KELEN BAUCK



FORMATION

DÉVELOPPER L'ACTIVITÉ COMMERCIALE

par les réseaux sociaux

CERTIFICATION RS7643 · ÉLIGIBLE CPF · 21 HEURES · À DISTANCE

Kelen Bauck Academy · Mis à jour le 10 août 2026

PROGRAMME DE FORMATION DÉTAILLÉ

Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux

1. OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

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

C1 Définir des objectifs commerciaux SMART adaptés à son activité, à sa clientèle cible et aux ressources dont il dispose, afin de construire une stratégie de développement commercial cohérente sur les réseaux sociaux.

C2 Identifier et sélectionner les réseaux sociaux les plus pertinents pour son activité professionnelle en fonction de sa cible, de ses objectifs commerciaux et du type de contenu à diffuser.

C3 Créer, structurer ou optimiser un compte professionnel en respectant les codes de chaque plateforme et en développant une identité visuelle cohérente avec son activité et son positionnement.

C4 Construire une stratégie de contenu et de développement commercial en définissant les thématiques, le rythme de publication, l'organisation des contenus et les outils permettant de suivre les actions mises en place, tout en intégrant les principes d'accessibilité et d'écoresponsabilité.

C5 Créer des contenus rédactionnels, visuels et publicitaires adaptés aux réseaux sociaux, en utilisant notamment des outils d'intelligence artificielle générative pour faciliter la création, améliorer les messages et adapter les contenus à sa clientèle cible.

C6 Concevoir des vidéos promotionnelles courtes et engageantes adaptées aux formats et aux codes des différentes plateformes afin de présenter son activité, ses prestations et son expertise.

C7 Analyser les performances de ses actions sur les réseaux sociaux à partir des principaux indicateurs et d'un tableau de bord, afin d'identifier les contenus et actions les plus performants et d'ajuster progressivement sa stratégie commerciale.

2. PUBLIC VISÉ ET PRÉREQUIS

Public : entrepreneurs individuels et dirigeants de TPE/PME souhaitant acquérir des compétences complémentaires en lien avec le développement de leur activité commerciale par les réseaux sociaux.

Prérequis :

- Disposer de bonnes connaissances des outils numériques et être à l'aise avec l'utilisation d'Internet et des réseaux sociaux.
- Avoir un projet professionnel de développement de son activité commerciale par les réseaux sociaux.
- Disposer d'un ordinateur, d'une tablette ou d'un smartphone ainsi que d'une connexion Internet.
- Afin de vérifier que vous disposez des connaissances nécessaires pour suivre la formation dans les meilleures conditions, un test de positionnement et de validation des prérequis est proposé avant l'entrée en formation.

ORGANISATION

Modalités, évaluation et tarif

3. MODALITÉS DE LA FORMATION

— **21 heures de formation :** 7 heures en visio (Zoom ou Google Meet) réparties pendant la formation + 14 heures de vidéos accessibles sur la plateforme.

— **Parcours individuel avant chaque séance :** capsules vidéo, fiches outils, tutoriels, exercices d'entraînement.

— Un module complémentaire optionnel sur les notions juridiques et éthiques vient enrichir le parcours sans remplacer les compétences obligatoires.

— **Accessibilité :** aménagement possible des modalités pour les candidats en situation de handicap, sur saisine du référent handicap du certificateur.

4. MOYENS ET ÉVALUATION

— **Moyens pédagogiques :** visio sur Google Meet ou Zoom et vidéos sur plateforme.

— **Moyens techniques :** e-book, accès à la plateforme.

— **Évaluation :** le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques…

— Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

CERTIFICATION

La formation prépare à la certification **RS7643 « Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux »** éditée par Alternative Digitale. Le passage de l'examen final est donc obligatoire dans le cadre de toute formation financée au CPF.

L'évaluation finale prend la forme d'un examen en ligne d'une durée de 90 minutes, sous la surveillance vidéo réalisée par le certificateur. L'épreuve comprend une quarantaine de questions ouvertes et fermées portant sur les notions essentielles abordées pendant la formation.

5. TARIF, LIEU ET DURÉE

DURÉE	TARIF	LIEU
21 heures 7 h visio + 14 h vidéos	2 100 € net	À distance visio + plateforme

— **Modalités d'inscription :** inscription avec paiement via lien ou inscription via CPF.

— **Délai d'accès à la formation :** 1 an sur la partie online.

— **Accessibilité aux personnes handicapées :** les personnes atteintes de handicap souhaitant suivre cette formation sont invitées à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivre la formation.

6. CONTACTS

Téléphone : Muriel · 06 51 31 57 77 · Mail : info@kelenbauck.com

6. PROGRAMME DE FORMATION DÉTAILLÉ

Les modules

1 Définir les objectifs commerciaux SMART à atteindre

Compétence référentiel C1 — Finalité : Cadrer efficacement la stratégie de développement commercial de l'entreprise par l'utilisation des réseaux sociaux.

POINTS À DÉVELOPPER

- Analyser son marché et son environnement concurrentiel
- Construire une matrice SWOT simplifiée de son activité (forces, faiblesses, opportunités, menaces)
- Exploiter les études de marché et l'analyse de la concurrence disponibles
- Pré-qualifier et détecter les besoins de ses prospects et de ses clients actuels
- Transposer ses objectifs commerciaux globaux en objectifs réseaux sociaux concrets
- Identifier les éléments créateurs de valeur pour sa cible
- Formuler des objectifs commerciaux SMART (Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes, Temporellement définis)

TRAVAUX PRATIQUES

Cartographie du marché de l'élève (mini-SWOT) puis présentation orale de ses objectifs commerciaux à l'ensemble du groupe.

LIVRABLE / ÉVALUATION ASSOCIÉE

Exercice pratique en ligne (E1) : objectifs commerciaux SMART, caractéristiques-clés de la cible, ressources mobilisables.

2 Comparer les différents réseaux sociaux existants

Compétence référentiel C2 — Finalité : Choisir les plateformes les plus pertinentes au regard des objectifs commerciaux fixés et du public visé.

POINTS À DÉVELOPPER

- Auditer ses habitudes actuelles de prospection et de présence sur les réseaux sociaux
- Identifier ses connaissances, freins et pratiques actuelles avant de se perfectionner
- Comprendre les raisons de prospecter par les réseaux sociaux et leurs fonctions commerciales
- Comparer les caractéristiques et les typologies d'utilisateurs des principales plateformes
- Panorama détaillé par usage : Facebook et LinkedIn (relationnel et professionnel), Instagram / Pinterest / Snapchat / TikTok (communication par l'image), YouTube / Twitch (communication par la vidéo)
- Choisir un réseau social pertinent pour son public cible et savoir justifier ce choix
- Réaliser une analyse concurrentielle : identifier au moins 2 entreprises comparables utilisatrices des réseaux étudiés

EXERCICE

Grille comparative de 3 réseaux minimum appliquée au projet de l'élève, avec choix argumenté à l'oral devant le groupe.

LIVRABLE / ÉVALUATION ASSOCIÉE

Exercice pratique en ligne (E2) : comparaison d'au moins 3 réseaux, choix argumenté, 2 concurrents identifiés.

6. PROGRAMME DE FORMATION DÉTAILLÉ

Les modules

3 Créer ou enrichir un compte entreprise

Compétence référentiel C3 — Finalité : Développer la présence de son organisation sur les plateformes digitales dans le respect de son identité visuelle.

POINTS À DÉVELOPPER

- Connaître les caractéristiques et usages propres à chaque réseau avant toute création de compte
- Facebook : créer un profil ou une page entreprise, se rendre visible, découvrir les bases de la publicité
- LinkedIn : enrichir son profil professionnel, entrer en contact, rechercher et partager du contenu pertinent
- Instagram / Pinterest / Snapchat / TikTok : construire une présence visuelle cohérente et attractive
- YouTube : structurer sa chaîne, sa présentation et l'organisation de son contenu
- Intégrer l'ensemble des informations utiles (contact, horaires, liens) dans le respect de son identité visuelle numérique
- Appliquer les bonnes pratiques de diffusion de l'identité visuelle sur son compte entreprise

RÉFLEXION COLLECTIVE

Échange sur les tendances émergentes des médias sociaux et leur impact potentiel sur le choix et la configuration des comptes entreprise.

LIVRABLE / ÉVALUATION ASSOCIÉE

Exercice pratique en ligne (E3) : création ou enrichissement du compte, procédure décrite, informations utiles et bonnes pratiques d'identité visuelle.

4 Élaborer une stratégie responsable de développement commercial

Compétence référentiel C4 — Finalité : Garantir une diffusion optimale, régulière et accessible des informations souhaitées par l'entreprise.

POINTS À DÉVELOPPER

- Identifier ses cibles et leurs usages avec la méthode des personas
- Appréhender une méthodologie complète pour définir sa stratégie réseaux sociaux
- Positionner son image de marque et ses messages clés
- Définir le déroulement opérationnel de sa présence sur les réseaux (qui fait quoi, quand)
- Sélectionner un outil de suivi des actions commerciales adapté à son organisation
- Construire un calendrier des actions et déterminer un rythme de publication réaliste et justifié
- Intégrer des mesures d'accessibilité pour les publics en situation de handicap et des mesures écoresponsables

ÉTUDE DE CAS

Établir un plan de communication complet à partir de la méthode des personas, appliqué au projet de chaque élève.

LIVRABLE / ÉVALUATION ASSOCIÉE

Exercice pratique en ligne (E4) : outil de suivi sélectionné, rythme de publication justifié, mesures d'accessibilité et écoresponsables.

6. PROGRAMME DE FORMATION DÉTAILLÉ

Les modules

5 Concevoir des contenus rédactionnels, visuels ou publicitaires percutants

Compétence référentiel C5 — Finalité : Animer, informer et fidéliser la communauté cible en s'appuyant sur les outils d'IA générative.

POINTS À DÉVELOPPER

- Les outils du community manager : créer des contenus et des visuels, organiser sa production
- Maîtriser le fond et la forme d'un contenu, savoir raconter une histoire (storytelling)
- Connaître les bonnes pratiques pour améliorer la visibilité de ses publications
- Comprendre l'impact des algorithmes des plateformes et les bases du social advertising
- Valoriser et fidéliser ses ambassadeurs, au-delà du seul cadre des réseaux sociaux
- Structurer un prompt IA générative (contexte, objectif, ton, contraintes, format) pour créer, optimiser ou personnaliser un contenu
- Rédiger des réponses aux commentaires adaptées au contexte, à la cible et à l'image de l'entreprise

EXEMPLE

Pratique d'outils de curation et de storytelling ; bonnes pratiques et règles de prudence sur les réseaux ; optimisation d'une page entreprise à l'aide d'applications tierces.

LIVRABLE / ÉVALUATION ASSOCIÉE

Exercice pratique en ligne (E5) : publications + réponses aux commentaires, démarche et prompt IA générative utilisés.

6 Concevoir des vidéos promotionnelles

Compétence référentiel C6 — Finalité : Animer sa présence digitale avec des vidéos esthétiques et originales adaptées aux réseaux visés.

POINTS À DÉVELOPPER

- Connaître les différents environnements de tournage et de diffusion (Apple et Android, formats propres à chaque plateforme)
- Définir les objectifs et la cible de sa vidéo promotionnelle
- Définir le cadre de captation, sélectionner les intervenants et préparer les moyens techniques nécessaires
- Connaître les principales techniques pour réaliser de bonnes images avec son smartphone
- Maîtriser les cadrages, les valeurs de plan et les mouvements de caméra de base
- Découvrir des logiciels de montage accessibles (type CapCut, iMovie) : import/export, montage, modification de la timeline
- Ajouter des effets différenciants pour renforcer l'originalité du message

MISE EN SITUATION

Réalisation de plusieurs captations vidéo en conditions réelles : captation, cadrage, prise de son, puis montage court.

LIVRABLE / ÉVALUATION ASSOCIÉE

Exercice pratique en ligne (E6) : vidéo conçue et adaptée au réseau cible, démarche et facteurs de réussite explicités.

6. PROGRAMME DE FORMATION DÉTAILLÉ

Les modules

7 Exploiter les indicateurs de performance de la mise en œuvre

Compétence référentiel C7 — Finalité : S'inscrire dans une démarche d'amélioration continue de sa stratégie réseaux sociaux.

POINTS À DÉVELOPPER

- Contrôler et suivre ses actions de communication dans la durée
- Mettre en place des outils d'évaluation adaptés à son organisation
- Comprendre les bases de la publicité en ligne et du budget nécessaire à une campagne efficace
- Construire un tableau de bord personnalisé intégrant des indicateurs-clés alignés sur sa stratégie
- Évaluer et mesurer ses résultats à intervalles réguliers
- Adapter son plan d'action aux résultats observés et aux aléas conjoncturels du marché

EXERCICE

Check-list des actions de suivi à mettre en place, puis présentation orale d'un plan d'ajustement argumenté.

LIVRABLE / ÉVALUATION ASSOCIÉE

Exercice pratique en ligne (E7) : tableau de bord, au moins 4 indicateurs-clés, proposition d'ajustement justifiée.