# Programme de formation

## Développer son activité commerciale grâce aux réseaux sociaux

*Préparation à la certification RS7643 « Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux » — Certificateur : Alternative Digitale*

ÉLIGIBLE CPF Compte Personnel de Formation

**FORMATION ÉLIGIBLE AU CPF**

**1 650 € TTC**

Examen de certification RS7643 inclus · 21 heures (3 jours)

Inscription et financement via Mon Compte Formation (moncompteformation.gouv.fr)

## Informations générales

| | |
|---|---|
| **Certification visée** | RS7643 – Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux (Alternative Digitale) – enregistrée jusqu'au 26/06/2029 |
| **Durée** | 21 heures réparties sur 3 jours (horaires indicatifs : 9h00–12h30 / 13h30–17h00) |
| **Public visé** | Entrepreneurs, dirigeants de TPE, indépendants, collaborateurs communication / commerciaux |
| **Prérequis** | Connaissances numériques (test à l'inscription, validées à partir de 500 points) ; disposer d'un projet de développement commercial via les réseaux sociaux |
| **Modalités** | Distanciel |
| **Délais d'accès** | Inscription via Mon Compte Formation ; entrée en formation dans le respect du délai réglementaire CPF |
| **Tarif** | **1 650 € TTC** — formation éligible CPF, examen de certification inclus (participation forfaitaire apprenant de 150 € en sus) |
| **Sanction** | Attestation de fin de formation + certification RS7643 en cas de réussite à l'examen |
| **Accessibilité (PSH)** | Adaptations possibles après analyse du besoin. |

## Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le participant est capable de :

- situer le rôle des réseaux sociaux dans une démarche de développement commercial et comparer les principales plateformes ;
- définir des objectifs commerciaux SMART adaptés à son activité ;
- évaluer sa réputation digitale et élaborer une stratégie social media responsable (accessibilité, environnement) ;
- créer et optimiser un compte professionnel sur les réseaux ciblés ;
- construire un calendrier éditorial cohérent avec sa stratégie ;
- concevoir des contenus rédactionnels, visuels (Canva, IA générative) et vidéos promotionnelles ;

- définir et suivre des indicateurs de performance pour piloter et ajuster sa démarche de social selling.

## Correspondance compétences ↔ programme

Chaque compétence du référentiel est couverte par une séquence identifiée :

| Compétence du référentiel RS7643 | Traitée en séquence |
|---|---|
| C1 – Rôle des réseaux sociaux et comparaison des plateformes | Jour 1 – Séq. 1.1 |
| C2 – Définition d'objectifs commerciaux SMART | Jour 1 – Séq. 1.2 |
| C3 – Réputation digitale et stratégie social media responsable | Jour 1 – Séq. 1.3 |
| C4 – Création / optimisation d'un compte professionnel | Jour 2 – Séq. 2.1 |
| C5 – Construction d'un calendrier éditorial | Jour 2 – Séq. 2.2 |
| C6 – Production de contenus (rédactionnel, visuel, IA, vidéo) | Jour 2 – Séq. 2.3 |
| C7 – Pilotage par les indicateurs de performance | Jour 3 – Séq. 3.1 |

# Déroulé détaillé

## Jour 1 — Fondations stratégiques (7 h)

### Séquence 1.1 — Comprendre le rôle des réseaux sociaux et comparer les plateformes (1 h 30) [C1]

**Objectif pédagogique :** situer l'apport des réseaux sociaux dans une démarche commerciale et sélectionner les plateformes pertinentes.

**Contenu :**

- Place des réseaux sociaux dans le parcours client et enjeux commerciaux (acquisition, engagement, notoriété, conversion).
- Analyse comparative Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn : audiences, formats, usages.
- Analyse concurrentielle : repérer les plateformes utilisées par ses concurrents.

**Méthode :** apport interactif + atelier de cadrage (sélectionner deux plateformes et justifier ses choix).

### Séquence 1.2 — Définir des objectifs commerciaux SMART (2 h) [C2]

**Objectif pédagogique :** traduire un objectif commercial en objectifs social media mesurables.

**Contenu :**

- Méthode SMART appliquée aux réseaux sociaux.
- Détermination des cibles et des indicateurs associés.
- Évaluation des ressources mobilisables : temps, budget, compétences.

**Méthode :** apport + exercice individuel appliqué au projet du participant.

### Séquence 1.3 — Réputation digitale et stratégie social media responsable (3 h 30) [C3]

**Objectif pédagogique :** évaluer sa réputation digitale et bâtir une stratégie éditoriale responsable.

**Contenu :**

- Audit de e-réputation et positionnement sur son marché.
- Choix des leviers, définition de la ligne éditoriale et du planning éditorial.
- Intégration des enjeux d'accessibilité (contenus inclusifs) et d'impact environnemental (sobriété numérique).

**Méthode :** étude de cas + construction guidée de sa propre stratégie.

## Jour 2 — Mise en œuvre opérationnelle (7 h)

### Séquence 2.1 — Créer et optimiser un compte professionnel (1 h 30) [C4]

**Objectif pédagogique :** mettre en place un compte professionnel cohérent avec l'image de marque.

**Contenu :**

- Création de comptes entreprise sur les réseaux ciblés.
- Renseignement des informations clés (présentation, coordonnées, liens).
- Application de la charte graphique : logo, couleurs, visuels adaptés.

**Méthode :** mise en pratique sur les comptes du participant.

### Séquence 2.2 — Construire un calendrier éditorial (2 h) [C5]

**Objectif pédagogique :** planifier ses publications en cohérence avec sa stratégie.

**Contenu :**

- Structure d'un calendrier éditorial et rubriques.
- Rythme de publication et récurrence.
- Outils de planification et d'automatisation.

**Méthode :** atelier — élaboration de son calendrier éditorial sur un mois.

### Séquence 2.3 — Produire des contenus rédactionnels, visuels et vidéos (3 h 30) [C6]

**Objectif pédagogique :** concevoir des contenus attractifs adaptés à la cible.

**Contenu :**

- Techniques rédactionnelles : accroches, ton adapté à la cible, appels à l'action.
- Création de visuels avec Canva.
- Recours à l'IA générative (rédaction et visuels) : cadre d'usage et bonnes pratiques.
- Réalisation de vidéos promotionnelles courtes.

**Méthode :** production encadrée de contenus pour son propre projet.

## Jour 3 — Pilotage, performance et certification (7 h)

### Séquence 3.1 — Piloter la performance par les indicateurs (2 h) [C7]

**Objectif pédagogique :** mesurer l'efficacité de sa démarche de social selling et l'ajuster.

**Contenu :**

- Choix des KPI pertinents : portée, engagement, conversion, retour sur investissement.
- Construction et lecture d'un tableau de bord.
- Boucle d'amélioration continue à partir des résultats.

**Méthode :** construction d'un tableau de bord + analyse de données d'exemple.

### Séquence 3.2 — Consolidation : plan social media personnel (1 h 30)

**Objectif pédagogique :** formaliser un plan d'action opérationnel (projet fil rouge).

**Contenu :**

- Synthèse des sept compétences appliquées à son projet.
- Formalisation d'un plan d'action social media.

**Méthode :** finalisation individuelle du projet fil rouge.

### Séquence 3.3 — Entraînement à l'examen de certification (2 h)

**Objectif pédagogique :** se préparer aux modalités de l'épreuve certificative.

**Contenu :**

- Format de l'examen : questions ouvertes et fermées, 90 minutes, surveillance vidéo par le certificateur.
- Révision des notions essentielles des sept compétences.
- Traitement de questions types.

**Méthode :** examen blanc suivi d'une correction commentée.

### Séquence 3.4 — Évaluation des acquis et clôture (1 h 30)

**Objectif pédagogique :** valider les acquis et préparer le passage de la certification.

**Contenu :**

- Évaluation finale des acquis de la formation.
- Modalités de convocation à l'examen certificatif (en ligne, dans le mois suivant la formation).
- Bilan individuel et évaluation de satisfaction à chaud.

**Méthode :** quiz récapitulatif + bilan individualisé.

## Modalités pédagogiques, d'évaluation et de suivi

### Moyens et méthodes pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques et de travaux pratiques appliqués au projet du participant.
- Test de positionnement en entrée de formation.
- Projet fil rouge personnalisé mené tout au long du parcours.
- Supports pédagogiques remis aux participants.

### Modalités d'évaluation

- Évaluation continue des acquis (exercices, cas pratiques, quiz).
- Examen de certification : épreuve en ligne d'environ 90 minutes, sous surveillance vidéo du certificateur, questions ouvertes et fermées ; certification acquise à partir de 50 % de bonnes réponses, sur décision du jury.
- Le passage de l'examen est obligatoire dans le cadre d'un financement CPF.

### Suivi et appréciation des résultats

- Feuilles d'émargement par demi-journée.
- Attestation de fin de formation mentionnant les acquis.
- Évaluations de satisfaction à chaud et à froid.
- Suivi du taux de réussite à la certification (renseigné à partir des données réelles des sessions).

### Accessibilité

Formation accessible aux personnes en situation de handicap ; adaptations étudiées au cas par cas après analyse du besoin.