

# Lancer et développer votre activité commerciale avec les réseaux sociaux

## Financement

Formation professionnelle continue  
Non conventionnée / sans dispositif

## Organisme responsable et contact

B2LG FORMATION  
MARIANNE GARDELLE  
07.67.37.32.02  
marianne@so-formations.com

## Accès à la formation

### Publics visés :

Demandeur d'emploi  
Jeune de moins de 26 ans  
Personne handicapée  
Salarié(e)  
Actif(vé) non salarié(e)

### Sélection :

Entretien

### Niveau d'entrée requis :

Sans niveau spécifique

### Conditions d'accès :

Non renseigné

### Prérequis pédagogiques :

• Savoir utiliser les outils numériques. Un test de connaissances sera demandé avec toute inscription en formation • Avoir un projet de développement de son activité commerciale sur les réseaux sociaux afin de rendre opérationnelles les compétences acquises

### Contrat de professionnalisation possible ?

Non

## Objectif de la formation

• Définir les objectifs commerciaux à atteindre afin de cadrer efficacement la stratégie de développement de l'activité commerciale de l'entreprise par l'utilisation des réseaux sociaux. • Comparer les différents réseaux sociaux existants, accessibles par ordinateur et par mobile afin de choisir les plus pertinents en adéquation avec les objectifs commerciaux fixés. • Créer un compte entreprise sur les différents réseaux sociaux sélectionnés afin de développer la présence de son organisation sur les plateformes digitales. • Définir un rythme de publication, sur les réseaux sociaux choisis afin de garantir une diffusion optimale et régulière des informations souhaitées par l'entreprise. • Elaborer des contenus rédactionnels percutants et des visuels propices à une diffusion sur les applications et réseaux sociaux, afin d'animer, d'informer et de fidéliser la communauté cible. • Concevoir des vidéos promotionnelles de son activité professionnelle afin d'animer sa présence digitale. • Utiliser les résultats des différents indicateurs de suivi mis en place afin de suivre la stratégie de développement de l'activité commerciale de l'entreprise mise en oeuvre et ainsi garantir la pérennité et la dynamique du lien entre l'entreprise et les utilisateurs des plateformes sociales.

## Contenu et modalités d'organisation

1 : APPRENDRE A ELABORER UNE STRATEGIE DE COMMUNICATION DIGITALE ADAPTEE A SA CIBLE COMPRENDRE LES RESEAUX SOCIAUX Panorama des réseaux sociaux : utilisateurs, particularités, tendances et évolutions Comprendre le fonctionnement de l'algorithme Apprendre à identifier les dernières tendances Faire un état des lieux de sa présence sur le web et les réseaux sociaux (e-Réputation) Favoriser l'engagement de sa communauté en lien avec ses objectifs commerciaux LES GRANDES ÉTAPES D'UNE STRATÉGIE SOCIAL MÉDIA Définir ses objectifs Comprendre sa cible et construire ses buyers personas Choisir ses moyens de communication : réseaux sociaux et canaux transverses Trouver son positionnement et définir son style de communication en lien avec ses objectifs commerciaux Analyser ses concurrents sur les réseaux sociaux : le benchmark Définir sa ligne éditoriale L'essentiel de la stratégie de contenu : quel contenu pour quel format ? Elaborer un calendrier éditorial Choisir et analyser ses KPIs METTRE EN PLACE UNE VEILLE Veiller à son e-réputation : outils et techniques Organiser sa veille concurrentielle et veille métier Cultiver sa culture digitale : sites et références à suivre 2 : CREER DES VISUELS AVEC CANVA Les bases de la charte graphique Grands principes graphiques Choisir les couleurs et typographie Le logo La charte graphique : l'identité de votre entreprise/marque Le choix des images : banques d'images gratuites et payantes Le droit à l'image : législation, protéger ses images Les formats spécifiques au web et au print Découvrir l'outil Canva Découverte de l'outil et ses fonctionnalités Création du compte Fonctionnalités de la version gratuite et de la version payante L'interface : découverte des fonctionnalités de base Premiers pas avec Canva Les modèles Canva : choisir et personnaliser ses modèles Exploiter les fonctionnalités de la barre d'outils : positions, couleur, alignement, transparence Créer son kit graphique et ses gabarits (post instagram, story, bandeau facebook) Créer ses premiers visuels 3 : FACEBOOK INITIATION COMPRENDRE LES BASES DE FACEBOOK Présentation Audience. Comprendre l'algorithme. Différence entre profil,

...

### Durées de la formation

Parcours de formation personnalisable ?

Oui

Type de parcours

Individualisé

## Validation(s) Visée(s)

### > Attestation de fin de formation

## Et après ?

Suite de parcours

Vous pourrez ensuite envisager un perfectionnement aux réseaux sociaux

## Calendrier des sessions

Numéro Carif	Dates de formation	Ville	Organisme de formation	Type d'entrée	CPF	Modalités
00199497	du 01/09/2020 au 31/12/2025	(64)	B2LG FORMATION		Non éligible	FPC
00428299	du 29/01/2024 au 28/03/2024	(64)	B2LG FORMATION		Non éligible	FPC