



Programme de formation

Communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir sa TPE

Durée: 3 Jours/Distanciel et E-learning

Tarifs : 1990 € HT

Module 1 : Introduction à la communication digitale

Objectifs pédagogiques

- Comprendre les enjeux et les évolutions de la communication digitale pour une TPE
- Identifier les réseaux sociaux pertinents selon les objectifs d'une entreprise
- Distinguer les approches organique et sponsorisée de la communication en ligne

Contenus

- Définition et enjeux de la communication digitale pour une TPE
- Panorama des réseaux sociaux : usages, publics, positionnements
- Différences entre communication organique et communication sponsorisée
- Impact du digital

Module 2 : Élaborer une stratégie de communication sur les réseaux sociaux

Objectifs pédagogiques

- Définir des objectifs de communication clairs (notoriété, acquisition, fidélisation)
- Identifier et segmenter les audiences cibles
- Concevoir un calendrier éditorial structuré et pertinent
- Construire une stratégie de contenu alignée avec les objectifs et la plateforme utilisée

Contenus

- Définition des objectifs SMART de communication
- Méthodes de ciblage (persona, segmentation comportementale et démographique)
- Élaboration d'un calendrier éditorial : fréquence, types de contenus, temporalité
- Adaptation des contenus selon les codes de chaque réseau social

Module 3 : Créer du contenu engageant pour les réseaux sociaux

Objectifs pédagogiques

- Concevoir des publications efficaces, adaptées à chaque réseau social
- Exploiter les visuels, vidéos et autres formats pour maximiser l'engagement
- Utiliser les outils de création graphique pour produire du contenu attractif
- Comprendre l'influence des algorithmes dans la diffusion des contenus

Contenus

- Rédaction de contenus percutants (titres, accroches, CTA)
- Les formats à privilégier selon les plateformes (stories, carrousels, reels, lives...)
- Introduction aux algorithmes des réseaux sociaux
- Prise en main d'outils : Canva, CapCut, InShot

Module 4 : Prospecter efficacement sur les réseaux sociaux

Objectifs pédagogiques

- Générer des prospects via les plateformes sociales
- Mettre en œuvre des techniques d'engagement conversationnel
- Rédiger des messages de prospection efficaces et personnalisés
- Structurer et automatiser la prospection digitale pour améliorer le ROI

Contenus

- Utilisation professionnelle de LinkedIn, Facebook et Instagram pour la prospection
- Techniques d'engagement : commentaires, messages privés, interactions ciblées
- Écriture de scripts et messages de prospection personnalisés
- Introduction à l'automatisation : outils et bonnes pratiques

Module 5 : Interagir et développer sa communauté

Objectifs pédagogiques

- Créer une communauté autour de son entreprise sur les réseaux sociaux
- Stimuler l'engagement et l'interaction avec les abonnés
- Gérer les commentaires, messages et situations de crise
- Concevoir et animer un groupe communautaire

Contenus

- Techniques d'animation (jeux, sondages, appels à contribution)
- Réponses aux messages et commentaires : réactivité, ton, posture
- Gestion de crise et modération des échanges
- Création d'un groupe Facebook ou LinkedIn

Module 6 : Analyser les performances et optimiser sa stratégie

Objectifs pédagogiques

- Suivre les indicateurs clés de performance (KPI) des réseaux sociaux
- Interpréter les statistiques pour ajuster sa stratégie de communication
- Utiliser des outils de mesure d'audience et d'impact
- Améliorer en continu ses actions digitales

Contenus

- Définition et lecture des principaux KPI (engagement, portée, clics, conversion...)
- Présentation d'outils : Meta Business Suite, Instagram Insights, LinkedIn Analytics
- Méthodologie d'analyse des résultats
- Ajustement de stratégie selon les performances observées

Module 7 : Déployer une stratégie de social selling sur LinkedIn

Objectifs pédagogiques

- Comprendre les leviers du social selling et le SSI (Social Selling Index)
- Optimiser son profil LinkedIn pour attirer et convertir des prospects
- Créer du contenu engageant et professionnel sur LinkedIn
- Développer son réseau de manière ciblée et stratégique

Contenus

- Présentation du Social Selling Index et de ses composantes
- SEO LinkedIn : mots-clés, structure de profil, éléments multimédia
- Typologies de contenus pour LinkedIn (posts, newsletters, vidéos...)
- Techniques de connexion, messages d'approche, stratégie relationnelle

Module 8 : Automatiser sa prospection LinkedIn et intégrer des outils avancés

Objectifs pédagogiques

- Utiliser les outils de prospection avancée sur LinkedIn
- Automatiser les tâches répétitives pour gagner en efficacité
- Segmenter ses prospects avec Sales Navigator
- Intégrer LinkedIn à un CRM pour un meilleur suivi commercial

Contenus

- Fonctionnalités de Sales Navigator : recherche, filtres, listes
- Outils d'automatisation : Walaxy, Phantombuster, LinkedHelper
- Gestion des campagnes automatisées : bonnes pratiques et limites
- Connexion CRM – LinkedIn : intégration et pilotage