



Durée totale : 21 heures

**JOUR 1**

# Déroulé pédagogique

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

## Objectifs pédagogiques

## Méthodes mobilisées

## Modalités d'évaluation

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

**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	-Élaborer une stratégie de communication digitale pertinente - Définir une ligne éditoriale cohérente avec la cible	-Apports théoriques - Études de cas réels - Construction guidée de la stratégie du participant	- Ligne éditoriale formalisée - Choix argumenté des canaux et formats - Évaluation dans le cas pratique présenté au jury
<b>Pause : 10 minutes</b>				
Création de contenus & outils digitaux (dont IA)	2 heures Matin	- Produire des contenus engageants sous différents formats - Utiliser des outils de création et d'intelligence artificielle - Intégrer les règles d'accessibilité et d'éthique	- Démonstrations d'outils - Ateliers pratiques de création - Travaux dirigés avec accompagnement formateur	- Production de contenus (visuels, vidéos, textes) - Analyse de la cohérence des contenus avec la stratégie définie - Validation dans le cas pratique RS6702
<b>Repas : 1 heure</b>				
Création de contenus & outils digitaux (dont IA)	2 heures Après-midi	- Produire des contenus engageants sous différents formats - Utiliser des outils de création et d'intelligence artificielle - Intégrer les règles d'accessibilité et d'éthique	- Démonstrations d'outils - Ateliers pratiques de création - Travaux dirigés avec accompagnement formateur	- Production de contenus (visuels, vidéos, textes) - Analyse de la cohérence des contenus avec la stratégie définie - Validation dans le cas pratique RS6702
<b>Pause : 10 minutes</b>				
Algorithmes, référencement & visibilité	2 heures Après-midi	- Comprendre le fonctionnement des algorithmes - Optimiser la visibilité des contenus (hashtags, SEO social)	- Apports théoriques - Cas pratiques sur les comptes des participants - Optimisation guidée des profils et contenus	- Mise en œuvre d'outils de référencement - Argumentation des choix dans le dossier final
<b>FIN DE LA JOURNÉE DE FORMATION</b>				



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