



Programme de formation

**“Developper l’activite commerciale par les reseaux
sociaux” certification RS7643**

2 0 2 6

1. Introduction

Dans un monde où Internet offre un accès global à des millions de clients potentiels, les entreprises ne peuvent plus se contenter de présenter un simple catalogue de produits ou de services. Les réseaux sociaux constituent aujourd'hui un levier stratégique indispensable pour développer son activité commerciale. Cette formation s'adresse à tous les entrepreneurs, indépendants et gérants de TPE qui souhaitent tirer pleinement parti de ces plateformes pour accroître leur notoriété, renforcer l'image de leur marque et booster leurs ventes.

Au fil des modules, nous aborderons non seulement la création et l'optimisation de comptes professionnels sur différents réseaux, mais aussi la production de contenus de qualité, l'animation de communautés et l'analyse des indicateurs de performance (KPI).



2. Moyens & Supports Pédagogiques

- ❑ Formation mixte (blended learning) : en présentiel et/ou en visioconférence (Zoom, Teams, etc.).
- ❑ Plateforme d'apprentissage en ligne (documents PDF, supports vidéos, fiches pratiques).
- ❑ Accès à des groupes de discussion (forum privé, messagerie instantanée) pour échanger entre participants.
- ❑ Cas pratiques et retours d'expérience concrets.
- ❑ Ressources documentaires issues de sites officiels et professionnels (ex. : Pôle emploi, Bpifrance, HubSpot, Harvard Business Review).



3. Prerequis et public vise

- La certification s'adresse aux entrepreneurs individuels et aux dirigeants de TPE/PME devant acquérir des competences complementaires en lien avec le developpement de l'activite commerciale par les reseaux sociaux.

Prerequis :

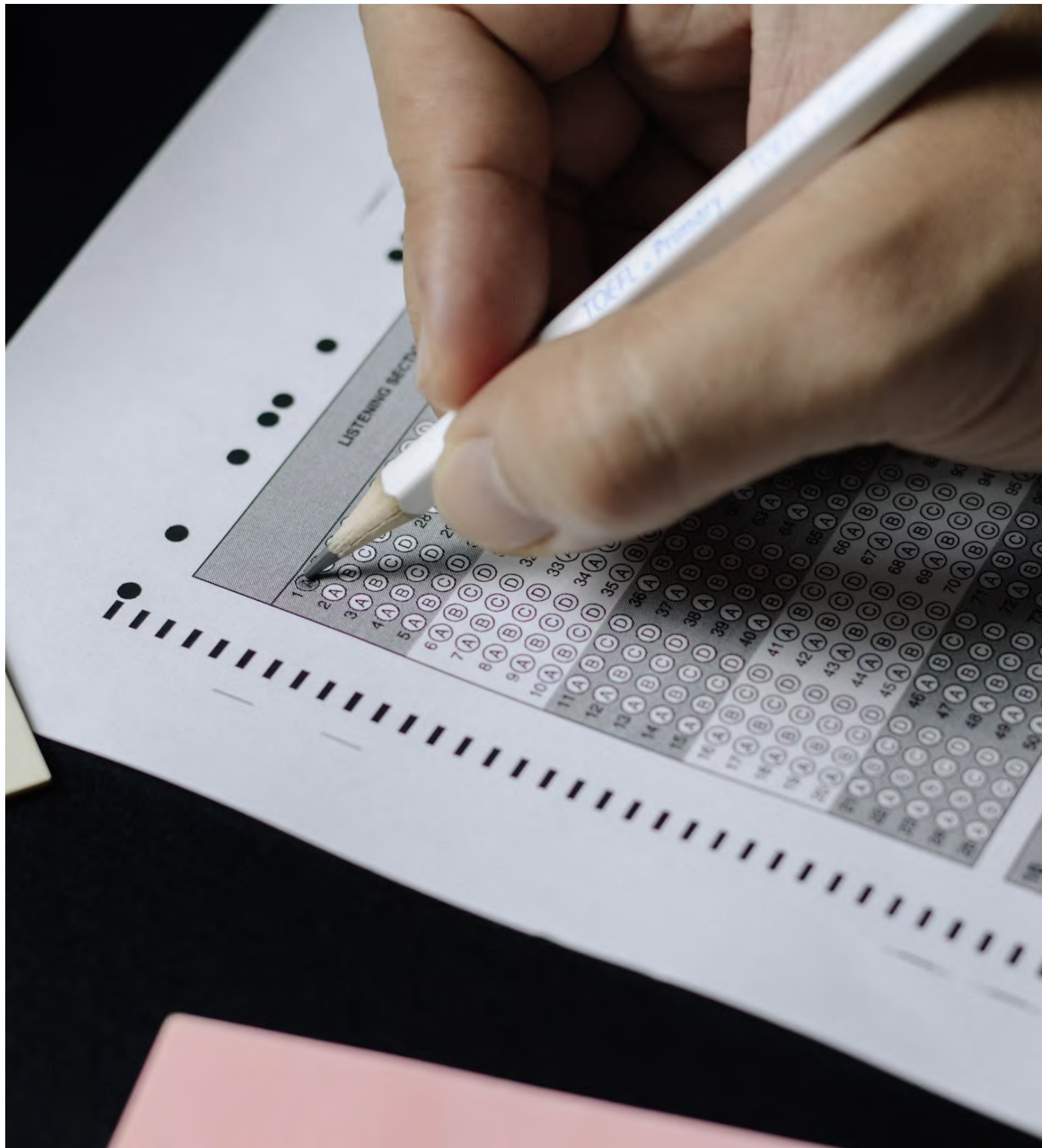
- - le candidat devra presenter des connaissances en numerique.
- - avoir un projet de developpement de son activite commerciale par les reseaux sociaux afin de rendre operationnelles les competences acquises.

Verification des prerequis : Test de connaissances en numerique, positionnement du projet.

Candidat en situation de handicap : Tout candidat peut saisir le referent handicap du certificateur pour amener les modalites d'evaluation et obtenir l'assistance d'un tiers lors de l'evaluation.

Les supports et le materiel necessaires a la realisation des evaluations pourront etre adaptes. Sur le conseil du referent Handicap et dans le respect des specifications du referentiel, le format de la modalite pourra etre adapte.





4. Modalites d'Evaluation

- ❑ Evaluation continue : exercices pratiques, etudes de cas, participation en groupe.
- ❑ Quiz reguliers a la fin de chaque module (auto-evaluation).
- ❑ **En distanciel, des sessions organisees par Alternative Digitale sont ouvertes tous les jours.** L'apprenant doit disposer d'un ordinateur, d'une webcam et d'une connexion internet stable.

Il est necessaire d'installer une extension a Google Chrome nommee "ProctorExam"

- ❑ Un jury delivre les certifications chaque vendredi
- ❑ Les resultats sont transmis a l'apprenant et a l'organisme partenaire la semaine suivant le passage de la certification.
- ❑ Duree max : 90 minutes
- ❑ sous surveillance et securisation de l'ordinateur du candidat
- ❑ partie QCM (Environ 25 questions)
- ❑ partie epreuve ecrite (Environ 25 questions)

5. Duree & Prix de la formation

- ❑ **Duree totale** : 21 heures (reparties en sessions de 2 a 4 heures selon la modalite : presentiel ou distanciel).
- ❑ **Prix** : 78,57 € / heure, soit 1650 € pour l'ensemble de la formation.
- ❑ *La formation prepare a la certification RS7643 « Developper l'activite commerciale par les reseaux sociaux » editee par Alternative Digitale. Le passage de l'examen final est donc obligatoire dans le cadre de toute formation financee au CPF.*

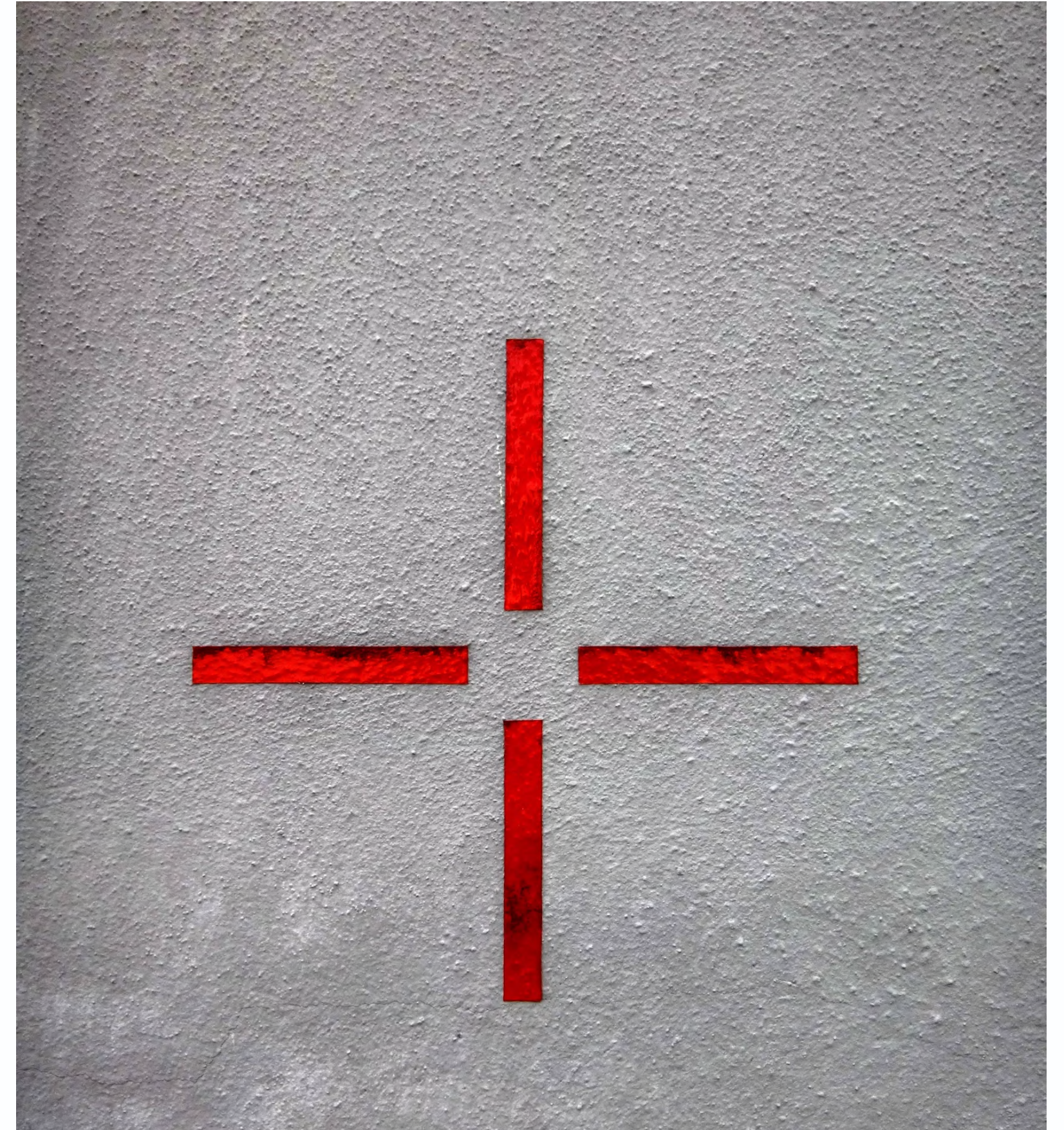
L'evaluation finale prend la forme d'un examen en ligne d'une duree de 90 minutes, sous la surveillance video realisee par le certificateur.

L'epreuve comprend une quarantaine de questions ouvertes et fermes portant sur les notions essentielles abordees pendant la formation.



6. Objectifs

- ❑ Comprendre le rôle stratégique des réseaux sociaux dans le développement commercial.
- ❑ Identifier et comparer les principaux réseaux sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok.) en fonction de son audience et de ses objectifs commerciaux.
- ❑ Créer, configurer et optimiser un compte professionnel sur les réseaux sociaux choisis.
- ❑ Elaborer un calendrier éditorial cohérent (rythme de publication, planification des contenus, etc.).
- ❑ Concevoir des contenus digitaux pertinents et de qualité (textes, visuels, vidéos).
- ❑ Mettre en place des indicateurs de suivi (KPI) pour mesurer l'efficacité des actions menées.
- ❑ Analyser les résultats et ajuster la stratégie en continu pour accroître la performance commerciale.



7. Attestation de fin de formation

- A l'issue de la formation, chaque participant se verra remettre une **Attestation de fin de formation** justifiant de la participation et de l'acquisition des compétences visées, sous réserve de validation des critères mentionnés ci-après.
- *La formation prépare à la certification RS7643 « Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux » éditée par Alternative Digitale. Le passage de l'examen final est donc obligatoire dans le cadre de toute formation financée au CPF.*

L'évaluation finale prend la forme d'un examen en ligne d'une durée de 90 minutes, sous la surveillance vidéo réalisée par le certificateur.

L'épreuve comprend une quarantaine de questions ouvertes et fermées portant sur les notions essentielles abordées pendant la formation.





8. Prerequis a la validation de l'attestation de fin de formation

- ☐ Avoir **participe activement** aux differents modules theoriques et pratiques.
- ☐ Avoir suivi l'integralite des modules et realise les exercices pratiques demandes.
- ☐ Avoir obtenu un score satisfaisant a l'evaluation finale (pitch et questionnaire 80% minimum).
- ☐ Avoir complete l'ensemble des quiz d'evaluation et avoir participe activement aux differentes etapes du programme.

9. Quiz d'évaluation de positionnement (20 questions)

Quiz d'évaluation de positionnement – «Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux»

 *Duree estimee : 15 minutes*

 **Instructions :** Répondez aux questions en cochant la bonne réponse. Certaines questions peuvent comporter plusieurs bonnes réponses. Ce test est diagnostique et ne compte pas pour l'évaluation finale.

- Quel est l'objectif principal d'une présence sur les réseaux sociaux ?
 - A. Simplement pour être "à la mode"
 - B. Améliorer la notoriété et développer les ventes
 - C. Obtenir des « likes » sans but commercial précis
 - D. Tester les fonctionnalités du réseau social

Q 1

- Lequel de ces réseaux est principalement orienté vers le B2B ?
 - A. Facebook
 - B. Instagram
 - C. LinkedIn
 - D. Snapchat

Q 2

- Parmi ces formats de contenu, lequel est le plus engageant en général ?
 - A. Texte uniquement
 - B. Infographie ou visuel attractif
 - C. Long paragraphe sans image
 - D. Publication sans call-to-action

Q 3

- Lequel de ces indicateurs (KPI) mesure l'engagement ?
 - A. Taux de clic (CTR)
 - B. Temps de chargement de la page
 - C. Taux de conversion sur un site e-commerce
 - D. Nombre de partages, de mentions « J'aime » et de commentaires

Q 4

- Qu'entend-on par « audience cible » ?
 - A. L'ensemble des personnes qui utilisent Internet
 - B. Les abonnées de la page Facebook d'une entreprise concurrente
 - C. Le public que l'on souhaite toucher et avec qui on veut interagir
 - D. Les influenceurs partenaires

Q 6

- Pourquoi est-il important de mesurer l'efficacité de ses actions sur les réseaux sociaux ?
 - A. Pour justifier le temps passé sur Internet
 - B. Pour optimiser sa stratégie et augmenter le ROI (retour sur investissement)
 - C. Pour gagner des abonnés uniquement
 - D. Pour suivre la mode

Q 8

- Quel est l'avantage d'un calendrier éditorial ?
 - A. Savoir quel contenu poster au dernier moment
 - B. Planifier ses publications à l'avance et maintenir la cohérence
 - C. Éviter de rédiger des contenus trop longs
 - D. Poster uniquement pendant les vacances

Q 5

- Lequel de ces leviers est le plus efficace pour améliorer la portée d'une publication ?
 - A. Publier à toute heure de la journée
 - B. Identifier les meilleurs moments de publication et utiliser les hashtags pertinents
 - C. Mettre des GIFs rigolos dans chaque post
 - D. Éviter d'interagir avec les commentaires

Q 7

- Quel type de contenu peut renforcer la crédibilité d'une entreprise ?
 - A. Les photos de vacances du dirigeant
 - B. Des articles de blog argumentés, des témoignages clients, des études de cas
 - C. Les memes humoristiques hors sujet
 - D. Du contenu sponsorisé sans rapport avec l'activité

Q 9

- Qu'est-ce qu'un call-to-action (CTA) ?
 - A. Un message incitant les internautes a realiser une action precise
 - B. Une formule de politesse dans un e-mail
 - C. Un outil de retouche photo
 - D. Un type de publicite payante

Q10

- Comment definir un objectif commercial pertinent ?
 - A. En s'inspirant uniquement de la concurrence
 - B. En utilisant la methode SMART (Specifique, Mesurable, Atteignable, Realiste, Temporel)
 - C. En visant systematiquement la viralite
 - D. En se fiant a son intuition uniquement

Q12

- Que permet la publicite ciblee sur les reseaux sociaux ?
 - A. De toucher toute la planete en un seul clic
 - B. D'atteindre specifiquement des profils d'utilisateurs correspondant a sa cible
 - C. De contourner les algorithmes de securite
 - D. D'eviter de depenser un budget marketing

Q14

- A quoi sert un hashtag sur les reseaux sociaux ?
 - A. A empecher les commentaires negatifs
 - B. A categoriser le contenu et faciliter les recherches
 - C. A rendre un post illisible
 - D. A alerter les algorithmes pour sanctionner la publication

Q11

- Pourquoi l'authenticite est-elle importante ?
 - A. Parce que les internautes ne verifient jamais les sources
 - B. Parce que cela permet de publier moins souvent
 - C. Parce que les consommateurs recherchent la transparence et la sincerite des marques
 - D. Parce que c'est une tendance passagere

Q13

- Quel est l'avantage de la video sur les reseaux sociaux ?
 - A. Elle est moins couteuse a produire qu'un article de blog
 - B. Elle retient plus facilement l'attention et favorise l'engagement
 - C. Elle ne necessite aucune strategie particuliere
 - D. Elle ne fonctionne que sur YouTube

Q15

- A quoi sert l’analyse des commentaires et messages prives ?
 - A. A ignorer les plaintes eventuelles
 - B. A mieux comprendre les attentes et les problematiques des clients
 - C. A augmenter artificiellement son nombre d’abonnes
 - D. A reduire sa presence sur les reseaux
- Q 1 6

- Sur quel reseau social l’utilisation de hashtags est particulierement recommandee ?
 - A. LinkedIn uniquement
 - B. Facebook, sans reelle pertinence
 - C. Instagram et Twitter
 - D. Snapchat uniquement
- Q 1 8

- Comment definir un budget de publicite sur les reseaux sociaux ?
 - A. En se basant uniquement sur les retours de proches
 - B. En allouant un montant fixe sans analyser les performances
 - C. En tenant compte de l’audience visee, de la duree et des objectifs de la campagne
 - D. En copiant la strategie d’une entreprise concurrente
- Q 2 0

- Lequel de ces elements est un indicateur de performance qualitative ?
 - A. Le taux d’engagement (commentaires, likes, partages)
 - B. Le prix des campagnes publicitaires
 - C. Le nombre de salaries dans l’entreprise
 - D. La localisation du siege social
- Q 1 7

- Quel est l’interet de poster regulierement ?
 - A. Saturer la communaute de publications
 - B. Montrer le dynamisme de l’entreprise et maintenir l’interet
 - C. Se faire sanctionner par l’algorithme
 - D. Eviter le contact avec les abonnes
- Q 1 9



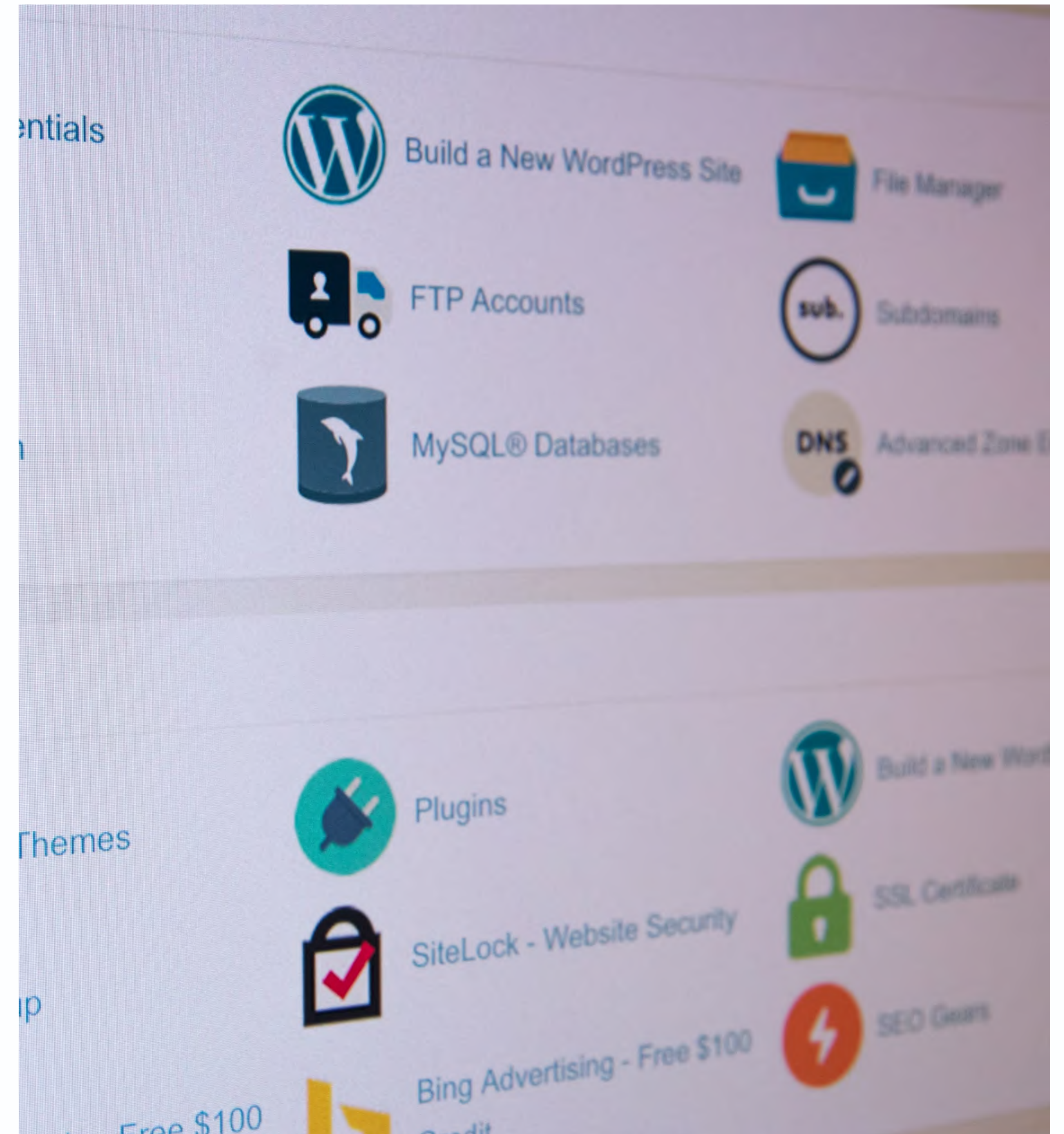
Resultats et interpretation

- ❑ **0-10 bonnes reponses** : Niveau debutant - Besoin d'un accompagnement renforce.
- ❑ **11-15 bonnes reponses** : Niveau intermediaire - Connaissances a consolider.
- ❑ **16-20 bonnes reponses** : Niveau avance - Bonne comprehension des bases.

Cet exercice vous permet d'évaluer votre niveau initial et de cerner les points sur lesquels vous devrez porter une attention particuliere tout au long de la formation.

10. Modules de la formation

Nous vous proposons **7 modules** principaux, suivis d'une **Evaluation Finale**



MODULE 1 – Définir sa stratégie commerciale sur les réseaux sociaux

🕒 **Duree totale** : 3 heures

- **Compétence visée**

Définir des objectifs commerciaux SMART et identifier sa cible afin de construire une stratégie de développement sur les réseaux sociaux.

Objectifs pédagogiques

A l'issue du module, le participant sera capable de :

- Définir des objectifs SMART.
- Identifier sa clientèle cible.
- Mobiliser les ressources adaptées.
- Structurer sa stratégie commerciale.

Programme

- Les enjeux des réseaux sociaux pour le développement commercial.
- Définition d'objectifs SMART.
- Création du persona et analyse de la cible.
- Identification des ressources (temps, budget, outils, compétences).
- Elaboration d'une feuille de route.

Mise en pratique

Construction d'une stratégie commerciale comprenant :

- objectifs SMART ;
- persona ;
- ressources mobilisables.

Evaluation

Exercice pratique individuel portant sur la définition des objectifs commerciaux, de la cible et des ressources.

Critères de réussite

- ✓ Objectifs SMART définis.
- ✓ Au moins 3 caractéristiques de la cible identifiées.
- ✓ Ressources nécessaires clairement définies.



MODULE 2 – Choisir les reseaux sociaux adaptes a son activite

🕒 **Duree totale** : 3 heures

- Competence visee

Comparer les principaux reseaux sociaux afin de selectionner les plateformes les plus pertinentes au regard de sa cible et de ses objectifs commerciaux.

Objectifs pedagogiques

A l'issue du module, le participant sera capable de :

- Comparer les principaux reseaux sociaux.
- Identifier les usages et profils des utilisateurs.
- Realiser une veille concurrentielle.
- Selectionner les plateformes adaptees a son activite.

Programme

- Panorama des principaux reseaux sociaux et de leurs fonctionnalites.
- Analyse des profils utilisateurs et des formats de contenus.
- Benchmark des concurrents et veille sectorielle.
- Choix des reseaux sociaux selon la cible, les objectifs et les ressources disponibles.
- Justification de la strategie de diffusion.

Mise en pratique

Realisation d'une analyse comparative d'au moins trois reseaux sociaux, identification de deux concurrents et selection argumentee des plateformes les plus adaptees au projet.

Evaluation

Exercice pratique individuel portant sur la comparaison des reseaux sociaux et la justification du choix des plateformes retenues.

Criteres de reussite

- ✓ Comparaison d'au moins **3 reseaux sociaux** (utilisateurs, formats, fonctionnalites).
- ✓ Selection argumentee d'au moins **1 plateforme** en lien avec les objectifs commerciaux.
- ✓ Identification d'au moins **2 concurrents** utilisant les reseaux sociaux selectionnes.



MODULE 3 – Créer et optimiser un compte professionnel

🕒 **Duree totale** : 3 heures

- Competence visee

Creer ou optimiser un compte professionnel sur les reseaux sociaux en respectant les bonnes pratiques, l'identite visuelle et les usages de la plateforme choisie.

Objectifs pedagogiques

A l'issue du module, le participant sera capable de :

- Creer ou optimiser un compte professionnel.
- Valoriser son identite de marque.
- Completer les informations essentielles.
- Renforcer la visibilite et la credibilite de son profil.

Programme

- Creation et parametrage d'un compte professionnel.
- Optimisation du profil et des informations cles.
- Integration de l'identite visuelle (logo, couleurs, charte graphique).
- Bonnes pratiques de presentation et de referencement.
- Adaptation aux specificites de chaque reseau social.

Mise en pratique

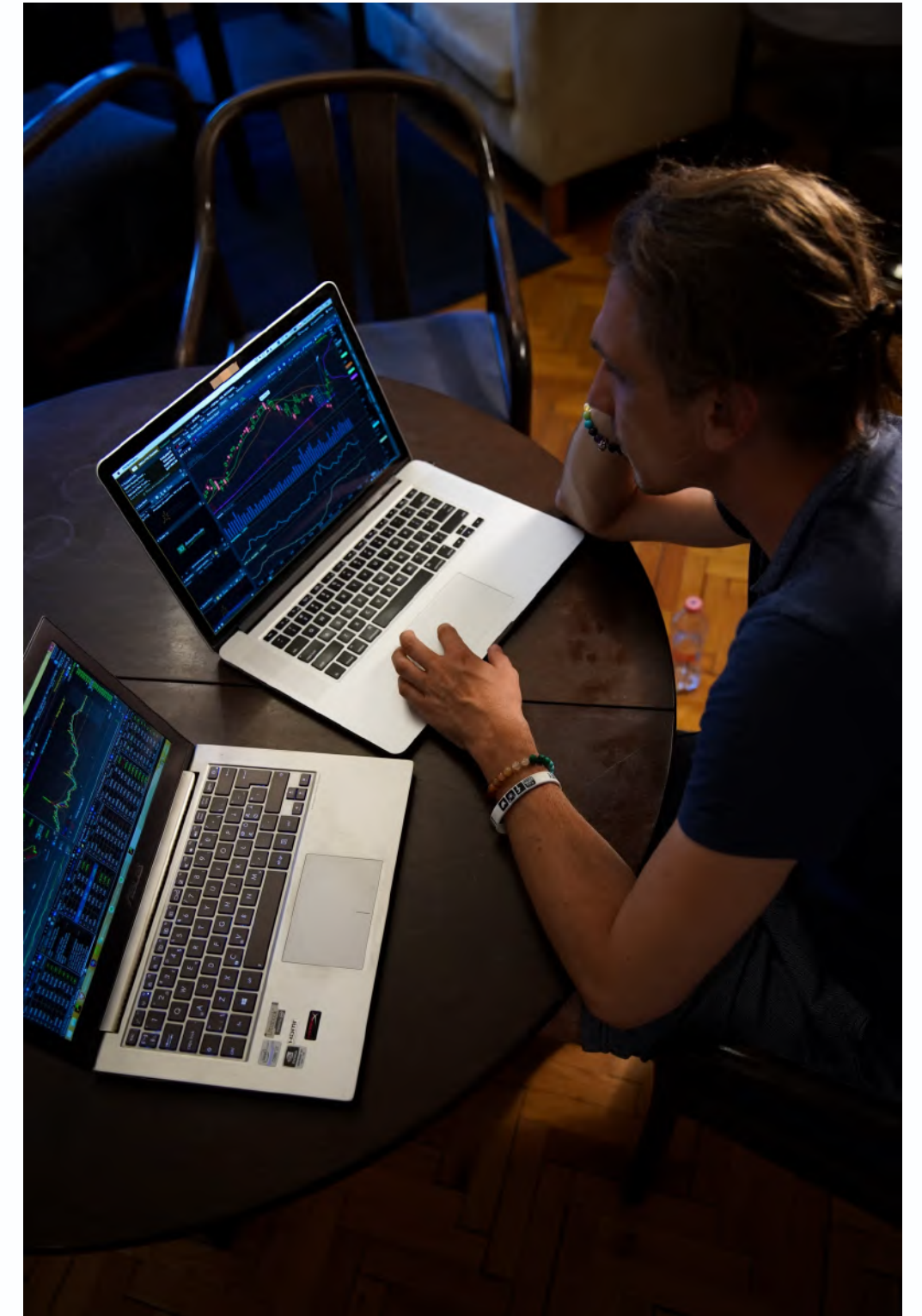
Creation ou optimisation d'un compte professionnel integrant les informations essentielles et les elements de l'identite visuelle de l'entreprise.

Evaluation

Exercice pratique individuel portant sur la creation ou l'optimisation d'un compte professionnel sur le reseau social choisi.

Criteres de reussite

- ✓ Processus de creation ou d'optimisation conforme aux usages de la plateforme.
- ✓ Integration d'au moins **5 informations essentielles** au profil professionnel.
- ✓ Respect d'au moins **2 bonnes pratiques** liees a l'identite visuelle et a la presentation du compte.



MODULE 4 – Elaborer une strategie de communication responsable

🕒 **Duree totale** : 3 heures

- **Competence visee**

Elaborer une strategie de developpement commercial sur les reseaux sociaux en planifiant les publications, en assurant le suivi des actions et en integrant les principes d'accessibilite et d'ecoresponsabilite.

Objectifs pedagogiques

A l'issue du module, le participant sera capable de :

- Construire une strategie editoriale coherente.
- Planifier ses publications.
- Choisir des outils de suivi adaptes.
- Concevoir une communication accessible et responsable.

Programme

- Elaboration d'une strategie editoriale.
- Creation d'un calendrier de publication.
- Selection d'outils de planification et de suivi.
- Accessibilite des contenus pour les publics en situation de handicap.
- Bonnes pratiques d'ecoresponsabilite numerique.

Mise en pratique

Construction d'une strategie reseaux sociaux incluant un calendrier editorial, un outil de suivi, des mesures d'accessibilite et une demarche ecoresponsable.

Evaluation

Exercice pratique individuel portant sur la conception d'une strategie de communication responsable adaptee aux objectifs de l'entreprise.

Criteres de reussite

- ✓ Selection d'au moins **1 outil de suivi** des actions commerciales.
- ✓ Definition d'un **rythme de publication** coherent avec la cible et les objectifs.
- ✓ Proposition d'au moins **2 mesures d'accessibilite** des contenus.
- ✓ Integration d'au moins **1 pratique ecoresponsable** dans la strategie digitale.



MODULE 5 – Concevoir des contenus performants avec l’IA

🕒 **Duree totale** : 3 heures

- **Compétence visée**

Concevoir des contenus rédactionnels, visuels et publicitaires adaptés aux réseaux sociaux en mobilisant les outils d’IA generative pour développer l’engagement de sa communauté.

Objectifs pédagogiques

A l’issue du module, le participant sera capable de :

- Rédiger des contenus engageants.
- Adapter le ton à sa cible.
- Utiliser l’IA generative pour optimiser ses contenus.
- Interagir efficacement avec sa communauté.

Programme

- Les fondamentaux d’un contenu performant.
- Techniques de rédaction et storytelling.
- Création de visuels et publications avec l’IA generative.
- Rédaction de prompts efficaces.
- Gestion des commentaires et de l’e-reputation.

Mise en pratique

Conception de publications, de visuels et de réponses aux commentaires à l’aide d’un outil d’IA generative, avec rédaction de prompts adaptés.

Evaluation

Exercice pratique individuel portant sur la création de contenus optimisés pour les réseaux sociaux.

Critères de réussite

- ✓ Conception de contenus clairs, cohérents et engageants.
- ✓ Ton et message adaptés à la cible et à l’image de marque.
- ✓ Réponses pertinentes aux interactions de la communauté.

Try Pitch

Utilisation d’au moins **1 outil d’IA generative** avec un prompt structuré et contextualisé.



MODULE 6 – Créer des videos impactantes pour les reseaux sociaux

🕒 **Duree totale** : 3 heures

- **Competence visee**

Concevoir des videos promotionnelles adaptees aux codes et aux formats des reseaux sociaux afin de renforcer sa visibilite et son attractivite.

Objectifs pedagogiques

A l'issue du module, le participant sera capable de :

- Concevoir des videos engageantes.
- Adapter ses videos aux differentes plateformes.
- Maitriser les techniques de montage et d'habillage.
- Valoriser son activite grace a des contenus video attractifs.

Programme

- Les codes de la video sur les reseaux sociaux.
- Ecriture du scenario et structuration du message.
- Formats, duree et optimisation selon les plateformes.
- Initiation au montage et aux effets visuels.
- Publication et optimisation des videos.

Mise en pratique

Creation et adaptation d'une video promotionnelle integrant les codes du reseau social choisi, avec montage et effets visuels.

Evaluation

Exercice pratique individuel portant sur la conception et l'adaptation d'une video promotionnelle.

Criteres de reussite

- ✓ Respect des codes et contraintes techniques des plateformes cibles.
- ✓ Video claire, dynamique et adaptee au public vise.
- ✓ Utilisation d'effets visuels renforçant l'impact et l'originalite du message.



MODULE 7 – Mesurer et optimiser sa performance

 **Duree totale** : 3 heures

- **Compétence visée**

Exploiter les indicateurs de performance afin d'évaluer les résultats de sa stratégie réseaux sociaux et mettre en œuvre les ajustements nécessaires dans une démarche d'amélioration continue.

Objectifs pédagogiques

A l'issue du module, le participant sera capable de :

- Analyser les performances de ses actions.
- Construire un tableau de bord de suivi.
- Interpréter les indicateurs clés.
- Ajuster sa stratégie pour améliorer ses résultats.

Programme

- Les principaux KPI des réseaux sociaux.
- Création d'un tableau de bord de suivi.
- Analyse des résultats et interprétation des données.
- Identification des axes d'amélioration.
- Optimisation continue de la stratégie digitale.

Mise en pratique

Création d'un tableau de bord personnalisé, analyse des indicateurs de performance et proposition d'actions d'amélioration.

Évaluation

Exercice pratique individuel portant sur l'analyse des performances d'une stratégie réseaux sociaux et la formulation d'actions correctives.

Critères de réussite

- ✓ Élaboration d'un tableau de bord personnalisé.
- ✓ Sélection et justification d'au moins **4 indicateurs clés (KPI)**.
- ✓ Proposition d'au moins **1 action d'optimisation** fondée sur l'analyse des résultats.



Conclusion Generale

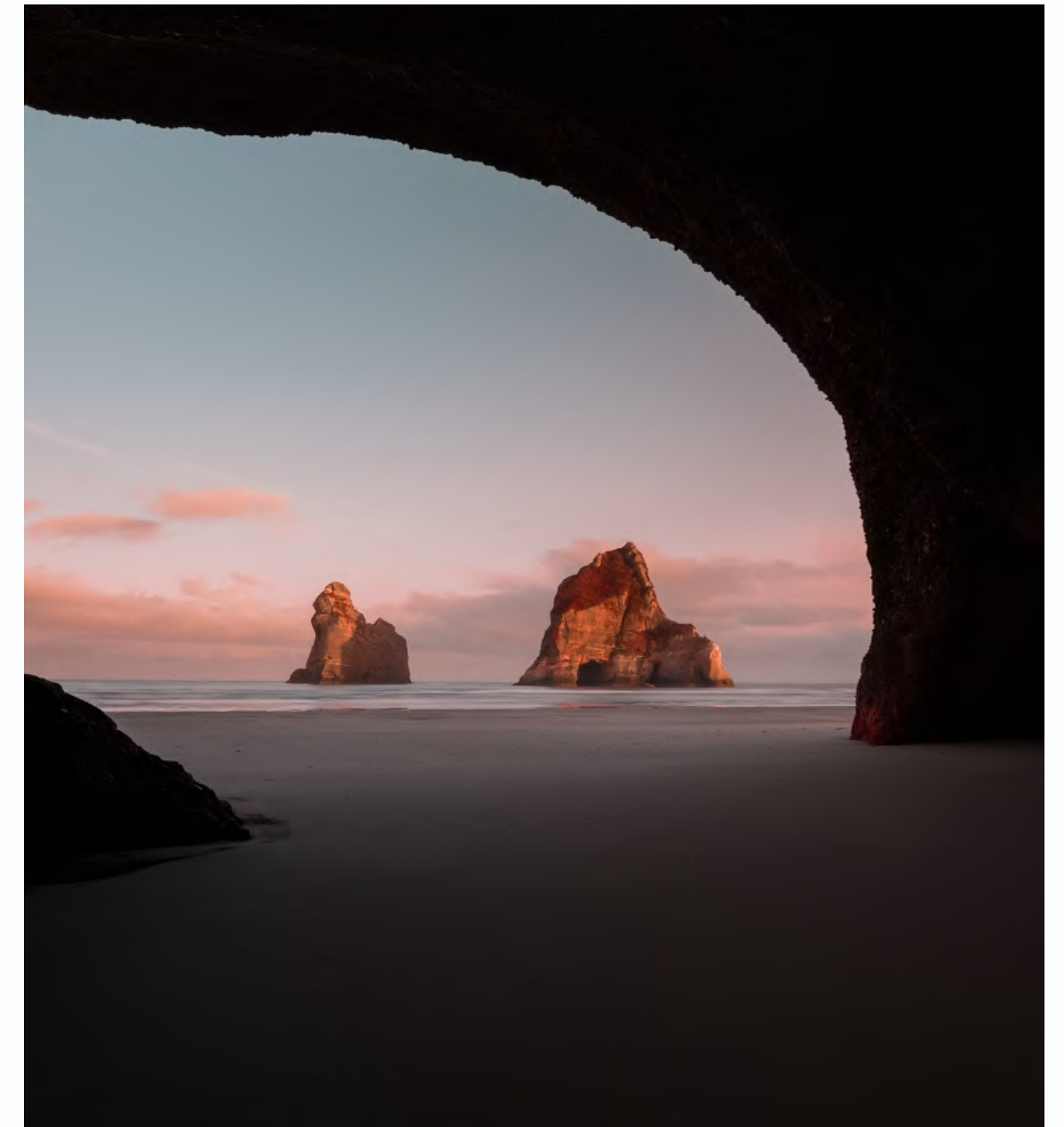
Conclusion Generale

Cette formation vous aura permis de :

- Comprendre les enjeux des reseaux sociaux dans une strategie commerciale moderne.
- Identifier les plateformes adaptees a votre cible et definir des objectifs clairs.
- Creer et diffuser des contenus percutants pour attirer et fideliser les prospects.
- Definir un rythme de publication regulier et adapte, essentiel pour maintenir la visibilite.
- Analyser et ajuster vos actions en continu, grace a un suivi rigoureux des KPI.
- Concevoir des videos promotionnelles attractives et originales pour dynamiser votre presence digitale.

Principales sources (pour aller plus loin) :

- **Bpifrance** : Conseils et solutions pour les entrepreneurs.
- **Pole emploi** : Etudes sur l'emploi et la formation en France.
- **Service-Public.fr** : Informations officielles pour creer et gerer son entreprise.
- **Harvard Business Review** : Articles sur la strategie, le management et le marketing digital.
- **HubSpot** : Outils et ressources sur l'Inbound Marketing et la gestion des reseaux sociaux.



Paragraphe de Synthèse

En suivant ce programme complet, vous disposerez de toutes les clés pour développer efficacement votre activité commerciale via les réseaux sociaux. Des fondamentaux stratégiques (objectifs, segmentation) à la mise en œuvre concrète (création de contenus, rythme de publication, conception de vidéos), chaque module vous guide pas à pas vers une maîtrise des outils digitaux. Vous serez ainsi en mesure d'adapter votre communication, d'optimiser vos performances grâce aux KPI et de renforcer l'attractivité de votre marque grâce à des vidéos promotionnelles impactantes.





Merci

2 0 2 5





Want to make a presentation like this one?

Start with a fully customizable template, create a beautiful deck in minutes, then easily share it with anyone.

Create a presentation (It's free)