Communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir sa TPE

Programme détaillé • Formation à distance • Certification de référence RS7200 • Certificateur CréActifs

Ce parcours accompagne les créateurs, dirigeants et collaborateurs de TPE dans la construction d'une communication professionnelle sur les réseaux sociaux. Il relie les choix de plateformes, la création de contenus et le suivi des résultats aux moyens et aux objectifs de l'entreprise.

Les informations essentielles

- Durée totale : 35 heures, dont 27 heures de modules e-learning et 8 heures d'accompagnement en visioconférence.
- Tarif : 1 500 € net de taxe par participant, frais de certification inclus. Formation exonérée de TVA.
- Organisation : parcours à distance, avec calendrier individualisé précisé avant engagement.
- Accès : premier échange sous 48 heures ; démarrage sous 15 jours après validation du dossier et du financement, sous réserve des délais légaux applicables.

Public et prérequis

Créateurs ou dirigeants de TPE, ainsi que leurs collaborateurs directs chargés de la communication, ayant un projet de promotion de leur activité sur les réseaux sociaux.

Prérequis : maîtrise de la bureautique, du traitement de texte et d'images, de la navigation Internet et du tableur ; aisance rédactionnelle et avec les données chiffrées. Disposer d'un ordinateur PC ou Mac et d'une connexion Internet haut débit.

Ce que vous apprendrez à faire

- Construire une stratégie réaliste et sélectionner les réseaux adaptés à vos clients.
- Configurer une présence professionnelle cohérente avec l'identité de la TPE.
- Organiser les publications et créer des contenus accessibles avec l'IA générative et les outils graphiques.
- Animer la communauté, protéger la réputation et préparer des actions publicitaires.
- Interpréter les résultats pour améliorer les actions de communication.

Les exercices sont des activités d'apprentissage prévues, et non des preuves d'une formation déjà réalisée. Aucun achat publicitaire ni publication réelle n'est imposé par le parcours.

Organisation et progression pédagogique

Avant la formation

L'entretien de positionnement permet de préciser l'activité de la TPE, les publics visés, les réseaux déjà utilisés, les difficultés rencontrées et les objectifs du participant. Il sert également à vérifier les prérequis et à identifier les besoins d'adaptation.

Le calendrier, les conditions d'accès aux ressources, l'organisation des rendez-vous et les interlocuteurs sont précisés avant le démarrage. L'ouverture effective de session et les conditions de présentation à la certification sont confirmées avant engagement.

27 heures de travail en e learning

Les ressources et exercices suivent les sept modules présentés dans ce programme. Le participant étudie les notions, observe des exemples et prépare les applications à son projet. La progression va de l'analyse des usages à la présentation d'un plan de communication argumenté.

8 heures d'accompagnement en visioconférence

Les échanges en direct permettent d'expliquer les choix, de recevoir un retour sur les exercices et d'ajuster le projet. Ils portent notamment sur la cohérence stratégique, les contenus, l'organisation éditoriale, les scénarios de modération et la préparation de la présentation orale.

La répartition des heures entre les sept modules n'est pas forfaitisée dans ce document. Elle est organisée dans le calendrier individuel, à l'intérieur des volumes globaux de 27 heures et de 8 heures. Aucune durée d'examen supplémentaire n'est annoncée sans confirmation des modalités du certificateur.

Méthodes et ressources

- Apports méthodologiques, analyse de cas de TPE et comparaison de pratiques de communication.
- Démonstrations de fonctionnalités utiles à la gestion d'une page et aux contenus.
- Exercices guidés, production de brouillons et retours argumentés sur les choix.
- Utilisation de l'IA générative et d'outils graphiques avec contrôle humain des résultats.
- Préparation progressive du projet de communication et entraînement à son explication.

Un fil conducteur professionnel

Le participant travaille sur le projet de sa TPE lorsque cela est pertinent. Les exemples et simulations permettent d'apprendre sans exposer des informations confidentielles ni engager de dépenses. Les activités pédagogiques restent distinctes des productions et décisions attendues pour la certification.

Vérification des acquis

Les évaluations formatives reposent sur les exercices, l'explication des décisions et les corrections apportées. Elles permettent de repérer les points à renforcer avant l'évaluation certificative ; elles ne valent ni attribution de la certification ni garantie de réussite.

Comprendre les réseaux et construire sa stratégie

Module 1 Réseaux usages et publics

Objectif pédagogique : Distinguer les usages des réseaux et repérer ceux qui peuvent servir le projet de communication.

- Identifier les attentes des publics : information, preuve de savoir-faire, découverte d'une offre, échange ou prise de contact.
- Comparer les logiques de visibilité, les formats et les possibilités d'interaction sans choisir un réseau uniquement pour sa popularité.
- Observer les pratiques de concurrents et d'acteurs comparables ; distinguer une bonne idée transférable d'une pratique inadaptée à la TPE.

Mise en pratique : Comparer des présences professionnelles et relever les publics, les formats utilisés et les occasions de prise de contact. Formuler des hypothèses sur les réseaux à approfondir.

Évaluation formative : Expliquer l'intérêt et les limites des réseaux étudiés au regard de l'activité ; étayer les observations par des exemples.

Module 2 Stratégie

Objectif pédagogique : Construire un plan de communication compatible avec les objectifs et les ressources de l'entreprise.

- Décrire le contexte, l'offre, les clients recherchés et les messages prioritaires.
- Traduire un objectif commercial en objectifs de communication observables et choisir des indicateurs utiles.
- Arbitrer les plateformes, le temps disponible, les moyens humains et le budget ; fixer des priorités plutôt que multiplier les canaux.
- Prévoir les étapes du plan d'action et les moments de révision de la stratégie.

Mise en pratique : Rédiger une note de cadrage de la communication : public, objectifs, plateformes retenues, contraintes et premières actions. Argumenter ce qui est retenu et ce qui est écarté.

Évaluation formative : Vérifier la cohérence entre cible, réseau, objectifs et moyens. Repérer les engagements irréalistes et proposer un ajustement.

Repères de progression

À l'issue de cette étape, le participant doit pouvoir expliquer à qui il souhaite s'adresser, pourquoi il privilégie certains réseaux et comment il évaluera l'utilité de ses actions. Le choix des outils intervient après cette clarification, et non à sa place.

Installer sa présence et préparer les contenus

Module 3 Présence professionnelle

Objectif pédagogique : Structurer une page professionnelle lisible, identifiable et adaptée à la plateforme.

- Organiser le nom, la présentation de l'activité, les informations pratiques et les éléments d'identité visuelle.
- Examiner les paramètres utiles : gestion des accès, messagerie, publications et consultation des statistiques.
- Adapter les éléments de présentation aux formats du réseau et vérifier le parcours d'un visiteur jusqu'à la prise de contact.

Mise en pratique : Préparer ou améliorer la présentation d'une page et expliquer les paramètres sélectionnés. Contrôler la cohérence des informations, des visuels et de l'objectif de contact.

Évaluation formative : Évaluer la clarté de la présentation, la cohérence visuelle et la justification des fonctionnalités retenues.

Module 4 Ligne éditoriale et calendrier

Objectif pédagogique : Organiser une production régulière de contenus pertinents et accessibles.

- Définir les sujets, le ton, les formats et les rythmes de publication en fonction des moyens de la TPE.
- Construire un calendrier qui articule information, démonstration de savoir-faire et présentation de l'offre.
- Rédiger des consignes pour l'IA générative ; comparer et corriger les propositions plutôt que les publier sans contrôle.
- Associer texte et visuel avec un outil graphique ; examiner lisibilité, sous-titrage et descriptions alternatives selon le format.
- Vérifier exactitude, droits d'usage et absence d'informations confidentielles avant toute utilisation.

Mise en pratique : Préparer un calendrier éditorial et un brouillon de publication. Conserver les consignes utilisées avec l'IA, expliquer les corrections et adapter le contenu à un besoin d'accessibilité.

Évaluation formative : Apprécier le réalisme du calendrier, l'adéquation au public, la cohérence texte-visuel et les adaptations d'accessibilité. Vérifier que le participant garde la maîtrise du contenu.

Repères de progression

Une présence cohérente ne dépend pas seulement du nombre de publications. La qualité de l'information, la régularité soutenable et la facilité de compréhension guident les choix pédagogiques de cette étape.

Animer mesurer et préparer la publicité

Module 5 Animation et mesure

Objectif pédagogique : Entretenir la relation avec les publics et utiliser les résultats pour améliorer la communication.

- Organiser la réponse aux commentaires, messages et avis en conservant un ton professionnel.
- Distinguer une demande légitime, une critique et une situation pouvant évoluer en crise d'image ; préparer les réponses adaptées.
- Examiner la pertinence d'un influenceur au regard du public, de l'activité et des objectifs de la TPE.
- Lire les indicateurs disponibles et distinguer exposition, interaction et prise de contact ; comparer les résultats aux objectifs.
- Choisir une correction concrète : sujet, format, rythme, ciblage ou parcours de contact.

Mise en pratique : Traiter un scénario de commentaire négatif et préparer une réponse. Analyser un exemple de résultats de publications et proposer une amélioration argumentée.

Évaluation formative : Apprécier la qualité de la réponse, la protection de la réputation et la pertinence des conclusions tirées des données.

Module 6 Actions publicitaires

Objectif pédagogique : Préparer une action publicitaire cohérente sans engager de dépense obligatoire.

- Distinguer visibilité organique et diffusion payante ; déterminer l'intérêt d'une campagne au regard de l'objectif.
- Décrire le public, le message, le format, la période et l'enveloppe envisagée.
- Préparer le paramétrage dans les outils disponibles ou dans une simulation pédagogique adaptée.
- Définir les indicateurs de suivi et les conditions conduisant à modifier, suspendre ou poursuivre une action.

Mise en pratique : Construire un scénario publicitaire argumenté et expliquer les paramètres retenus. Identifier les points à vérifier avant une éventuelle mise en ligne.

Évaluation formative : Vérifier l'alignement entre objectif, cible, message et budget. Expliquer les ajustements possibles sans confondre simulation et campagne réalisée.

Repères de progression

La lecture des résultats doit conduire à une décision compréhensible, et non à une simple liste de chiffres. Les exercices de publicité et de réputation permettent de tester cette capacité dans un cadre pédagogique, sans promettre un résultat commercial.

Projet certification et informations pratiques

Module 7 Projet de communication

Objectif pédagogique : Présenter un projet cohérent et justifier ses décisions.

- Relier diagnostic, stratégie, présence professionnelle, calendrier, contenus et suivi des résultats.
- Organiser le rapport et le support de présentation ; distinguer faits, simulations et hypothèses.
- S'entraîner à exposer les choix et à répondre à des questions sur les limites du projet.

Mise en pratique : Présenter le projet, recueillir un retour pédagogique et identifier les points à consolider avant l'épreuve.

Évaluation formative : Évaluer la cohérence d'ensemble et la capacité à expliquer les arbitrages ; cette préparation ne remplace pas l'évaluation certificative.

Évaluation certificative de référence

La certification prévoit un rapport relatif à la stratégie de communication et éditoriale d'une TPE, puis une soutenance orale avec questionnement. Le référentiel demande de justifier les réseaux choisis, la page professionnelle, le planning, un post prêt à publier, ainsi que la publicité et le traitement d'un commentaire négatif. Un diaporama appuie l'oral. Les productions sont transmises au jury avant la session. Un cas théorique est prévu lorsque certaines compétences ne s'appliquent pas au projet.

Le règlement et les consignes du certificateur déterminent les modalités opérationnelles : calendrier, transmission des productions et organisation de l'épreuve. Ce programme n'ajoute ni durée d'oral, ni quota de pages, ni seuil de réussite non confirmé.

Certification et conditions de présentation

RS7200 est une certification du Répertoire spécifique portée par CréActifs, enregistrée le 25 juin 2025 jusqu'au 25 juin 2028. Elle ne confère pas un niveau RNCP. La référence à cette fiche ne constitue pas, à elle seule, une preuve d'habilitation de GOW ni d'ouverture de session. Les conditions propres au parcours sont confirmées avant engagement.

Accessibilité financement et contacts

Besoins d'aménagement : admin@gow.business. Signalez vos besoins avant l'inscription pour étudier les adaptations du parcours et, si nécessaire, celles de l'évaluation avec le certificateur. Informations et orientation : hello@gow.business • https://gow.business

Les possibilités de financement sont étudiées selon la situation du participant et les conditions des financeurs ; aucune prise en charge n'est garantie. Aucun taux GOW de satisfaction ou de réussite n'est publié dans ce programme en l'absence de résultats consolidés.

Sources et version

Version pédagogique détaillée du 30 octobre 2026. Offre GOW : https://gow.business/formations/reseaux-sociaux • Référence officielle et référentiel téléchargeable : https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/7200/ (consultés le 30 octobre 2026). Les activités détaillées explicitent le programme GOW ; elles ne constituent pas un nouveau règlement de certification.