MAGASSY FORMATION

Organisme de formation

PROGRAMME DE FORMATION

Communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir sa TPE

Certification RS7200 - Répertoire Spécifique
Certificateur : CréActifs
Échéance : 25/06/2028

Version 1.0 - 2026

Fiche synthétique de la formation

Intitulé	Communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir sa TPE
Code certification	RS7200 (Répertoire Spécifique)
Certification remplacée	RS6083
Certificateur	CréActifs (SIRET : 529 301 210 00066)
Date d'échéance RS	25/06/2028
Dernière délivrance	25/12/2028
Niveau	Sans niveau (certification complémentaire)
Code NSF	320m - Communication et information
Formacode	46359 (Réseau social) / 46347 (Stratégie com. numérique)
Durée totale	21 heures
Durée e-learning + synchrone	16 heures e-learning, 5 heures synchrone
Tarif	1500€ TTC
Éligibilité CPF	Oui

Public visé

Cette formation s'adresse à :

- Créateurs et dirigeants de TPE souhaitant promouvoir leur activité via les réseaux sociaux
- Collaborateurs directs en charge de la communication d'une TPE
- Auto-entrepreneurs et micro-entrepreneurs
- Porteurs de projet de création d'entreprise

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

Objectifs de la formation

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Définir une stratégie de communication sur les réseaux sociaux adaptée à sa TPE
- Sélectionner les plateformes de réseaux sociaux pertinentes pour son activité
- Créer et paramétrer une page entreprise professionnelle
- Élaborer une stratégie éditoriale avec un planning de publication
- Créer des contenus engageants en s'appuyant sur l'IA générative et le design graphique
- Gérer sa e-réputation, animer sa communauté et analyser ses performances

Modalités et délais d'accès

1. Inscription : le candidat prend contact avec Magassy Formation et formule sa demande.

2. Positionnement : un entretien individuel permet de vérifier les prérequis, d'évaluer les besoins et de valider l'adéquation de la formation.

3. Contractualisation : envoi du programme, du devis/convention, du règlement intérieur et des CGV. Signature de la convention de formation.

4. Accès : délai d'accès de 14 jours ouvrés minimum après signature de la convention.

5. Rétractation : délai de rétractation de 10 jours à compter de la signature (art. L.6353-5 du Code du travail pour les financements personnels).

Accompagnement pédagogique

Le formateur accompagne chaque stagiaire de manière individualisée tout au long du parcours :

- Suivi personnalisé pendant les séances (exercices pratiques sur le projet réel du stagiaire)
- Disponibilité entre les séances par email pour répondre aux questions
- Adaptation du rythme et des contenus aux besoins spécifiques du stagiaire
- Feedback individualisé sur les productions du stagiaire (pages créées, contenus rédigés)
- Pour les formations en distanciel : partage d'écran, prise de main à distance, chat en direct

CONTENU DÉTAILLÉ DE LA FORMATION

C1 Définir une stratégie sur les réseaux sociaux pour sa TPE

Module 1 - Stratégie réseaux sociaux et plan d'action (4h)

- Comprendre l'écosystème des réseaux sociaux et leur place dans la stratégie commerciale d'une TPE
- Analyser son activité, son marché et identifier son public cible (personas)
- Définir des objectifs SMART en lien avec les objectifs commerciaux de la TPE
- Évaluer les ressources mobilisables (temps, budget, compétences internes)
- Élaborer un plan d'action réaliste et chiffré adapté aux capacités financières et temporelles
- Réaliser un benchmark concurrentiel sur les réseaux sociaux

Compétence visée : C1 - Définir une stratégie sur les réseaux sociaux, adaptée aux ressources mobilisables par la TPE et en lien avec son activité, son public cible et ses objectifs commerciaux, afin d'élaborer un plan d'action réaliste à la mesure des capacités financières et temporelles données au projet.

C2 Sélectionner les plateformes de réseaux sociaux cibles

Module 2 - Choix des plateformes et analyse concurrentielle (3h)

- Panorama des plateformes : Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok
- Comparer les positionnements de chaque plateforme sur le marché
- Identifier les plateformes en correspondance avec son public cible
- Analyser les pratiques de la concurrence sur chaque réseau
- Identifier les communautés pertinentes pour son activité
- Choisir la ou les plateformes prioritaires en fonction de sa stratégie

Compétence visée : C2 - Sélectionner la ou les plateforme(s) de réseaux sociaux cibles en comparant leurs positionnements sur le marché, en s'assurant de leur correspondance avec son public cible et en prenant en compte les pratiques de la concurrence afin d'identifier les bonnes communautés.

C3 Créer et paramétrer sa page entreprise

Module 3 - Création et paramétrage de la page entreprise (3h)

- Créer un compte professionnel / une page entreprise sur les réseaux choisis
- Exploiter les interfaces et fonctionnalités spécifiques de chaque plateforme
- Intégrer les éléments de nom et d'identité visuelle (logo, bannière, charte graphique)
- Paramétrer les informations essentielles (description, coordonnées, horaires, lien site web)
- Configurer les paramètres de confidentialité et de modération
- Ancrer la page dans l'écosystème du réseau social (catégories, mots-clés, hashtags)

Compétence visée : C3 - Créer et paramétrer une page de présentation de son entreprise TPE sur les réseaux sociaux choisis, tout en exploitant les interfaces et fonctionnalités de la plateforme et en intégrant les éléments de nom et d'identité visuelle pour l'ancrer dans le réseau social.

C4 Élaborer une stratégie éditoriale

Module 4 - Stratégie éditoriale et planning de publication (3h)

- Définir une ligne éditoriale cohérente avec l'identité de la TPE
- Fixer des objectifs qualitatifs (ton, style, valeurs) et quantitatifs (fréquence, portée)
- Identifier les types de contenus adaptés à chaque plateforme (posts, stories, reels, articles)
- Concevoir un calendrier éditorial avec un planning d'actions structuré
- Organiser la régularité des publications (rythme, fréquence, horaires optimaux)
- Définir les thématiques récurrentes (rubriques, séries, marronniers)

Compétence visée : C4 - Élaborer une stratégie éditoriale en tenant compte des spécificités propres à la TPE afin d'établir un planning d'actions et ainsi organiser une régularité dans la ligne éditoriale.

C5 Créer des contenus engageants avec l'IA et le design

Module 5 - Création de contenus et accessibilité (4h)

- Rédiger des textes engageants adaptés à chaque réseau (accroches, storytelling, call-to-action)
- Utiliser l'IA générative pour la création de contenus (ChatGPT, Gemini, Claude)
- Créer des visuels professionnels avec des outils de design graphique (Canva, Adobe Express)
- Produire des contenus vidéo courts (reels, stories, TikTok)
- Rendre les contenus accessibles aux personnes en situation de handicap (sous-titrage, texte alternatif, contraste)
- Adopter un ton et un style en correspondance avec la communauté visée
- Générer des actions, réactions et interactions avec le public cible

Compétence visée : C5 - Créer des contenus réseaux sociaux engageants, en conformité avec sa stratégie, en s'appuyant sur l'IA générative et sur des outils de design graphique, tout en les rendant accessibles aux personnes en situation de handicap.

C6 Gérer la e-réputation et optimiser la performance

Module 6 - E-réputation, publicité et analyse de performance (4h)

- Mettre en place des actions publicitaires sur les réseaux sociaux (Meta Ads, LinkedIn Ads)
- Définir des budgets publicitaires et paramétrer des campagnes ciblées
- Répondre aux avis, commentaires et critiques de la communauté
- Gérer les bad buzz et les crises d'image (protocole de gestion de crise)
- Sélectionner et collaborer avec des e-influenceurs
- Suivre les données et statistiques transmises par les réseaux sociaux
- Analyser les KPI de performance (portée, engagement, clics, conversions)
- Optimiser la performance des publications grâce aux données analytiques

Compétence visée : C6 - Cultiver la e-réputation de son entreprise TPE en mettant en place des actions publicitaires, en répondant aux avis et commentaires, en gérant les crises d'image, en sélectionnant des e-influenceurs et en suivant les données transmises par le réseau social afin d'optimiser la performance.

Récapitulatif horaire

Module	Compétence	Durée
M1 - Stratégie réseaux sociaux et plan d'action	C1	4h
M2 - Choix des plateformes et analyse concurrentielle	C2	3h
M3 - Création et paramétrage de la page entreprise	C3	3h
M4 - Stratégie éditoriale et planning de publication	C4	3h
M5 - Création de contenus et accessibilité	C5	4h
M6 - E-réputation, publicité et analyse de performance	C6	4h
TOTAL	**C1 à C6**	**21h**

Certification RS7200

Modalité d'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.

Jury : 3 personnes (1 représentant CréActifs en tant que président, 2 professionnels extérieurs dont la qualité est en lien avec la certification visée). Soit 66% de personnes extérieures au certificateur.

Voies d'accès : formation continue, contrat de professionnalisation, contrat d'apprentissage, candidature individuelle, par expérience.

Moyens pédagogiques et techniques

- Supports de formation projetés et remis au stagiaire (PDF, fiches pratiques)
- Exercices pratiques réalisés sur le projet réel du stagiaire (sa propre TPE)
- Démonstrations en direct sur les plateformes de réseaux sociaux
- Ateliers de création de contenus avec outils IA et design graphique
- Cas pratiques et études de cas de TPE
- Mise à disposition d'une salle équipée (présentiel) ou plateforme de visioconférence (distanciel)

Dispositif de suivi et d'évaluation

- Feuilles de présence (émargement)
- Test de positionnement en début de formation
- Évaluations formatives en cours de formation (quiz, exercices pratiques)
- Évaluation certificative : remise d'un rapport + soutenance orale devant jury
- Questionnaire de satisfaction à chaud
- Questionnaire de satisfaction à froid (30 jours après)
- Certificat de réalisation de l'action de formation

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Magassy Formation s'engage à accueillir les personnes en situation de handicap. Des aménagements peuvent être mis en place selon les besoins (adaptation des supports, tiers-temps, modalité distanciel, matériel adapté). Merci de nous contacter en amont pour étudier ensemble les adaptations nécessaires.

Référente handicap : Asita DIAKHITE - 06 22 07 07 20

Informations pratiques

Organisme : MAGASSY FORMATION

Adresse : 6 rue de Patay, 75013 Paris

Certificateur : CréActifs - https://creactifs.com

Email : contactmagassyformation@gmail.com

Téléphone : 06 22 07 07 20