

Déroulé pédagogique

Développer son activité professionnelle grâce au marketing de contenus et aux réseaux sociaux



Durée totale : 21 heures

JOUR 1

Module	Durée	Objectifs pédagogiques	Méthodes mobilisées	Modalités d'évaluation
Analyse du marché & positionnement stratégique	2 heures Matin	<ul style="list-style-type: none"> - Analyser le marché et la concurrence - Identifier les besoins clients et définir des personas - Définir un positionnement différenciant pour son activité 	<ul style="list-style-type: none"> - Apports théoriques (SWOT, PESTEL, benchmark) - Études de cas - Travaux pratiques appliqués au projet du participant - Accompagnement individuel 	<ul style="list-style-type: none"> - Analyse écrite du marché et de la concurrence - Présentation du positionnement dans le cas pratique final - Évaluation via la grille RS6702
Pause : 10 minutes				
Analyse du marché & positionnement stratégique	1 heure Matin	<ul style="list-style-type: none"> - Analyser le marché et la concurrence - Identifier les besoins clients et définir des personas - Définir un positionnement différenciant pour son activité 	<ul style="list-style-type: none"> - Apports théoriques (SWOT, PESTEL, benchmark) - Études de cas - Travaux pratiques appliqués au projet du participant - Accompagnement individuel 	<ul style="list-style-type: none"> - Analyse écrite du marché et de la concurrence - Présentation du positionnement dans le cas pratique final - Évaluation via la grille RS6702
Repas : 1 heure				
Image de marque & identité visuelle	2 heures Après-midi	<ul style="list-style-type: none"> - Construire une image de marque cohérente et différenciante - Définir un univers visuel adapté aux canaux digitaux 	<ul style="list-style-type: none"> - Apports méthodologiques - Ateliers créatifs - Utilisation d'outils de création graphique (Canva) 	<ul style="list-style-type: none"> - Définition de l'identité visuelle et des messages de marque - Intégration de ces éléments dans le dossier final de certification
Pause : 10 minutes				
Stratégie de communication digitale & ligne éditoriale	2 heures Après-midi	<ul style="list-style-type: none"> - Élaborer une stratégie de communication digitale pertinente - Définir une ligne éditoriale cohérente avec la cible 	<ul style="list-style-type: none"> - Apports théoriques - Études de cas réels - Construction guidée de la stratégie du participant 	<ul style="list-style-type: none"> - Ligne éditoriale formalisée - Choix argumenté des canaux et formats - Évaluation dans le cas pratique présenté au jury
FIN DE LA JOURNÉE DE FORMATION				

Déroulé pédagogique

Développer son activité professionnelle grâce au marketing de contenus et aux réseaux sociaux



JOUR 2

Module	Durée	Objectifs pédagogiques	Méthodes mobilisées	Modalités d'évaluation
Stratégie de communication digitale & ligne éditoriale	1 heure Matin	<ul style="list-style-type: none"> -Élaborer une stratégie de communication digitale pertinente - Définir une ligne éditoriale cohérente avec la cible 	<ul style="list-style-type: none"> -Apports théoriques - Études de cas réels - Construction guidée de la stratégie du participant 	<ul style="list-style-type: none"> - Ligne éditoriale formalisée - Choix argumenté des canaux et formats - Évaluation dans le cas pratique présenté au jury
Pause : 10 minutes				
Création de contenus & outils digitaux (dont IA)	2 heures Matin	<ul style="list-style-type: none"> - Produire des contenus engageants sous différents formats - Utiliser des outils de création et d'intelligence artificielle - Intégrer les règles d'accessibilité et d'éthique 	<ul style="list-style-type: none"> - Démonstrations d'outils - Ateliers pratiques de création - Travaux dirigés avec accompagnement formateur 	<ul style="list-style-type: none"> - Production de contenus (visuels, vidéos, textes) - Analyse de la cohérence des contenus avec la stratégie définie - Validation dans le cas pratique RS6702
Repas : 1 heure				
Création de contenus & outils digitaux (dont IA)	2 heures Après-midi	<ul style="list-style-type: none"> - Produire des contenus engageants sous différents formats - Utiliser des outils de création et d'intelligence artificielle - Intégrer les règles d'accessibilité et d'éthique 	<ul style="list-style-type: none"> - Démonstrations d'outils - Ateliers pratiques de création - Travaux dirigés avec accompagnement formateur 	<ul style="list-style-type: none"> - Production de contenus (visuels, vidéos, textes) - Analyse de la cohérence des contenus avec la stratégie définie - Validation dans le cas pratique RS6702
Pause : 10 minutes				
Algorithmes, référencement & visibilité	2 heures Après-midi	<ul style="list-style-type: none"> - Comprendre le fonctionnement des algorithmes - Optimiser la visibilité des contenus (hashtags, SEO social) 	<ul style="list-style-type: none"> - Apports théoriques - Cas pratiques sur les comptes des participants - Optimisation guidée des profils et contenus 	<ul style="list-style-type: none"> - Mise en œuvre d'outils de référencement - Argumentation des choix dans le dossier final
FIN DE LA JOURNÉE DE FORMATION				

Déroulé pédagogique

Développer son activité professionnelle grâce au marketing de contenus et aux réseaux sociaux



JOUR 3

Module	Durée	Objectifs pédagogiques	Méthodes mobilisées	Modalités d'évaluation
Stratégie de croissance & diffusion des contenus	2 heures Matin	<ul style="list-style-type: none"> - Développer une communauté qualifiée - Structurer un processus de production et de diffusion 	<ul style="list-style-type: none"> - Apports méthodologiques - Exercices pratiques - Construction d'un plan de croissance personnalisé 	<ul style="list-style-type: none"> - Présentation du plan de croissance - Analyse de la cohérence avec les objectifs professionnels
Pause : 10 minutes				
Mesure de performance & indicateurs KPI	1 heure Matin	<ul style="list-style-type: none"> - Analyser les performances des actions menées - Ajuster la stratégie à partir des KPI 	<ul style="list-style-type: none"> - Démonstrations d'outils d'analyse - Études de statistiques réelles - Analyse collective et individuelle 	<ul style="list-style-type: none"> - Identification des KPI pertinents - Analyse des résultats dans le cas pratique final
Repas : 1 heure				
Mesure de performance & indicateurs KPI	1 heure Après-midi	<ul style="list-style-type: none"> - Analyser les performances des actions menées - Ajuster la stratégie à partir des KPI 	<ul style="list-style-type: none"> - Démonstrations d'outils d'analyse - Études de statistiques réelles - Analyse collective et individuelle 	<ul style="list-style-type: none"> - Identification des KPI pertinents - Analyse des résultats dans le cas pratique final
Acquisition, conversion & marketing d'influence	1 heure 30 Après-midi	<ul style="list-style-type: none"> - Transformer une audience en prospects qualifiés - Mettre en place un tunnel de vente complet - Concevoir des campagnes d'influence et de publicité 	<ul style="list-style-type: none"> - Études de cas - Construction guidée d'un tunnel de conversion - Ateliers de stratégie d'acquisition et d'influence 	<ul style="list-style-type: none"> - Présentation de la stratégie d'acquisition - Mise en place d'un entonnoir de vente - Évaluation finale lors de la soutenance orale devant jury
Pause : 10 minutes				
Acquisition, conversion & marketing d'influence	1 heure 30 Après-midi	<ul style="list-style-type: none"> - Transformer une audience en prospects qualifiés - Mettre en place un tunnel de vente complet - Concevoir des campagnes d'influence et de publicité 	<ul style="list-style-type: none"> - Études de cas - Construction guidée d'un tunnel de conversion - Ateliers de stratégie d'acquisition et d'influence 	<ul style="list-style-type: none"> - Présentation de la stratégie d'acquisition - Mise en place d'un entonnoir de vente - Évaluation finale lors de la soutenance orale devant jury
FIN DE LA JOURNÉE DE FORMATION				