



PROGRAMME DE FORMATION (35 HEURES) :
DEVELOPPER L'ACTIVITE COMMERCIALE PAR LES RESEAUX SOCIAUX
CERTIFICATION RS6372

DURÉE : 5 JOURS

PUBLIC VISÉ ET PRÉREQUIS

Public :

La certification s'adresse aux dirigeants de TPE/PME indépendants et leurs collaborateurs en charge de leur communication marketing devant acquérir des compétences complémentaires en lien avec le développement de l'activité commerciale par les réseaux sociaux...

Prérequis :

- ❖ Le candidat devra présenter des connaissances en numérique.
- ❖ Afin de vérifier son niveau de connaissance un test sera réalisé lors de son inscription.
- ❖ Sa candidature sera validée dès obtention de 500 points au test de connaissances.

Autre prérequis :

- ❖ Avoir un projet de développement de son activité commerciale par les réseaux sociaux afin de rendre opérationnelles les compétences acquises.

OBJECTIFS ET CONTEXTE DE LA CERTIFICATION

Internet est un réseau global sur lequel naviguent tous les utilisateurs de la planète et parmi ces derniers, de très nombreux sont en fait des clients potentiels pour les entreprises. Afin de pouvoir capter leur attention, à l'heure actuelle, une entreprise ne peut se contenter de créer un site sur lequel elle exposera le catalogue de ses produits ou services.

La communication pourra se faire via notamment des contenus digitaux : podcast, vidéos, publicités... les possibilités ne manquent pas. Toutefois, ces contenus devront présenter des qualités, et ne pas se contenter d'occuper un espace et ne rien dire. La qualité des contenus est importante car c'est sur ce point que les clients éventuels porteront un jugement sur l'entreprise et ses produits ou services.

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

- ✓ Définir une stratégie Sociale Media pour une activité commerciale
- ✓ Construire votre plan de présence sur les réseaux sociaux
- ✓ Organiser votre ligne éditoriale et votre planning
- ✓ Produire du contenu textuel, graphique ou vidéo
- ✓ Analyser l'efficacité de votre stratégie Social Media par rapport à vos objectifs commerciaux

ZAL FORMATION

58 rue de Monceau, 75008 Paris

N° SIRET : 94034713100010

N° NDA : 11757323475

Contact :

☎ +33 (0)6 61 49 38 11

✉ contact.zalformation@gmail.com



DURÉE ET MODALITÉS D'ORGANISATION

Délais d'accès : 2 semaines **Tarif :** 2400 euros TTC (2000 euros HT + 400 de TVA 20%)

Durée : 35H

Horaire : 9h00 - 17h00

Lieu : 4 avenue Laurent Cély 92600 ASNIERES SUR SEINE

Accessibilité : Formation accessible aux personnes à mobilité réduite.

-Vous êtes en situation de handicap et vous souhaitez participer à notre formation, nous mettons tout en œuvre pour vous apporter une solution adaptée.

Nous contacter :

Contact.zalformation@gmail.com

Taille des groupes : 10 stagiaires maximum

Modalités : *En présentiel*, Cycle de formation répartis sur **5 jours**

Inscription par mail : Contact.zalformation@gmail.com

CONTENUS DE LA FORMATION ET COMPETENCES VISEES

- ❖ Déployer la stratégie de développement de l'activité commerciale de l'entreprise par l'utilisation des réseaux sociaux
- ❖ Choisir le(s) réseau(x) social (aux) le(s) plus pertinent(s) en adéquation avec les objectifs commerciaux fixés, dans le but de développer les ventes et/ou d'acquérir de nouveaux clients
- ❖ Créer un compte entreprise sur les différents réseaux sociaux
- ❖ Définir un rythme de publication sur les réseaux sociaux 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 réseaux sociaux afin d'animer, d'informer et de fidéliser la communauté cible
- ❖ Concevoir des vidéos promotionnelles de son activité commerciale, adaptées aux réseaux sociaux
- ❖ Exploiter les indicateurs pour mesurer les performances et évaluer l'efficacité du social selling

ZAL FORMATION

58 rue de Monceau, 75008 Paris

N° SIRET : 94034713100010

N° NDA : 11757323475

Contact :

☎ +33 (0)6 61 49 38 11

✉ contact.zalformation@gmail.com



MOYENS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Outils et supports

- ✓ La trame des cours est projetée grâce à un vidéoprojecteur
- ✓ Des supports de cours sont fournis aux stagiaires
- ✓ Wifi disponible
- ✓ Les stagiaires devront apporter leur propre ordinateur portable

Méthodes pédagogiques

Le formateur alternera les exposés, les moodboards, les études de cas, la mise en situation réelle et les exercices d'application en lien avec les projets des stagiaires. Cela favorisera la mise en place d'une pédagogie personnalisée en réponse aux problématiques individuelles d'apprentissage.

MODALITÉS D'ÉVALUATION /SANCTION DE LA FORMATION

Au début et au terme de chaque session, un tour de table sera effectué afin d'évaluer le niveau d'acquisition des connaissances par les stagiaires. En outre, les stagiaires seront soumis à une évaluation finale au terme de la formation.

-A l'issue de la formation, une **Attestation de suivi de formation** sera remise aux stagiaires par le centre de formation.

Certification :

La certification **développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux** est **enregistrée** au Répertoire Spécifique de France Compétences et sur le numéro [RS6372](#) par [Alternative Digitale](#) en date du 19-07-2023

Lien direct certificateur : [Alternative Digitale](#)

Lien direct France Compétences : [RS6372](#)

Modalité d'obtention :

- Examen écrit se déroulant à distance. Une partie QCM et une partie épreuve écrite comprenant chacune environ 25 questions (soit un total d'environ 50 questions)
- Durée: 90 minutes sous surveillance et sécurisation de l'ordinateur du candidat via une extension Google Chrome
- L'apprenant doit disposer d'un ordinateur, d'une webcam et d'une connexion internet stable
- Les résultats sont transmis à l'apprenant la semaine suivant le passage de la certification par un jury qui se réunit chaque vendredi

ZAL FORMATION

58 rue de Monceau, 75008 Paris

N° SIRET : 94034713100010

N° NDA : 11757323475

Contact :

☎ +33 (0)6 61 49 38 11

✉ contact.zalformation@gmail.com



PLAN DE LA FORMATION

PLAN DE LA FORMATION

JOUR 1 - La définition de sa stratégie commerciale (7h)

Les objectifs stratégiques de son activité commerciale

- ❖ La notion d'objectifs SMART
- ❖ L'acquisition de prospects
- ❖ La visibilité et notoriété de la marque
- ❖ La conversion en vente
- ❖ La fidélisation et réassurance La définition du parcours d'achat
- ❖ Les nouveaux usages du consommateur (B2B/B2C)
- ❖ Les différents points de contact avec le client
- ❖ Le tunnel de conversion
- ❖ Les moyens déployés de l'entreprise pour ce parcours La définition de ses cibles
- ❖ L'importance de la segmentation des cibles
- ❖ Les critères de segmentation (B2B/B2C)
- ❖ Age
- ❖ Critères géographiques
- ❖ Secteurs d'activités
- ❖ Métiers ou postes occupés
- ❖ Revenus
- ❖ Création de buyer personas
- ❖ Eléments d'un buyer personas
- ❖ Modèles et exemples

Travaux pratiques

- ❖ Création d'un parcours clients / ressources d'entreprises type lié à l'entreprise du stagiaire sous forme heuristique ou Mind Mapping
- ❖ Création d'un panel de buyer personas des clients principaux ou secondaires du stagiaire, pour pouvoir être réutilisé lors des autres jours de formation

ZAL FORMATION

58 rue de Monceau, 75008 Paris

N° SIRET : 94034713100010

N° NDA : 11757323475

Contact :

☎ +33 (0)6 61 49 38 11

✉ contact.zalformation@gmail.com



JOUR 2 - Les différents réseaux sociaux à visée commerciale (7h)

- ❖ Facebook
- ❖ *Cartographie et typologie des utilisateurs*

Fonctionnalités :

- ❖ *Les types de publications disponibles Instagram*
- ❖ *Cartographie et typologie des utilisateurs*

Fonctionnalités :

- ❖ *Les types de publications disponibles*
- ❖ LinkedIn
- ❖ *Cartographie et typologie des utilisateurs*

Fonctionnalités :

- ❖ *Les types de publications disponibles X (ex Twitter)*
- ❖ *Cartographie et typologie des utilisateurs*

Fonctionnalités :

- ❖ *Les types de publications disponibles Snapchat*
- ❖ *Cartographie et typologie des utilisateurs*

Fonctionnalités :

- ❖ *Les types de publications disponibles YouTube*
- ❖ *Cartographie et typologie des utilisateurs*

Fonctionnalités :

- ❖ *Les types de publications disponibles TikTok*
- ❖ Meta
- ❖ LinkedIn
- ❖ Google Ads
- ❖ X (ex Twitter)

❖ **Travaux pratiques**

- ❖ Réalisation d'un audit de la présence Social Media de l'entreprise du stagiaire et des optimisations possibles pour mieux correspondre aux cibles précédemment listées

JOUR 3 - La stratégie éditoriale (7H)

- ❖ **La notion de POEM (Paid, Owned and Earned Media) ou PESO (Paid Earned Shared Owned)**
- ❖ Les choix des sujets
- ❖ La concordance avec les cibles
- ❖ Les sources de sujets
- ❖ Veille
- ❖ Outils de veille La charte éditoriale
- ❖ Eléments constitutifs
- ❖ Les destinataires dans l'entreprise Le planning éditorial
- ❖ La gestion des ressources mobilisables
- ❖ La définition du rythme des publications
- ❖ Jours selon les réseaux sociaux choisis L'implication des salariés à la démarche
- ❖ Intérêts (employee advocacy)
- ❖ Commerciaux vs le reste des salariés
- ❖ La rédaction de "Social Media guidelines"
- ❖ La création de ses comptes
- ❖ La charte graphique

ZAL FORMATION

58 rue de Monceau, 75008 Paris

N° SIRET : 94034713100010

N° NDA : 11757323475

Contact :

☎ +33 (0)6 61 49 38 11

✉ contact.zalformation@gmail.com



- ❖ Les contenus des profils pertinents

Travaux pratiques

- ❖ Rédaction d'une charte éditoriale
- ❖ Préparation d'un planning éditorial
- ❖ Préparation d'une veille sectorielle et concurrentielle
- ❖ Préparation d'un process de déploiement employee advocacy
- ❖ Optimisation de profils d'entreprise existants

JOUR 4 - La rédaction des contenus (7h)

- ❖ **Les contenus textuels (selon le choix des réseaux sociaux)**

- ❖ Le ton
- ❖ La longueur
- ❖ L'incitation à l'interaction Les contenus "rich media"
- ❖ Les créations graphiques
- ❖ Les créations graphiques engageantes
- ❖ Les types de créations
- ❖ Exemples
- ❖ Les outils de production
- ❖ La création vidéo
- ❖ Les storyboards
- ❖ Les formats
- ❖ Le matériel
- ❖ Le montage
- ❖ Les outils de montage (Web / ordinateur)

Travaux pratiques

- ❖ Création d'éléments graphiques illustrant des posts
- ❖ Préparation d'un storyboard
- ❖ Rédaction de post en rapport avec la ligne éditoriale définie précédemment

JOUR 5 - La mesure de l'efficacité commerciale (7h)

- ❖ **La notion d'engagement**

- ❖ L'importance dans les algorithmes
- ❖ Le double effet de l'engagement Les KPI
- ❖ Leur détermination sur tout le parcours d'achats
- ❖ Les KPI des réseaux en fonction de ses objectifs (liste, définition et explications)
- ❖ La liaison avec l'ensemble de son écosystème digital
- ❖ La liaison avec le site Internet
- ❖ La liaison avec le parcours client

Travaux pratiques

- ❖ Création d'un tableau de bord de suivi
- ❖ Création d'un listing des KPI pertinents pour l'entreprise du stagiaire
- ❖ Réalisation d'un travail sur les outils de suivi des KPI

ZAL FORMATION

58 rue de Monceau, 75008 Paris

N° SIRET : 94034713100010

N° NDA : 11757323475

Contact :

☎ +33 (0)6 61 49 38 11

✉ contact.zalformation@gmail.com



QUALITÉ DES FORMATEURS

Formateur principal : Fred Armand Thomas

Fred Armand Thomas, dirigeant de ZAL FORMATION, est un formateur professionnel et consultant en développement commercial et digital, fort de plus de 8 ans d'expérience dans le commerce, le management opérationnel et la formation.

Spécialisé dans la vente, la relation client et le social selling, il accompagne les professionnels, entrepreneurs et salariés dans le développement de leur activité à travers les réseaux sociaux et l'utilisation de techniques de vente innovantes, adaptées aux évolutions du marché.

Référent Handicap : Fred Armand Thomas

Référent handicap de ZAL FORMATION, il veille à l'accessibilité pédagogique et à l'adaptation des modalités de formation pour toute personne en situation de handicap.

APRÈS LA FORMATION

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de développer efficacement son activité commerciale grâce aux réseaux sociaux et à la création de contenus digitaux pertinents.

Il saura structurer sa présence en ligne, capter l'attention de sa cible et convertir ses prospects en clients à travers une stratégie digitale cohérente et adaptée à son marché.

Les compétences acquises permettront aux apprenants de renforcer leur visibilité professionnelle, d'optimiser leur communication digitale et de déployer des actions commerciales performantes sur les principales plateformes sociales (LinkedIn, Instagram, Facebook, etc.).

Exemples de débouchés (liste non exhaustive) :

- ❖ Community manager / Social media manager
- ❖ Chargé(e) de communication digitale ou marketing digital
- ❖ Développeur(se) commercial(e) BtoB / BtoC
- ❖ Entrepreneur / auto-entrepreneur souhaitant développer sa clientèle en ligne
- ❖ Consultant(e) en communication et stratégie digitale
- ❖ Responsable de la prospection commerciale multicanal

ZAL FORMATION

58 rue de Monceau, 75008 Paris

N° SIRET : 94034713100010

N° NDA : 11757323475

Contact :

+33 (0)670243702

✉ contact.zalformation@gmail.com

STATISTIQUES DE PERFORMANCES

Les statistiques seront disponibles en décembre 2025.

- Taux de satisfaction stagiaire
- Taux d'abandon
- Taux de réussite

Programme V1, MAJ LE 24/10/2025

ZAL FORMATION

58 rue de Monceau, 75008 Paris

N° SIRET : 94034713100010

N° NDA : 11757323475

Contact :

☎ +33 (0)6 61 49 38 11

✉ contact.zalformation@gmail.com