéficiaire en amont de l'entrée en formation.

**Accessibilité aux personnes handicapées :** Nos formations peuvent être accessibles aux personnes en situation de handicap. Chaque situation étant unique, nous vous demandons de préciser à l'inscription votre handicap. Nous pourrions ainsi confirmer l'ensemble des possibilités d'accueil et vous permettre de suivre la formation dans les meilleures conditions en accord avec votre employeur. Pour toutes informations complémentaires, nous vous conseillons les structures suivantes : ONISEP, AGEFIPH et FIPHP.

Contact Référent handicap: Monsieur Jason Munuera - [contact@bubblelead.fr](mailto:contact@bubblelead.fr)

**Contact :**

Monsieur Jason Munuera - [contact@bubblelead.fr](mailto:contact@bubblelead.fr)

**Contenu pédagogique :**

**JOUR 1 : Introduction aux réseaux sociaux et enjeux du marketing digital (5h)**

- Présentation des réseaux sociaux : usages et tendances.
- Différences entre réseaux sociaux B2B et B2C.
- Importance d'une stratégie digitale cohérente.

**JOUR 2 : Définir sa stratégie digitale et ses objectifs (5h)**

- Analyse des cibles et définition des personas.
- Définition des objectifs commerciaux.
- Indicateurs clés de performance (KPI) et analyse des tendances.

**JOUR 3 : Création et paramétrage des comptes professionnels (5h)**

- Création de comptes sur Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, YouTube
- Paramétrage et optimisation des profils (charte graphique, bio, CTA).

**JOUR 4 : Élaboration d'un calendrier éditorial et planification des contenus (5h)**

- Définition des lignes éditoriales.
- Planification et gestion des publications.
- Utilisation des outils de planification (Meta Business Suite, Hootsuite).

**JOUR 5 : Création de contenu engageant(5h)**

- Rédaction de publications efficaces (copywriting, storytelling).
- Création de visuels attractifs (Canva, Adobe Express).
- Optimisation des posts pour générer plus d'engagement (hashtags, CTA).

**JOUR 6 : Création de vidéos pour les réseaux sociaux (5h)**

- Utilisation des formats vidéos courts (TikTok, Reels, Shorts).
- Montage simple et impactant avec CapCut, InShot, Premiere Rush.

**JOUR 7 : Gestion de l'engagement et interaction avec la communauté (5h)**

- Techniques pour fidéliser et engager son audience.
- Stratégies pour répondre aux messages et commentaires.

- Automatisation des réponses avec chatbots (Messenger, WhatsApp).

#### **JOUR 8 : Stratégies publicitaires et sponsoring (5h)**

- Fonctionnement des Facebook Ads, Instagram Ads, LinkedIn Ads.
- Définition des audiences et ciblage avancés.
- Création et optimisation de campagnes publicitaires.

#### **JOUR 9 : Gestion de la réputation en ligne et e-réputation (5h)**

- Surveillance et gestion des avis clients.
- Répondre aux critiques et gérer les crises digitales.
- Stratégies pour améliorer la réputation de son entreprise.

#### **JOUR 10 : Analyse des performances et optimisation des campagnes (5h)**

- Comprendre les indicateurs de performance (reach, engagement, conversion).
- Outils d'analyse : Facebook Insights, Google Analytics, LinkedIn Analytics.
- Création d'un tableau de suivi et de reporting.

#### **JOUR 11 : Automatisation et marketing digital avancé (5h)**

- Introduction au marketing automation.
- Automatisation des tâches avec Zapier, Meta Business Suite.
- Personnalisation et segmentation de l'audience.

#### **JOUR 12 : Monétisation et business sur les réseaux sociaux (5h)**

- Stratégies de monétisation (affiliation, influence, e-commerce).
- Création de tunnels de vente via les réseaux sociaux.

#### **JOUR 13 : Études de cas et best practices (5h)**

- Analyse d'exemples réussis de stratégies digitales.
- Études de cas concrets adaptés aux participants.

#### **JOUR 14 : Mise en pratique et création de contenu avancé (5h)**

- Réalisation d'une stratégie digitale complète.
- Création et publication de contenus réels.

#### **JOUR 15 : Simulation grandeur nature et coaching individuel (5h)**

- Mise en situation : gestion d'une stratégie réseaux sociaux en direct.
- Coaching et ajustements personnalisés.

#### **JOUR 16 : Évaluation finale et validation des compétences (5h)**

- Évaluation des compétences acquises.
- Validation du projet personnel de chaque participant.
- Remise des attestations de formation

#### **JOUR 17 : Instagram & TikTok : créer une ligne éditoriale immersive (5h)**

- Décryptage des tendances : Reels, Stories, lives, challenges, formats viraux.
- Créer une ligne éditoriale cohérente sur Instagram et TikTok.
- Adapter ses visuels et vidéos à chaque plateforme.
- Utiliser les sons et effets à la mode pour augmenter la visibilité.
- Étude comparative d'algorithmes : portée organique et engagement.

#### **JOUR 18 : LinkedIn et prospection commerciale B2B (5h)**

- Optimisation avancée d'un profil LinkedIn professionnel.
- Techniques de prospection sur LinkedIn : recherche avancée, messages personnalisés, relances.

- Utilisation de Sales Navigator (initiation) et d'outils de prospection automatisée.
- Publier du contenu à forte valeur ajoutée pour générer de l'interaction.
- Développer un réseau de qualité et créer des opportunités.

**JOUR 19 : Personal branding et stratégie d'influence (5h)**

- Construire son image de marque personnelle (valeurs, ton, différenciation).
- Choisir ses canaux d'expression selon ses objectifs.
- Développer un storytelling authentique et captivant.
- Collaborations, partenariats, et micro-influence : comment se positionner.
- Gérer son image publique et sa e-réputation.

**JOUR 20 : Atelier stratégie finale : création d'une campagne de A à Z (5h)**

- Choix d'un objectif commercial et des canaux pertinents.
- Définition de la cible, des messages clés et des KPIs.
- Élaboration du plan de contenu, calendrier, visuels, vidéos, budget sponsorship.
- Préparation des publications, planification, automatisation.

*Sur l'année 2025 :  
Nombre de stagiaire : 1  
Taux de satisfaction : 100%*