

**Code de la formation**

- WRSC

**Niveau**

- Perfectionnement

**Pré-requis**

- Tout public

**Durée**

- 5 jours (35 heures)

**Lieu**

- Dijon

**Type de formation**

- Inter
- Intra
- Individuelle

- Sur Mesure

Éligible CPF  
Code : RS 6372

Échéance d'enregistrement :  
19/07/2026

## DÉVELOPPER L'ACTIVITÉ COMMERCIALE PAR LES RÉSEAUX SOCIAUX

**OBJECTIFS :**

- Définir des objectifs commerciaux clairs pour encadrer une stratégie efficace sur les réseaux sociaux
- Choisir les réseaux sociaux les plus pertinents en fonction des objectifs et du public visé
- Mettre en place une présence digitale professionnelle et cohérente avec l'identité de l'entreprise
- Concevoir des contenus attractifs (texte, visuel, vidéo) pour engager et fidéliser la communauté
- Utiliser des outils de suivi pour mesurer la performance et ajuster la stratégie

**PUBLIC CONCERNÉ :**

- Dirigeants de TPE/PME, collaborateurs responsables de la communication marketing et toute personne souhaitant développer ses compétences en gestion des réseaux sociaux

**MOYENS PÉDAGOGIQUES :**

- Formation adaptée aux besoins professionnels (prise de contact en amont)
- Supports et cas pratiques remis en fin de formation
- Possibilité d'application directement sur les documents professionnels : ateliers personnalisés et travail interactif sur vos newsletters

**INTERVENANT :**

- Formateur webmaster, consultant auprès de grands comptes

### PROGRAMME DE LA FORMATION

**Définir les objectifs commerciaux**

- Identifier les objectifs clés : acquisition de prospects, présentation de nouvelles offres, développement de la notoriété
- Analyser les besoins et attentes des clients et prospects
- Traduire les objectifs en indicateurs mesurables

**Analyse et choix des réseaux sociaux**

- Comparer les plateformes principales (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, YouTube, Google My Business)
- Identifier les caractéristiques des utilisateurs et publics visés
- Établir une analyse concurrentielle et technologique
- Création et paramétrage des comptes professionnels

**Stratégie de contenu et planification**

- Définir un rythme de publication cohérent avec les ressources disponibles
- Créer un planning éditorial adapté aux objectifs commerciaux
- Comprendre la ligne éditoriale et choisir les leviers de communication
- Produire des contenus rédactionnels impactants : titres, accroches, enrichissement multimédia

**Réalisation de contenus multimédias**

- Conception de visuels attractifs et adaptés aux plateformes choisies
- Initiation à la vidéo promotionnelle : storytelling, formats courts, sous-titrage
- Utilisation d'outils de création graphique et vidéo

**Suivi et optimisation de la stratégie**

- Comprendre les indicateurs de performance (KPI)
- Utiliser des outils d'analyse pour mesurer l'efficacité des publications
- Gérer les commentaires et interactions pour maintenir un lien dynamique avec la communauté
- Ajuster la stratégie en fonction des résultats obtenus