

Community Management et Webmarketing

Communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir sa TPE

Cette formation prépare à la certification détenue par Créactifs “Communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir sa TPE”, enregistrée auprès de France Compétences sous le numéro RS7200

Cette formation permet d'avoir tous les outils et connaissances nécessaires pour s'approprier le métier de community manager et de responsable social media. Elle vous permettra de mettre en place rapidement vos premières actions de community management avec efficacité.

Cette formation prépare à la certification “Communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir sa TPE”, enregistrée auprès de France Compétences sous le numéro **RS7200**

Durée de la formation :

35 heures

Objectifs pédagogiques

- Assurer les missions fondamentales du community manager
- Définir une stratégie social media
- Animer les réseaux sociaux Facebook, Instagram, LinkedIn
- Connaître les bases du webmarketing

Profils des stagiaires :

Créateurs d'une TPE, dirigeants de TPE ou leurs collaborateurs directs en charge de la communication, ayant le projet de promouvoir les activités de la TPE via les réseaux sociaux

Prérequis :

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

Contenu (progression pédagogique)

Module 1 : Définir sa stratégie social media

- Élaborer une stratégie alignée avec l'activité de la TPE
- Identifier les cibles et les objectifs commerciaux
- Identifier les communautés pertinentes
- Construire un plan d'action réaliste (temps, budget, ressources)

Module 2 : Choisir les bons réseaux et optimiser sa présence en ligne

- Comparer les réseaux sociaux (audience, algorithmes, fonctionnalités)
- Justifier les choix stratégiques
- Identifier les outils à utiliser pour communiquer correctement (Trello, Notion...)
- Bien utiliser sa fiche établissement sur Google (Créer/compléter sa fiche, améliorer son référencement local...)

Module 3 : Créer et paramétrer sa page pro/son compte

- Créer une page entreprise ou un compte sur Facebook, Instagram, TikTok ou LinkedIn
- Personnaliser avec l'identité visuelle de la TPE
- Optimiser les textes de présentation
- Activer les fonctionnalités essentielles (messagerie, suivi, publication)
- Adapter sa communication et ses pratiques selon les plateformes
- Analyser les pratiques de la concurrence et faire sa veille marketing

Module 4 : Élaborer une stratégie éditoriale & promouvoir son entreprise par le Brand content

- Parcours client : mettre en place un tunnel de conversion et choisir les leviers d'acquisition adaptés
- Définir des objectifs éditoriaux (quantitatifs & qualitatifs)
- Créer un calendrier de publications structuré
- Intégrer la régularité et les contraintes du quotidien de la TPE
- Aligner les contenus avec les temps forts de l'entreprise
- Découvrir le marketing de contenu & copywriting

SIRET : 907 700 439 00017 | N° TVA : FR56 907 700 439 | NAF : 8559A

Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 44540408154 auprès du préfet de région Grand Est



Moyens pédagogiques et techniques

- Formation synchrone à distance en visioconférence (logiciel zoom).
- Support : présentation power point et partage d'écran via Zoom
- Travaux pratiques : questionnement à l'oral, études de cas, exercices de mise en situation.
- Évaluation : Conception et mise en place d'une stratégie de communication et éditoriale d'une entreprise TPE via les réseaux sociaux avec remise d'un rapport et soutenance orale.

Dispositif de suivi de l'exécution et d'évaluation des résultats de la formation

- Attestations de présence signées par l'apprenant et le formateur + relevés de connexion ZOOM
- Evaluation de fin de formation : quiz
- Formulaire d'évaluation de la formation
- Attestation de fin de formation
- Passage de la certification devant jury : 20 min de présentation de dossier + 10 min échanges avec les membres du jury

Accessibilité

Une étude de faisabilité sera faite pour adapter le suivi en fonction de la situation de handicap annoncée. Merci de le signaler le plus en amont possible.

Équipe pédagogique

La formatrice a un Master Commerce, Communication et entrepreneuriat. Elle a travaillé plus de 15 ans dans le domaine de la communication : dans l'événementiel, en tant que Community Manager, et elle a fondé sa propre agence de communication.

Dernière mise à jour : 20/02/2026

Module 5 : Créer des contenus engageants

- Définir une ligne éditoriale adaptée
- Utiliser Canva & IA (ex : ChatGPT) pour concevoir des publications
- Créer des réels, stories, carrousels
- Respecter les normes d'accessibilité (sous-titres, descriptions alternatives)
- Adapter le ton au public visé
- Analyser ses statistiques

Module 6 : Mise en pratique et préparation à la certification

- Créer du contenu selon son planning éditorial
- Bien rédiger ses posts
- Publier des reels

○ **Évaluation Quiz**

Module 7 : Emailing et Automatisation du Marketing

- Communiquer grâce à l'emailing
- Gérer ses prospects avec le Marketing Automation
- Qualifier ses prospects et ses leads
- Mesurer l'efficacité de ses actions de Marketing Automation

Module 8 : Gérer la e-réputation et faire du marketing d'influence

- Surveiller et analyser sa réputation en ligne (avis, mentions, signaux faibles)
- Répondre aux commentaires et avis de manière stratégique
- Anticiper et gérer une crise ou un bad buzz
- Structurer et piloter une campagne de marketing d'influence
- Identifier les profils d'influenceurs pertinents et mesurer l'impact des collaborations

Module 9 : Les bases du référencement et de la publicité

- Optimiser les contenus de son site web pour améliorer son référencement naturel (SEO)
- Découvrir le référencement payant (SEA)
- Mettre en place des campagnes publicitaires ciblées (Meta, LinkedIn Ads...)
- Suivre les indicateurs de performance et ajuster ses actions.
- Optimiser ses contenus sur YouTube

Module 10 : Vente en ligne et missions du CM

- Clarifier ses prestations, offres et produits
- Construire une page de vente performante
- Gérer ses missions en tant que CM
- Définir ses processus clients (onboarding, suivi, reporting)
 - **Évaluation Quiz**
 - Examen devant jury : certification