Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux

Programme de formation certifiante – RS7643

Cette formation certifiante a pour objectif de permettre aux apprenants de maîtriser l'usage professionnel des réseaux sociaux, de définir et déployer une stratégie de développement commercial adaptée à leur activité, et d'en mesurer les résultats.

https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/7643/

EI Lolita Ghilione
281, avenue des Palmiers, 83140 Six-Fours-Les-Plages
E-mail : formation@lolitaghilione.fr | Tél : +33 6 29 99 37 78

Informations générales

Intitulé	Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux
Certification	RS7643 — Répertoire Spécifique — délivrée par ALTERNATIVE DIGITALE
Tarif	1 500 €
Durée	21h, soit 3 jours (sur la base d'une journée de 7 heures)
Effectif	4 à 8 participants par session
Modalité	Présentiel (à distance sur demande)
Lieu de formation	293 Route de la Seyne, Technopole Var Matin – Bât. A, Porte 1A, 83190 Ollioules
Formatrice	Lolita Ghilione

Profils des apprenants

Public :

La certification s'adresse aux entrepreneurs individuels et aux dirigeants de TPE/PME devant acquérir des compétences complémentaires en lien avec le développement de l'activité commerciale par les réseaux sociaux.

Pré-requis :

- Le candidat devra présenter des connaissances en numérique.
- Avoir un projet de développement de son activité commerciale par les réseaux sociaux afin de rendre opérationnelles les compétences acquises.

Vérification des prérequis : Test de connaissances en numérique, positionnement du projet.

Objectifs pédagogiques

- Définir des objectifs commerciaux SMART pour sa stratégie sur les réseaux sociaux
- Sélectionner les réseaux sociaux les plus pertinents au regard de sa cible et de ses objectifs
- Créer et optimiser un compte entreprise sur les réseaux sociaux choisis
- Élaborer une stratégie de développement commercial responsable et accessible
- Concevoir des contenus engageants en s'appuyant sur l'IA générative
- Concevoir des vidéos promotionnelles adaptées à chaque réseau social
- Exploiter les indicateurs de performance pour optimiser sa stratégie

Compétences visées

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

C1 – Définir ses objectifs commerciaux
Définir les objectifs commerciaux SMART à atteindre (acquisition, engagement, audience…), tout en tenant compte des caractéristiques des clients et potentiels prospects, afin de cadrer efficacement la stratégie de développement de l'activité commerciale de l'entreprise par l'utilisation des réseaux sociaux.

C2 – Choisir les réseaux sociaux pertinents
Comparer les différents réseaux sociaux existants, accessibles par ordinateur et par mobile, au regard des caractéristiques du public visé et des utilisateurs de ces plateformes par la mise en œuvre d'une analyse technologique et concurrentielle du secteur, afin de choisir les plus pertinents en adéquation avec les objectifs commerciaux fixés.

C3 – Créer ou enrichir son compte entreprise
Créer ou enrichir un compte entreprise sur les différents réseaux sociaux sélectionnés, en y intégrant l'ensemble des informations utiles dans le respect de son identité visuelle numérique tout en tenant compte des usages des réseaux choisis afin de développer la présence de son organisation sur les plateformes digitales.

C4 – Élaborer sa stratégie de développement commercial
Élaborer une stratégie responsable de développement commercial par les réseaux sociaux, en définissant un rythme de publication cohérent, en identifiant des outils de suivi adaptés, tout en intégrant des mesures en faveur des publics en situation de handicap et de l'environnement, afin de garantir une diffusion optimale, régulière et accessible des informations souhaitées par l'entreprise.

C5 – Concevoir des contenus engageants
Concevoir des contenus rédactionnels, visuels ou publicitaires percutants pour une diffusion sur les applications et réseaux sociaux, en s'appuyant sur les outils d'IA générative, et en respectant le « ton » le plus adapté aux spécificités de la cible visée, afin d'animer, d'informer et de fidéliser la communauté cible.

C6 – Concevoir des vidéos promotionnelles
Concevoir des vidéos promotionnelles de son activité professionnelle en cherchant à les rendre esthétiques et originales, tout en les adaptant aux réseaux sociaux visés (durée, format…), afin d'animer sa présence digitale.

C7 – Exploiter ses indicateurs de performance
Exploiter les indicateurs de performance de la mise en œuvre de la stratégie, au moyen d'un tableau de bord et en réalisant les ajustements nécessaires, afin de s'inscrire dans une démarche d'amélioration continue.

Contenu de la formation

Module 1 — Définir sa stratégie commerciale sur les réseaux sociaux
Compétence visée : C1 | Durée : 1h30

- Explorer les réseaux sociaux et leurs usages commerciaux
- Identifier son cœur de cible : sa clientèle cible et ses prospects
- Définir des objectifs commerciaux SMART — Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes, Temporellement définis (acquisition, engagement, audience, notoriété)
- Identifier les ressources mobilisables (temps, budget, outils, compétences) nécessaires à l'atteinte des objectifs

Module 2 — Choisir les réseaux sociaux pertinents pour son activité
Compétence visée : C2 | Durée : 2h

- Découvrir et comparer les principaux réseaux sociaux : Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, LinkedIn, Google My Business — caractéristiques des utilisateurs, formats de médias possibles, fonctions principales, bonnes pratiques, erreurs à éviter et tendances du moment
- Analyser le secteur sur le plan technologique et concurrentiel : repérer des entreprises concurrentes de taille comparable présentes sur ces réseaux
- Comparer au moins 3 réseaux sociaux et sélectionner, de façon argumentée, au moins 1 plateforme adaptée à sa cible et à son secteur d'activité, avec 2 exemples de concurrents identifiés sur ce réseau

Module 3 — Créer et enrichir son compte entreprise
Compétence visée : C3 | Durée : 3h30

- Créer et paramétrer une page entreprise ou un compte professionnel : renseigner sa page/son compte, définir les onglets affichés et les informations à mettre en avant pour optimiser son profil
- Construire son identité visuelle numérique : photo de profil, bannière, biographie, publication à la une ou épinglée, dans le respect des normes et usages de la plateforme

- Lister les informations de contact et informations utiles à faire figurer sur son compte

Module 4 — Élaborer sa stratégie de développement commercial
Compétence visée : C4 | Durée : 3h30

- Évaluer sa réputation digitale et celle de ses concurrents
- Choisir un outil de suivi des actions commerciales (logiciel de gestion, de monitoring, planning) adapté à ses critères organisationnels
- Construire un planning éditorial et définir un rythme de publication cohérent, récurrent et justifié par les objectifs et le comportement de la cible
- Intégrer au moins 2 mesures d'accessibilité pour les publics en situation de handicap
- Intégrer au moins 1 mesure écoresponsable dans la conception ou la diffusion des contenus

Module 5 — Concevoir des contenus engageants avec l'IA générative
Compétence visée : C5 | Durée : 3h30

- Identifier les conditions d'un contenu percutant et impactant : compréhension, mémorisation, message, cohérence visuelle
- Appliquer les règles rédactionnelles : accroche, ton, signature de marque, titres, chapeaux, sous-titres, légendes
- Créer des visuels et contenus publicitaires percutants à l'aide d'outils d'IA générative (ChatGPT, Claude) — formuler un prompt contextualisé, précis et structuré
- Répondre aux commentaires des utilisateurs de façon adaptée au contexte, à la cible et à l'image de l'entreprise

Module 6 — Concevoir des vidéos promotionnelles
Compétence visée : C6 | Durée : 5h

- Identifier les facteurs clés de succès d'une vidéo promotionnelle : thématique, message, rythme, mémorisation
- Adapter ses contenus vidéo aux codes et formats de chaque plateforme : contraintes techniques, tendances et bonnes pratiques
- Prendre en main un outil d'édition vidéo accessible (CapCut ou Edit by Instagram)

Module 7 — Suivre et optimiser sa performance
Compétence visée : C7 | Durée : 2h

- Comprendre pourquoi et comment mesurer sa performance : notions de base
- Identifier au moins 4 indicateurs-clés de performance (KPI) alignés avec sa stratégie et ses plateformes de diffusion
- Choisir un outil de mesure et construire un tableau de bord personnalisé intégrant les données de ses outils de suivi
- Formuler et justifier une proposition d'ajustement de sa stratégie à partir des résultats observés
- Répondre de façon adaptée aux commentaires pour entretenir le lien avec sa communauté
- Lire un tableau de bord et élaborer un plan d'ajustement de sa stratégie (atelier pratique)

Planning horaire détaillé

Horaires	Contenu	Compétence
	Jour 1	
09h00 – 10h30	Module 1 — Définir sa stratégie commerciale sur les réseaux sociaux	C1
10h30 – 12h30	Module 2 — Choisir les réseaux sociaux pertinents pour son activité	C2
12h30 – 14h00	*Pause déjeuner*	
14h00 – 17h30	Module 3 — Créer et enrichir son compte entreprise	C3
	Jour 2	
09h00 – 12h30	Module 4 — Élaborer sa stratégie de développement commercial	C4
12h30 – 14h00	*Pause déjeuner*	
14h00 – 17h30	Module 5 — Concevoir des contenus engageants avec l'IA générative	C5
	Jour 3	

09h00 – 12h30	Module 6 — Concevoir des vidéos promotionnelles (début)	C6
12h30 – 14h00	*Pause déjeuner*	
14h00 – 15h30	Module 6 — Concevoir des vidéos promotionnelles (suite et fin)	C6
15h30 – 17h30	Module 7 — Suivre et optimiser sa performance	C7

Durée totale : 21h (3 jours, 9h00–17h30, pause déjeuner de 12h30 à 14h non comptabilisée dans la durée de formation).

Méthodes et outils pédagogiques

La formation repose sur une pédagogie active et participative, alternant :

- Apports théoriques illustrés d'exemples concrets issus de différents secteurs d'activité
- Exercices pratiques et ateliers appliqués au projet de chaque participant
- Travaux de groupe et mises en situation professionnelle
- Échanges et retours d'expérience entre participants et avec la formatrice
- Support pédagogique remis à chaque participant (format papier et numérique)

Moyens techniques et matériels

- Salle de formation accessible PMR, équipée d'un vidéoprojecteur, d'une télévision et d'un tableau pour écrire
- Support pédagogique remis à chaque participant
- Chaque participant doit disposer de son propre ordinateur (PC ou Mac)
- Accès à internet disponible sur place

Lieu : 293 Route de la Seyne, Technopole Var Matin – Bât. A, Porte 1A, 83190 Ollioules.

Assistance technique et pédagogique

Durant toute la durée de la formation, les apprenants bénéficient d'un accompagnement pédagogique assuré par la formatrice, Mme Lolita Ghilione, joignable par téléphone au 06 29 99 37 78 ou par mail à formation@lolitaghilione.fr. Toute difficulté rencontrée est traitée dans un délai de 24 heures ouvrées.

Délais et modalités d'accès

L'inscription à la formation s'effectue sur demande auprès de Lolita Ghilione, par téléphone (06 29 99 37 78), par mail (formation@lolitaghilione.fr) ou lors d'un entretien découverte.

Dans le cas de certains financements publics, un délai minimum de 14 jours calendaires s'applique entre la validation du dossier et l'entrée en formation (Art. L221-18 du Code de la Consommation).

Les dates sont fixées d'un commun accord entre le stagiaire et l'organisme de formation, en fonction des disponibilités. Une convocation précisant les dates, horaires et lieu de formation est transmise avant toute entrée en formation.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Les locaux de formation sont accessibles aux personnes à mobilité réduite (PMR). Afin d'étudier les modes de compensation nécessaires et d'adapter au mieux la formation, merci de contacter la référente handicap, Mme Lolita Ghilione, par téléphone au 06 29 99 37 78 ou par mail à formation@lolitaghilione.fr.

Pour l'épreuve de certification, tout candidat en situation de handicap peut également saisir le référent handicap du certificateur Alternative Digitale afin d'aménager les modalités d'évaluation et d'obtenir, si besoin, l'assistance d'un tiers.

Organisation de la formation

Équipe pédagogique

Formatrice et dirigeante de l'organisme de formation : Lolita Ghilione.

Dispositif de suivi et d'évaluation

Avant la formation : évaluer les connaissances initiales et les besoins des apprenants

Lors d'un entretien découverte en visioconférence avec la formatrice, les connaissances initiales, les besoins, attentes et enjeux de l'apprenant seront analysés et les prérequis seront vérifiés. Les apprenants rempliront un questionnaire de pré-formation pour adapter le contenu à leurs intérêts et évaluer leur niveau sur la thématique de la formation.

Pendant la formation : évaluer en continu et valider la compréhension en temps réel

Les apprenants bénéficieront d'un apport théorique avec un support papier et numérique. Ils seront soumis à des exercices pratiques, des travaux de groupe, des mises en situation et des échanges sur leurs pratiques professionnelles dans une pédagogie active et participative permettant un contrôle continu de leur progression et du développement de leurs connaissances et compétences au regard des objectifs visés.

À l'issue de la formation : évaluation de la satisfaction

Un questionnaire de satisfaction est remis aux participants afin d'évaluer la qualité de la prestation et d'identifier les axes d'amélioration.

Évaluation certificative

L'évaluation certificative se déroule lors d'une session dédiée, distincte de la formation, organisée par le certificateur ALTERNATIVE DIGITALE, conformément à son référentiel de compétences et de certification.

Modalité globale d'évaluation : évaluation en ligne portant sur les 7 compétences du référentiel, en distanciel, sous la surveillance vidéo d'Alternative Digitale. L'examen dure au maximum 90 minutes et comprend une partie QCM et une épreuve écrite (exercices pratiques).

Pour chacune des 7 compétences, le candidat réalise des exercices pratiques en ligne, notamment :

- E1 (C1) — Définir ses objectifs commerciaux SMART, les caractéristiques de sa cible et ses ressources mobilisables
- E2 (C2) — Comparer au moins 3 réseaux sociaux et argumenter le choix d'une plateforme adaptée à son projet
- E3 (C3) — Décrire la création ou l'enrichissement d'un compte entreprise sur un réseau social choisi
- E4 (C4) — Élaborer une stratégie réseaux sociaux responsable (rythme de publication, outil de suivi, accessibilité, écoresponsabilité)
- E5 (C5) — Concevoir un contenu réseaux sociaux (publication + réponses aux commentaires) à l'aide d'un outil d'IA générative
- E6 (C6) — Concevoir et adapter un contenu vidéo au réseau social cible
- E7 (C7) — Exploiter des indicateurs de performance et proposer un ajustement de stratégie

Critère de réussite : un minimum de 65% de bonnes réponses par compétence est requis pour valider chaque compétence évaluée.

Un jury délivre les certifications chaque vendredi. Les résultats sont transmis à l'apprenant et à l'organisme partenaire la semaine suivant le passage de l'examen. Le certificat est identifié par un code d'opposabilité.

Conditions d'obtention :

La certification est délivrée sous réserve d'un minimum de 65% de bonnes réponses sur chacune des 7 compétences du référentiel, conformément au référentiel d'évaluation établi par Alternative Digitale.

En cas de non-obtention

Le candidat peut se représenter à une session ultérieure d'évaluation en se réinscrivant auprès d'Alternative Digitale, sans besoin de suivre à nouveau la formation.

Qualité et indicateurs de résultats

Les indicateurs de résultats sont transmis sur demande. Les taux de satisfaction, de réussite et le nombre d'apprenants seront diffusés dès que les premières sessions de formation auront été réalisées.

Certification

La formation prépare à la certification « Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux », enregistrée au Répertoire Spécifique (RS) par décision du 26 juin 2026 sous le n° RS7643, et délivrée par ALTERNATIVE DIGITALE.

Contact de la formation

Lolita GHILIONE : 06 29 99 37 78 / formation@lolitaghilione.fr

Dernière mise à jour du programme : octobre 2026