

## INTITULE DE LA FORMATION

# DÉVELOPPER SON ACTIVITÉ PROFESSIONNELLE GRÂCE AU MARKETING DE CONTENUS ET AUX RÉSEAUX SOCIAUX.



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

**Référence :** RS6702

**Formacode :**

46359 : Réseau social

46347 : Stratégie communication numérique

34093 : Marketing digital

**Formation en présentiel**

### **PUBLIC VISÉ :**

- Entrepreneurs, freelances, porteur de projet ou consultant.
- Artisans, commerçants, prestataires de services.
- Toute personne souhaitant lancer ou renforcer son activité professionnelle sur le web et les réseaux sociaux.

### **PRÉ-REQUIS :**

- Avoir un projet de création ou de développement d'une activité professionnelle,
- Maîtriser les bases en français (savoir parler et écrire en français, cf. socle de connaissances),
- Maîtriser les bases de la navigation sur internet.

### **DURÉE :**

21 heures en présentiel

### **LIEU :**

9 Avenue du Marais, 95100 ARGENTEUIL,  
FRANCE

### **MONTANT :** 1500 TTC

Cette formation est 100% financable par le CPF.



L'ensemble des contenus sont conçus pour être accessibles à tous les publics, y compris les personnes en situation de handicap (sous-titrage, voix off, etc.). »



Vous pouvez nous joindre au **07 69 33 29 47** pour toute demande d'information.



Vous pouvez aussi nous joindre par mail :  
[Generation.learning75@gmail.com](mailto:Generation.learning75@gmail.com)

## COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Analyser l'état du marché et de la concurrence, en définissant son positionnement à l'aide d'outils de diagnostics et d'analyse et en identifiant les acteurs, leur présence en ligne et les leviers digitaux actionnés, afin de définir son projet et se démarquer de la concurrence.
- Définir l'image de marque de son activité professionnelle, en créant une identité visuelle unique, afin de permettre un rayonnement uniforme, cohérent et différenciant, quelque soit les canaux de communication utilisés
- Elaborer une stratégie de communication digitale différenciée, en définissant une ligne éditoriale spécifique, en exploitant différentes familles, formats et attributs de contenus et en veillant à conserver sa e-réputation, afin d'animer, engager et fidéliser une communauté qualifiée
- Créer des contenus en ligne sous différents formats (ex : photos, vidéos, rédaction, design, prise de parole, ...), adaptés à tout type de public (ex: handicap) grâce aux différentes techniques et logiciels de référence, dont les outils d'intelligence artificielle le cas échéant, et en appliquant les règles éthiques en vigueur, afin de développer son audience.
- Exploiter l'ensemble des fonctionnalités mises à disposition par l'outil choisi (ex : Instagram), via l'utilisation des algorithmes et des systèmes de référencement de contenus (ex : utilisation des hashtags), dans le but d'optimiser la viralité de son contenu et de développer sa communauté
- Développer une stratégie de croissance rapide de sa communauté, en utilisant un processus efficace de production, de recyclage et de diffusion de contenus et en s'appuyant sur des outils d'intelligence artificielle, afin de gagner en visibilité en un minimum de temps.
- Mesurer l'efficacité de sa stratégie, à l'aide d'outils statistiques proposés par les différentes plateformes ou réseaux sociaux, en analysant les taux d'engagement et en suivant les indicateurs clés de performance (KPI) dans le but d'analyser l'impact de sa stratégie et la réajuster le cas échéant
- Transformer sa communauté en prospects ciblés au travers d'une stratégie d'acquisition basée notamment sur l'utilisation d'aimants à prospects (« lead magnet ») afin de générer un flux de trafic qualifié vers le point de vente.
- Convertir ses prospects en clients grâce à la mise en place d'un entonnoir de vente en ligne, en s'appuyant sur des modèles de psychologies d'achat et des techniques de copywriting, afin d'augmenter la valeur perçue de l'offre et de développer le taux de conversion
- Créer une campagne efficace de marketing d'influence et de publicité en ligne, afin de décupler sa visibilité et sa capacité de conversion, en paramétrant les outils nécessaires et en montant des partenariats avec des leaders d'opinion en ligne et comptes influents

## MODALITÉS D'ÉVALUATION

### Évaluation certificative finale

- Réalisation d'une stratégie de marketing de contenus (cas pratique) que chaque participant présentera.
- Grille d'évaluation définissant les compétences attendues (selon le RS6702) et permettant d'attester leur maîtrise.
- Délivrance d'une attestation de compétences ou d'une certification RS6702 lorsque toutes les compétences sont acquises.
- Le candidat réalise un oral avec le jury (en visio ou en présentiel) et présente le cas pratique réalisé. Le jury évalue ensuite le candidat durant un temps d'échanges et de questions/réponses.

### Epreuves

- Epreuve 1 : Cas pratique réel : préparation et réalisation d'un projet professionnel, sur la base d'un cas réel choisi par le candidat, en lien avec son projet professionnel.
- Epreuve 2 : Soutenance orale avec un jury (en visio ou en présentiel) : présentation du cas pratique à l'oral + temps de questions/réponses

**7 COMPÉTENCES SUR 10 DOIVENT ÊTRE VALIDÉES**  
**C1, C3, C4 ET C8 SONT OBLIGATOIRES**

## OBJECTIFS DE LA FORMATION

A l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Élaborer une stratégie de marketing de contenus alignée sur ses objectifs professionnels.
- Utiliser les principaux réseaux sociaux (Instagram, Facebook, LinkedIn, TikTok) afin d'accroître leur visibilité et leur activité.
- Produire des contenus pertinents, engageants et optimisés (vidéos, articles, stories...).
- Animer et gérer leur communauté en ligne afin d'attirer des clients et des prospects.
- Analyser les performances des campagnes et ajuster leur stratégie.
- Créer une image de marque unique pour se démarquer

## COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Analyser le marché et la concurrence : identifier les acteurs existants, leur présence en ligne, les tendances du secteur pour positionner son offre de façon différenciante
- Définir une identité de marque (branding) : concevoir une image visuelle cohérente et distinctive pour l'activité, adaptée aux canaux digitaux
- Construire une stratégie de communication digitale : développer une ligne éditoriale, choisir les bons supports et formats (textes, images, vidéos...), organiser la diffusion pour toucher et fidéliser une audience qualifiée
- Créer et produire des contenus en ligne : rédiger, concevoir des visuels/vidéos, adapter les contenus selon le public, parfois en utilisant des outils de création ou d'intelligence artificielle
- Exploiter les fonctionnalités des plateformes numériques (réseaux sociaux, CMS, référencement, hashtags, algorithmes...), utiliser les outils du web de façon efficace pour maximiser la visibilité
- Développer une communauté / audience : mettre en œuvre un plan de croissance (production / diffusion / recyclage de contenus), pour accroître l'engagement et la visibilité
- Générer du trafic qualifié (leads) et transformer ces prospects en clients via des stratégies d'acquisition, des "lead magnets", et des tunnels de conversion adaptés
- Mettre en place des campagnes de marketing digital / publicité / partenariats / influence pour booster la visibilité et la conversion, en utilisant par exemple des collaborations ou du sponsored content

## **C1 – Analyser le marché et la concurrence**

Être capable de :

- Étudier le marché (SWOT, PESTEL...)
- Réaliser un benchmark de la concurrence
- Définir un positionnement différenciant
- Identifier les besoins clients et créer des personas
- Ajuster son projet en fonction du diagnostic stratégique

## **C2 – Définir l'image de marque**

Savoir :

- Créer une identité visuelle cohérente et différenciante
- Construire un univers graphique déclinable sur tous les supports
- Élaborer un storytelling et une promesse client claire

## **C3 – Élaborer une stratégie de communication digitale**

Être capable de :

- Définir une ligne éditoriale adaptée à la cible
- Choisir les bons formats et types de contenus
- Sélectionner les canaux de diffusion pertinents
- Protéger son e-réputation et fidéliser une communauté

## **C4 – Créer des contenus digitaux (dont IA)**

Savoir :

- Produire des contenus (photo, vidéo, texte, design...)
- Utiliser des outils de création (Canva, CapCut, IA...)
- Respecter les règles éthiques et réglementaires
- Adapter les contenus à tous les publics (accessibilité)

## **C5 – Exploiter les algorithmes et le référencement**

Être capable de :

- Comprendre le fonctionnement des algorithmes
- Optimiser la visibilité via hashtags et référencement
- Utiliser les fonctionnalités avancées des plateformes

## **C6 – Développer une stratégie de croissance**

Savoir :

- Mettre en place un planning de publication
- Recycler et diffuser efficacement les contenus
- Utiliser l'IA pour gagner du temps et augmenter la portée
- Activer les bons leviers (publicité, influence, recyclage)

# COMPÉTENCES ATTESTÉES

## **C7 – Mesurer et ajuster la performance**

Être capable de :

- Utiliser des outils statistiques (Analytics, Metricool...)
- Suivre les KPI et taux d'engagement
- Analyser le ROI et ajuster la stratégie

## **C8 – Transformer l'audience en prospects**

Savoir :

- Mettre en place des lead magnets
- Collecter et qualifier des contacts
- Générer du trafic qualifié vers un point de vente

## **Compétence obligatoire pour l'obtention**

## **C9 – Convertir les prospects en clients**

Être capable de :

- Construire un tunnel de vente digital
- Appliquer des principes de psychologie d'achat
- Utiliser des techniques de copywriting
- Optimiser le taux de conversion

## **C10 – Créer des campagnes d'influence et de publicité**

Savoir :

- Monter des partenariats avec des influenceurs
- Négocier et encadrer des campagnes sponsorisées
- Paramétrer des publicités sur les réseaux sociaux
- Évaluer les retombées marketing

## **MODULE TRANSVERSAL – ACCESSIBILITÉ DES CONTENUS NUMÉRIQUES**

Permettre aux participants de concevoir et diffuser des contenus digitaux accessibles à tous les publics, y compris les personnes en situation de handicap :

- Principes fondamentaux de l'accessibilité numérique
- Adaptation des contenus visuels, textuels, audio et vidéo (textes alternatifs, contrastes, sous-titrage, lisibilité)
- Bonnes pratiques d'accessibilité sur les réseaux sociaux
- Outils facilitant la création de contenus accessibles