SCHOOL ONLINE UNIVERSITY

COMMUNIQUER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR PROMOUVOIR SA TPE

Ce document est la propriété de School Online University

SCHOOL ONLINE UNIVERSITY

PROMOUVOIR SA TPE
SCHOOLONLINEUNIVERSITY.COM

FORMATION
COMMUNIQUER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR PROMOUVOIR SA TPE

3 MOIS
TEMPS PARTIEL

Les réseaux sociaux ont révolutionné la façon dont nous interagissons et communiquons, offrant un potentiel immense pour les petites entreprises de se faire connaître, d'attirer des clients et de construire une relation durable avec leur audience. Pendant cette formation, vous apprendrez les bases de la communication sur les réseaux sociaux, en commençant par les principaux réseaux sociaux tels que Facebook, Instagram, Twitter et LinkedIn.

Rejoignez-nous lors de cette formation dynamique et interactive, et découvrez comment utiliser les réseaux sociaux de manière stratégique pour promouvoir votre TPE. Profitez de cette occasion unique d'acquérir les connaissances et les compétences nécessaires pour réussir votre présence en ligne et stimuler la croissance de votre entreprise !

Cette formation est certifiée par l'organisme CréActifs inscrite au répertoire spécifique RS6083.

DÉROULÉ DE LA FORMATION :

- 6 UNITÉS EN LIGNE
- 2 COURS EN VISIO
- 1 DOSSIER ÉCRIT À PRÉPARER
- 1 ORAL DEVANT UN JURY DE CERTIFICATION

MOYENS MOBILISÉS :

- Vidéos pédagogiques
- Cours en visio-conférence animés par un expert
- Tableau de bord d'avancement
- Plateforme de correction des rendus par des experts
- Rendez-vous personnalisés avec un expert sur demande
- Un coach pour le suivi personnalisé

ACCES ILLIMITÉ

Formation à votre rythme où et quand vous voulez

LEÇONS VIDEO

+ Questions support de cours & exercices

CERTIFICAT

Certificat Supérieur de Formation Professionnelle

COACH PERSONNEL

Un suivi sur-mesure pour vous accompagner

TOUTE NOTRE ÉQUIPE EST À VOTRE ÉCOUTE
Tél : 01 44 52 16 76 contact@schoolonlineuniversity.com

PROMOUVOIR SA TPE
SCHOOLONLINEUNIVERSITY.COM

La certification «Communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir sa TPE» est destinée aux entrepreneurs de TPE souhaitant maîtriser leur communication 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.

Pré-requis

Maîtrise des outils bureautiques (traitement de texte,traitement des images, navigation internet, tableur). Aisance dans le rédactionnel et le traitement de données chiffrées.

Public cible

La formation s'adresse aux entrepreneurs de TPE (créateurs ou chefs d'entreprise) souhaitant gérer eux-mêmes leur présence sur les réseaux sociaux et promouvoir leur activité.

Objectifs pédagogiques

. Définir une stratégie sur les réseaux sociaux adaptée aux ressources mobilisables par la TPE et en lien avec son activité, son public cible et ses objectifs commerciaux, afin d'élaborer un plan d'action pertinent à la mesure des capacités financières et temporelles données au projet.

. Identifier la ou les plateforme(s) de réseaux sociaux en comparant leurs positionnements sur le marché, en s'assurant de leur correspondance avec son public cible et en prenant en compte les pratiques de la concurrence afin d'identifier les bonnes communautés.

. Créer et concevoir une page de présentation de son entreprise TPE sur les réseaux sociaux choisis, en intégrant les éléments de nom et d'identité visuelle pour l'ancrer dans le réseau social.

ACCES ILLIMITÉ

Formation à votre rythme où et quand vous voulez

LEÇONS VIDEO

+ Questions support de cours & exercices

CERTIFICAT

Certificat Supérieur de Formation Professionnelle

COACH PERSONNEL

Un suivi sur-mesure pour vous accompagner

TOUTE NOTRE ÉQUIPE EST À VOTRE ÉCOUTE

Tél : 01 44 52 16 76 contact@schoolonlineuniversity.com

PROMOUVOIR SA TPE
SCHOOLONLINEUNIVERSITY.COM

. Elaborer une stratégie éditoriale en tenant compte des spécificités propres à la TPE (objectifs qualitatifs, quantitatifs et temporels) afin d'établir un planning d'actions et ainsi organiser une régularité dans la ligne éditoriale.

. Animer la page de son entreprise TPE en publiant des posts (du contenu commercial, des informations sur les produits et sur l'entreprise, du contenu multimédia) en apportant des adaptations en fonction des différentes situations de handicap qui peuvent être prises en compte (sous-titrage par exemple) et en utilisant un ton en correspondance avec la communauté visée afin de générer des actions, des réactions ou des interactions du(des) public(s) visé(s)

. Cultiver la e-réputation de son entreprise TPE en mettant en place des actions publicitaires sur le réseau social concerné, en répondant aux avis, commentaires et critiques publiés par la communauté dans la page de l'entreprise, en sélectionnant des e-influenceurs et en suivant les données transmises par le réseau social concerné afin d'attirer davantage de public(s) visé(s) et d'optimiser la performance de ses publications.

Modalités d'évaluation

L'évaluation du candidat porte sur 2 éléments :

- La remise d'une présentation écrite de la stratégie de communication et éditoriale

- Une soutenance orale (20 min) en visioconférence présentant cette même stratégie ainsi que la présentation de la page professionnelle sur le ou les réseaux sélectionnés, devant un jury d'évaluation.

ACCES ILLIMITÉ

Formation à votre rythme où et quand vous voulez

LEÇONS VIDEO

+ Questions support de cours & exercices

CERTIFICAT

Certificat Supérieur de Formation Professionnelle

COACH PERSONNEL

Un suivi sur-mesure pour vous accompagner

TOUTE NOTRE ÉQUIPE EST À VOTRE ÉCOUTE

Tél : 01 44 52 16 76 contact@schoolonlineuniversity.com

SOMMAIRE

PARTIE 1 : LA STRATÉGIE RÉSEAUX SOCIAUX

MODULE 1 : COMPRENDRE LES FONDAMENTAUX DE LA STRATÉGIE DES RÉSEAUX SOCIAUX

Les concepts clés de la stratégie des réseaux sociaux
Le fonctionnement des réseaux sociaux
Les types de réseaux sociaux existants
Les caractéristiques de votre public cible
adapter votre stratégie en fonction des ressources mobilisables par votre TPE

MODULE 2 : DÉFINIR VOS OBJECTIFS COMMERCIAUX ET VOS INDICATEURS DE PERFORMANCE

Définir vos objectifs commerciaux
Les indicateurs de performance à suivre
Mesurer le succès de votre stratégie sur les réseaux sociaux
Comment utiliser les réseaux sociaux pour atteindre ces objectifs

MODULE 3 : IDENTIFIER LES RÉSEAUX SOCIAUX PERTINENTS POUR VOTRE TPE

Les caractéristiques de chaque réseau social
Utiliser les réseaux pour atteindre votre public cible
Adapter votre contenu et votre stratégie pour chaque réseau social

MODULE 4 : ÉLABORER UN PLAN D'ACTION ADAPTÉ À VOS CAPACITÉS FINANCIÈRES ET TEMPORELLES

Élaborer un plan d'action adapté à vos capacités financières et temporelles
Comment les utiliser les ressources disponibles pour mettre en œuvre votre stratégie
Évaluer les coûts et les avantages de chaque option
Mettre en place un plan d'action qui est réaliste et réalisable

PARTIE 2 : LES PLATEFORME DE RÉSEAUX SOCIAUX

MODULE 1 : COMPRENDRE LES FONDAMENTAUX DES PLATEFORMES DE RÉSEAUX SOCIAUX

Les différentes plateformes de réseaux sociaux existantes, leur fonctionnement etleur positionnement sur le marché
Comment les utilisateurs interagissent sur ces plateformes

MODULE 2 : ANALYSER SON PUBLIC CIBLE

Analyser votre public cible
Identifier les caractéristiques de votre public cible
Comment leurs comportements en ligne peuvent affecter le choix de votre plateforme de réseaux sociaux

MODULE 3 : ANALYSER LES PRATIQUES DE LA CONCURRENCE

Analyser les pratiques de la concurrence
Comment les autres entreprises de votre secteur utilisent les plateformes de réseaux sociaux pour atteindre leur public cible
Les types de contenu qu'ils publient et les communautés qu'ils ont construites

MODULE 4 : COMPARER LES PLATEFORMES DE RÉSEAUX SOCIAUX ET IDENTIFIER LES BONNES COMMUNAUTÉS

Les caractéristiques de chaque plateforme en lien avec votre public cible
Les pratiques de la concurrence et les ressources disponibles pour votre entreprise
les plateformes les plus appropriées pour votre entreprise et les communautés les plus pertinentes pour atteindre votre public cible

PARTIE 3 : CRÉATION D'UNE PAGE DE PRÉSENTATION D'ENTREPRISE

MODULE 1 : ANALYSE DE LA PRÉSENCE ACTUELLE DE L'ENTREPRISE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Identifier les comptes de l'entreprise sur les réseaux sociaux pertinents
Évaluer la qualité et la pertinence de ces comptes existants
Analyser les audiences de ces comptes

MODULE 2 : DÉFINITION DE L'IDENTITÉ VISUELLE DE L'ENTREPRISE

Définir les couleurs, les polices et les éléments visuels qui représentent l'entreprise
Créer un logo si nécessaire ou adapter l'ancien logo à la charte graphique

MODULE 3 : CRÉATION DE LA PAGE DE PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE

Choisir un nom pour la page qui correspond à l'entreprise
Intégrer l'identité visuelle de l'entreprise sur la page
Ajouter des photos ou des vidéos qui mettent en valeur l'entreprise et ses activités
Rédiger une présentation concise mais complète de l'entreprise

MODULE 4 : PUBLICATION RÉGULIÈRE DE CONTENU SUR LA PAGE

Planifier une stratégie de publication régulière de contenu sur la page
Créer des publications en accord avec l'identité de l'entreprise et adaptées au réseau social choisi
Interagir avec les abonnés de la page pour favoriser l'engagement

MODULE 5 : ÉVALUATION DES RÉSULTATS DE LA PAGE

Mesurer la performance de la page à l'aide d'outils de suivi de données sur les
réseaux sociaux
Analyser les résultats pour ajuster la stratégie de la page et augmenter l'efficacité de
la présence en ligne de l'entreprise

PARTIE 4 : LA STRATÉGIE ÉDITORIALE

MODULE 1 : INTRODUCTION À LA STRATÉGIE ÉDITORIALE POUR LES TPE

Définition de la stratégie éditoriale
Pourquoi élaborer une stratégie éditoriale pour une TPE

MODULE 2 : ÉTAPE PRÉLIMINAIRE : ANALYSE DE LA SITUATION

Définir les objectifs qualitatifs, quantitatifs et temporels de la stratégie éditoriale
Évaluer les forces et faiblesses de la TPE
Identifier les opportunités et menaces

MODULE 3 : DÉFINIR LA LIGNE ÉDITORIALE

Définir le ton et la voix de la TPE
Identifier les sujets clés et les thèmes à aborder
Définir les formats de contenu

MODULE 4 : ÉTABLIR UN PLANNING D'ACTIONS

Définir le calendrier éditorial
Identifier les moments clés de l'année à ne pas manquer
Définir les actions à mener pour atteindre les objectifs

PARTIE 5 : ANIMATION DES PAGES SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

MODULE 1 : INTRODUCTION À L'ANIMATION DE LA PAGE D'UNE ENTREPRISE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

L'importance de l'animation de la page d'une entreprise
La prise en compte des différentes situations de handicap dans l'animation de la page
L'importance de la correspondance du ton avec la communauté visée
Les bonnes pratiques pour adapter la communication en fonction des plateformes

MODULE 2 : LES DIFFÉRENTES SITUATIONS DE HANDICAP À PRENDRE EN COMPTE

Les différents types de handicaps
Les adaptations à mettre en place pour faciliter l'accessibilité
Les outils et techniques pour garantir l'accessibilité

MODULE 3 : LES DIFFÉRENTS TYPES DE CONTENUS À PUBLIER

Le contenu commercial : promouvoir les produits et services
Le contenu informatif : informer les clients sur l'entreprise et les produits
Le contenu multimédia : utiliser les images, les vidéos et les infographies pour attirer l'attention

MODULE 4 : L'IMPORTANCE DE L'INTERACTIVITÉ

Les différentes façons de générer des actions, réactions ou interactions avec
la communauté visée
Les bonnes pratiques pour répondre aux commentaires et messages
L'importance de la veille et de l'écoute de la communauté

PARTIE 6 : LA E-RÉPUTATION

MODULE 1 : INTRODUCTION À LA E-RÉPUTATION D'UNE ENTREPRISE

Les enjeux de la e-réputation pour une TPE
Les bénéfices d'une bonne e-réputation
Les risques d'une mauvaise e-réputation

MODULE 2 : LES ACTIONS PUBLICITAIRES SUR LE RÉSEAU SOCIAL CONCERNÉ

Les différents types d'annonces publicitaires
Les bonnes pratiques pour cibler les publics visés
Les techniques pour mesurer l'efficacité des annonces publicitaires

MODULE 3 : LA GESTION DES AVIS, COMMENTAIRES ET CRITIQUES

Les différentes façons de répondre aux avis, commentaires et critiques
Les techniques pour gérer les situations de crise
Les bonnes pratiques pour transformer les avis négatifs en opportunités

MODULE 4 : LA SÉLECTION D'E-INFLUENCEURS

Les avantages de collaborer avec des e-influenceurs
Les critères de sélection d'un e-influenceur
Les techniques pour mesurer l'impact d'une collaboration avec un e-influenceur

MODULE 5 : L'ANALYSE DES DONNÉES POUR OPTIMISER LA PERFORMANCE DES PUBLICATIONS

Les métriques clés pour mesurer la performance des publications
Les outils pour suivre et analyser les données
Les bonnes pratiques pour optimiser la performance des publications

SCHOOL ONLINE UNIVERSITY

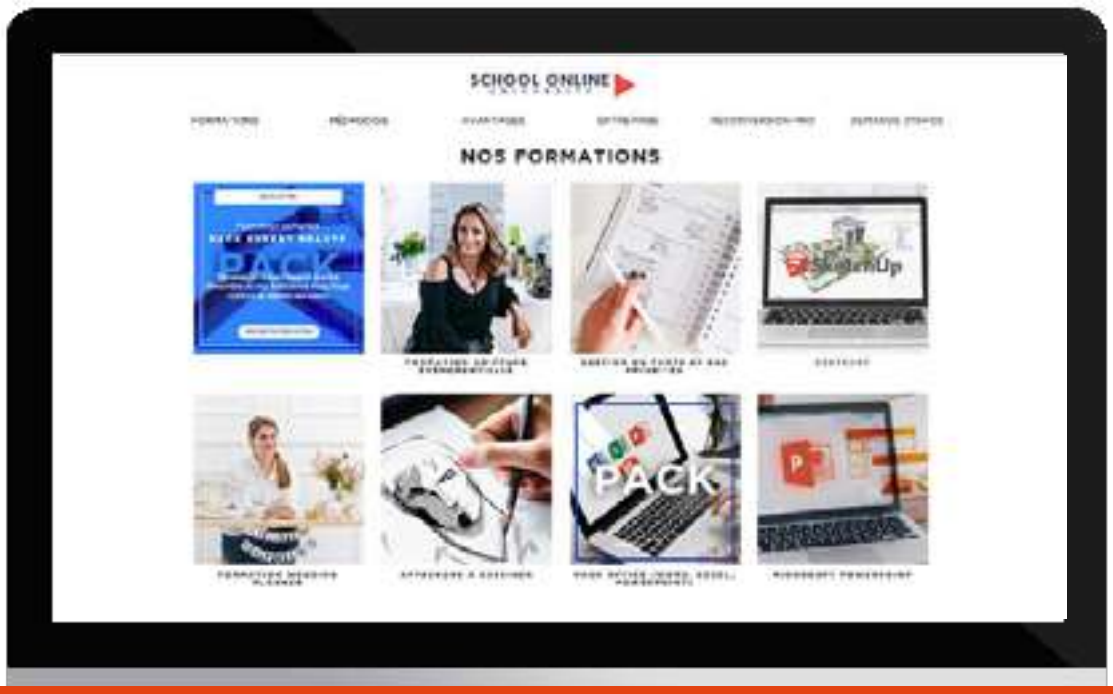
TESTEZ GRATUITEMENT SUR SCHOOLONLINEUNIVERSITY.COM

SCHOOL ONLINE UNIVERSITY
L'ÉCOLE DES FORMATIONS À DISTANCE

School Online University est une école en ligne de formations certifiantes reconnues par le milieu professionnel. Notre solution digitale innovante permet de travailler à distance et à votre rythme... où vous voulez, quand vous voulez. Vous êtes acteur de votre formation, vivez la comme si vous y étiez.

- UN APPRENTISSAGE ILLIMITÉ À DISTANCE
- SE FORMER AVEC DES PROFESSIONNELS
- FORMEZ VOUS A VOTRE RYTHME
- 40 ANS D'EXPÉRIENCE EN PÉDAGOGIE
- UN SUIVI PERSONNALISÉ
- CERTIFICAT DE FORMATION PROFESSIONEL
- FAITES FINANCER VOTRE FORMATION PAR PÔLE EMPLOI
- UN ESPACE ÉTUDIANT PROFESSEUR DÉDIÉ

DECOUVREZ NOS NOMBREUSES FORMATIONS



TOUTE NOTRE ÉQUIPE EST À VOTRE ÉCOUTE

Tél : 01 44 52 16 76 contact@schoolonlineuniversity.com