

Programme de Formation : Développer son activité professionnelle grâce au marketing de contenus et aux réseaux sociaux RS6702

Certificateur(s) Nom légal : SCORE / MASSENA GROUP

Date d'échéance de l'enregistrement : 26-09-2025

Durée

21 heures

Modalité

**Présentiel
uniquement**

Public cible

Les personnes en reconversion
qui lancent leur propre activité.
Les indépendants, auto-
entrepreneurs, les chefs
d'entreprises de TPE (artisans,
commerçants, artistes,
architectes ...)



Prérequis et Objectifs

Prérequis

- Avoir un projet de création ou de développement d'une activité professionnelle,
- Maîtriser les bases en français (savoir parler et écrire en français, cf. socle de connaissances),
- Maîtriser les bases de la navigation sur internet.

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

01

Comprendre les enjeux et les principes fondamentaux du marketing digital et du marketing de contenu.

02

Maîtriser les principales stratégies de contenu et les outils adaptés pour la gestion des réseaux sociaux.

03

Créer des contenus pertinents et engageants pour les différentes plateformes sociales.

04

Mettre en place une stratégie de marketing digital en utilisant les réseaux sociaux pour améliorer la visibilité et le développement commercial.

05

Analyser les performances des campagnes de marketing de contenu sur les réseaux sociaux et adapter les actions en conséquence.



Modalités Pédagogiques



Pédagogie active

Alternance entre théorie, pratiques concrètes et études de cas.



Études de cas

Analyse de stratégies réelles et réussies en marketing de contenu et réseaux sociaux.



Travaux pratiques

Élaboration de plans de contenu, création de publications pour les réseaux sociaux, et analyse de la portée.



Discussions et échanges

Permettre aux participants de partager leurs expériences et poser des questions sur leurs projets ou défis en marketing digital.

Les supports utilisés pendant la formation incluent des présentations interactives, des vidéos, des démonstrations d'outils numériques et des études de cas spécifiques au marketing de contenu.

Programme Détailé : Jour 1

Introduction au Marketing de Contenus et aux Réseaux Sociaux

Matin

- Présentation du marketing de contenus : définition, objectifs, et importance dans une stratégie digitale.
- Les bases des réseaux sociaux : fonctionnement, principaux réseaux sociaux utilisés (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, etc.) et leur spécificité.
- Stratégie de marketing de contenus : comment définir sa stratégie pour créer de l'engagement sur les réseaux sociaux.
- Créer un calendrier de contenu : planification et gestion du contenu à publier sur les réseaux sociaux.

Après-midi

- Création de contenu : comment rédiger des articles, publier des photos et vidéos percutantes, et utiliser les outils graphiques pour la création d'infographies.
- Optimisation des profils sur les réseaux sociaux : comment maximiser la visibilité de votre profil et de votre page entreprise.
- Gestion des communautés : techniques d'animation, gestion des interactions, répondre aux commentaires et messages privés de manière efficace.

Programme Détailé : Jours 2 & 3



Jour 2 - Matin

Techniques et Pratiques du Marketing de Contenus

- Publicité sur les réseaux sociaux : introduction aux outils publicitaires de Facebook, Instagram, LinkedIn, etc.
- Ciblage et segmentations des audiences : techniques pour cibler les bons utilisateurs et maximiser l'impact des publicités.
- Création de campagnes publicitaires efficaces : conception, lancement et suivi des campagnes publicitaires sur les réseaux sociaux.



Jour 2 - Après-midi

Engagement et Mesure de Performance

- Engagement et viralité : comprendre les mécanismes de viralité et comment créer des contenus engageants.
- Mesure de l'impact des actions marketing : introduction aux indicateurs clés de performance (KPIs) à suivre pour mesurer l'efficacité d'une stratégie de marketing de contenus.
- Outils de gestion des réseaux sociaux : présentation des outils de planification (ex : Hootsuite, Buffer) et d'analyse de performance (ex : Google Analytics, insights des réseaux sociaux).



Jour 3 - Matin

Optimisation et Suivi des Performances

- Analyse des performances des actions marketing : comprendre et interpréter les statistiques issues des réseaux sociaux pour ajuster sa stratégie.
- Amélioration continue : comment ajuster et faire évoluer ses stratégies de contenu en fonction des résultats obtenus.
- Tendances actuelles en marketing de contenus : études des nouvelles tendances sur les réseaux sociaux (utilisation des stories, influenceurs, podcasts, etc.).



Jour 3 - Après-midi

Optimisation et Gestion de Crise

- Optimisation des campagnes publicitaires : analyse des erreurs fréquentes, ajustement des budgets, choix des formats publicitaires.
- Gestion de crise sur les réseaux sociaux : comment réagir efficacement face à des commentaires négatifs ou à une crise sur les réseaux sociaux.
- Conclusion et retours d'expérience : échanges avec les participants sur les défis rencontrés dans leurs propres stratégies de marketing de contenus.

Évaluation et Moyens Techniques

Modalités d'évaluation

Évaluation continue :

- Quiz à la fin de chaque journée pour tester les connaissances sur la théorie et les pratiques du marketing de contenu et des réseaux sociaux.
- Évaluation des compétences pratiques : réalisation de campagnes sur les réseaux sociaux, création de contenu et gestion de communautés, à analyser en groupe.

Évaluation finale :

- Mise en situation réelle : chaque participant devra élaborer une mini-stratégie de marketing de contenus pour un cas pratique ou son propre projet professionnel.
- Remise d'un certificat de formation pour les participants ayant réussi la formation et démontré des compétences pratiques sur la gestion des réseaux sociaux et du marketing de contenu.

Moyens techniques

Matériel :

- Ordinateurs avec logiciels de création de contenu (Canva, Adobe Spark) et d'analyse des performances sur les réseaux sociaux (Google Analytics, outils intégrés des plateformes).
- Connexions internet haut débit pour l'accès aux outils numériques et aux réseaux sociaux pendant les sessions pratiques.

Support pédagogique :

- Présentations interactives (PowerPoint, vidéos, études de cas).
- Documents de formation : guides sur la création de contenu, fiches pratiques pour l'utilisation des outils de gestion des réseaux sociaux.

Contact : formavance221@gmail.com

Référent pédagogique/formateur : Monsieur Benjamin Laroche

Référent handicap : Bogdan BELEVITSKIY

FORMAVANCE | Siège Social : 2 B AVENUE PASTEUR, 94160 SAINT-MANDE | SIREN : 944958990 | Capital Social : 100,00 € | Forme juridique : SAS | Numéro de TVA : FR87944958990 | Inscription au RCS : Paris