

SCHOOL FOR MATE

LIVRET PÉDAGOGIQUE

Promouvoir sa TPE sur les réseaux sociaux

CT09 · Module de spécialisation

Ce module de 21 heures donne aux dirigeants et communicants de TPE une méthode complète pour bâtir, animer et piloter une présence efficace sur les réseaux sociaux, avec un usage raisonné de l'intelligence artificielle. Livré clé en main, il couvre les capacités attestées des certifications RS7200, RS7064, RS7439 et RS7523 et s'intègre directement dans votre offre de formation.

VOLUME HORAIRE	COURS	BLOCS
21 h	6	3

01 · PRÉSENTATION

La formation en bref

Intitulé	Promouvoir sa TPE sur les réseaux sociaux
Code	CT09
Type	Module de spécialisation
Certificateur	Hors répertoire
Durée	21 h, 6 cours
Modalité	Formation à distance (e-learning), tutorat assuré par l'organisme de formation
Formats	SCORM 1.2 / 2004, xAPI, sources éditables
Mise à jour	Novembre 2026

Le métier et les compétences visées

La compétence visée consiste à promouvoir une très petite entreprise sur les réseaux sociaux de façon autonome et réaliste. Le professionnel définit une stratégie adaptée aux moyens humains et financiers de la structure, choisit les plateformes où se trouve son public, crée et paramètre des pages professionnelles cohérentes avec l'identité visuelle de l'entreprise. Il construit une ligne éditoriale, produit des contenus engageants et accessibles en s'appuyant sur des outils de design et d'intelligence artificielle générative, anime sa communauté et protège l'e-réputation de l'entreprise. Il automatise les tâches répétitives, transforme son audience en prospects dans le respect du RGPD et de l'AI Act, puis pilote ses résultats par des indicateurs et une veille régulière.

Public visé

- Créateurs et dirigeants de TPE souhaitant prendre en main la communication de leur entreprise sur les réseaux sociaux
- Collaborateurs directs de TPE en charge de la communication, du marketing ou du développement commercial
- Indépendants, artisans et commerçants souhaitant développer leur visibilité et leur clientèle en ligne
- Professionnels du marketing de contenus en petite structure souhaitant intégrer l'intelligence artificielle dans leurs pratiques
- Porteurs de projet préparant le lancement commercial de leur activité

Prérequis

- Maîtrise des outils bureautiques (traitement de texte, traitement des images, navigation internet, tableur) et utilisation quotidienne de l'outil informatique (recherche internet, e-mails, paiement en ligne)
- Aisance dans le rédactionnel et le traitement de données chiffrées
- Disposer d'un ordinateur (PC ou Mac) et d'une connexion Internet haut débit
- Pour viser les certifications RS7064 et RS7439 : justifier d'une expérience professionnelle sur les réseaux sociaux (au moins 1 an d'activité régulière pour RS7064, test de positionnement et vérification de l'expérience pour RS7439), selon les conditions d'admission fixées par chaque certificateur

Objectifs pédagogiques

À l'issue du parcours, l'apprenant est capable de :

- Réaliser un diagnostic de la présence digitale et de l'environnement concurrentiel d'une TPE, en s'appuyant sur des outils d'intelligence artificielle
- Définir une stratégie réseaux sociaux et un plan d'action réaliste, alignés sur les objectifs commerciaux et les ressources de la TPE
- Sélectionner les plateformes pertinentes, puis créer et paramétrer une page entreprise conforme à l'identité visuelle
- Élaborer une ligne éditoriale et un calendrier de publication garantissant la régularité des prises de parole
- Produire des contenus texte, image et vidéo engageants et accessibles en rédigeant des prompts efficaces et en utilisant des outils de design graphique
- Animer la communauté, répondre aux avis et gérer une crise d'image pour protéger l'e-réputation de l'entreprise
- Mettre en place des actions publicitaires, des partenariats avec des influenceurs et une stratégie d'acquisition de prospects
- Concevoir et paramétrer des scénarios d'automatisation (planification, relances, nurturing) à partir d'une base de contacts qualifiée
- Vérifier la conformité des actions au RGPD, à l'AI Act et à la réglementation ePrivacy, ainsi qu'aux règles éthiques
- Piloter l'amélioration continue grâce aux indicateurs de performance et à une veille active sur les réseaux sociaux et l'intelligence artificielle

02 · FIL ROUGE PÉDAGOGIQUE

La Brûlerie Cardamome

LM

Léa Morvan

Cogérante chargée de la communication et du développement commercial

Torréfaction artisanale de café et boutique-salon de dégustation

La Brûlerie Cardamome est une TPE de quatre personnes installée à Annecy. Elle torréfie des cafés de spécialité, les vend en boutique, en ligne et auprès de quelques restaurants et hôtels du bassin annécien. Léa Morvan, cogérante, a hérité de la communication sans formation préalable : une page ouverte il y a trois ans, des publications irrégulières, quelques avis sans réponse et aucune mesure des résultats. Son associé gère la production, ce qui laisse à Léa environ quatre heures par semaine et un budget mensuel modeste pour la communication. Les objectifs fixés pour l'année sont clairs : remplir les ateliers de dégustation du samedi, développer la vente en ligne d'abonnements et décrocher de nouveaux clients professionnels. Léa veut gagner du temps grâce à l'intelligence artificielle, sans perdre l'authenticité qui fait la réputation de la maison.

Chaque cours se termine par une mise en situation dans cette entreprise : l'apprenant accompagne Léa dans des situations professionnelles réalistes, de plus en plus complexes, jusqu'à la préparation des épreuves.

La progression

1. Bloc M1 : Léa audite la présence actuelle de la Brûlerie, analyse ses concurrents, fixe une stratégie réaliste et relance des pages professionnelles cohérentes sur les plateformes choisies.
2. Bloc M2 : Léa construit la ligne éditoriale et le calendrier de la Brûlerie, puis produit avec l'aide d'outils d'intelligence artificielle des contenus accessibles pour le lancement de l'abonnement café.
3. Bloc M3 : Léa gère un avis négatif devenu viral, lance une première campagne sponsorisée avec une créatrice de contenus locale, automatise ses relances auprès des restaurateurs et présente à son associé un tableau de bord trimestriel.

03 · ARCHITECTURE

Organisation du parcours

Le parcours est construit sur les compétences visées : chaque bloc regroupe les cours qui préparent à son évaluation.

N°	Bloc et cours	Durée
M1 · Diagnostiquer, définir la stratégie et installer la présence de la TPE		**7 h**
1	Auditer sa présence digitale et définir une stratégie réseaux sociaux réaliste	3 h 30
2	Choisir ses plateformes et créer des pages entreprise performantes	3 h 30
M2 · Organiser la ligne éditoriale et produire des contenus engageants avec l'IA		**7 h 30**
3	Construire sa ligne éditoriale et son calendrier de publication	3 h 30
4	Créer des contenus engageants et accessibles avec l'IA générative et les outils de design	4 h
M3 · Animer, développer, automatiser et piloter sa communication		**6 h 30**
5	Animer sa communauté, cultiver son e-réputation et générer des prospects	3 h 30
6	Automatiser ses actions en conformité et piloter l'amélioration continue	3 h
Total du parcours		**21 h**

Répartition des modalités pédagogiques

Chaque sous-chapitre s'ouvre sur une vidéo de 3 à 5 minutes. La vidéo représente 30 % du volume horaire, complétée par du cours texte enrichi, des infographies, des études de cas, des mises en situation et des QCM.



- Vidéos : 6 h 30
- Cours texte et infographies : 6 h 30
- Études de cas et mises en situation : 5 h
- QCM et évaluations : 3 h

04 · PROGRAMME DÉTAILLÉ

Contenu des cours

M1 · 7 h

Diagnostiquer, définir la stratégie et installer la présence de la TPE

Cours 1 · Auditer sa présence digitale et définir une stratégie réseaux sociaux réaliste

3 h 30

OBJECTIFS

- Réaliser un diagnostic de performance de la présence actuelle de la TPE sur les réseaux sociaux
- Analyser l'environnement digital et concurrentiel à l'aide d'outils d'intelligence artificielle
- Formaliser une stratégie et un plan d'action adaptés aux ressources financières et temporelles de la TPE

ÉVALUATION FORMATIVE

QCM de 15 questions et étude de cas : compléter une grille d'audit et proposer trois objectifs SMART à partir d'un profil d'entreprise fourni

CONTENUS

- Les grilles d'audit d'une présence sur les réseaux sociaux : comptes, audience, régularité, engagement, cohérence de marque
- Analyser ses concurrents et son marché avec des assistants d'intelligence artificielle : méthode, prompts d'analyse, vérification des résultats
- Définir ses cibles : personas, besoins, usages des réseaux sociaux
- Relier objectifs commerciaux et objectifs de communication : notoriété, trafic, ventes, recrutement
- Évaluer les ressources mobilisables : temps, budget, compétences, outils
- Mettre en place une veille marché et concurrence assistée par l'intelligence artificielle
- Construire le plan d'action et identifier les tâches à fort potentiel d'automatisation

Fil rouge · Léa réalise l'audit des pages de La Brûlerie Cardamome et de trois torréfacteurs concurrents, puis rédige un plan d'action tenant dans quatre heures par semaine et dans le budget fixé avec son associé.

Cours 2 · Choisir ses plateformes et créer des pages entreprise performantes

3 h 30

OBJECTIFS

- Sélectionner les plateformes adaptées au public cible en comparant leurs positionnements et les pratiques de la concurrence
- Créer et paramétrer une page entreprise complète en intégrant le nom et l'identité visuelle de la TPE

ÉVALUATION FORMATIVE

Exercice pratique : produire une grille comparative argumentée et une check-list de paramétrage de page, corrigées à l'aide d'un modèle

CONTENUS

- Panorama des principales plateformes : positionnement, publics, formats, logiques algorithmiques
- Grille de sélection des plateformes : adéquation au public cible, à l'activité et aux ressources
- Observer la concurrence pour identifier les bonnes communautés
- Créer une page professionnelle : comptes, rôles d'administration, sécurité des accès
- Paramétrer les fonctionnalités clés : informations pratiques, boutons d'action, catalogue, messagerie, prise de rendez-vous
- Décliner l'identité visuelle : nom, logo, bannière, charte, biographie optimisée
- Relier les pages au site web et aux autres canaux de l'entreprise

Fil rouge · Léa compare les plateformes pertinentes pour toucher à la fois les amateurs de café et les restaurateurs, puis refond intégralement les pages de La Brûlerie Cardamome selon la charte graphique de la boutique.

M2 · 7 h 30

Organiser la ligne éditoriale et produire des contenus engageants avec l'IA

Cours 3 · Construire sa ligne éditoriale et son calendrier de publication

3 h 30

OBJECTIFS

- Élaborer une ligne éditoriale tenant compte des spécificités de la TPE
- Établir un calendrier de publication et organiser la régularité des prises de parole
- Planifier la diffusion et le recyclage des contenus à l'aide d'outils assistés par l'intelligence artificielle

ÉVALUATION FORMATIVE

Livrable formatif : charte éditoriale synthétique et calendrier d'un mois, auto-évalués à l'aide d'une grille de critères

CONTENUS

- Les fondements d'une ligne éditoriale : ton, thématiques, piliers de contenus, promesse
- Adapter la ligne éditoriale à chaque plateforme et à chaque cible
- Construire un calendrier éditorial : temps forts commerciaux, saisonnalité, rythme réaliste
- Recycler et décliner ses contenus pour gagner en efficacité
- Utiliser l'intelligence artificielle pour générer des idées et structurer le planning éditorial
- Outils de planification et de diffusion programmée : fonctionnement, choix, paramétrage

Fil rouge · Léa définit quatre piliers de contenus pour La Brûlerie Cardamome (savoir-faire, origines, ateliers, offres professionnelles) et construit un calendrier sur trois mois autour du lancement de l'abonnement café.

Cours 4 · Créer des contenus engageants et accessibles avec l'IA générative et les outils de design

4 h

OBJECTIFS

- Générer des contenus textes, images et vidéos en rédigeant des prompts efficaces
- Concevoir des visuels avec des outils de design graphique en respectant la charte de la TPE
- Rendre les contenus accessibles aux personnes en situation de handicap et respecter les règles éthiques et algorithmiques des plateformes

ÉVALUATION FORMATIVE

Atelier pratique : rédiger trois prompts et produire une publication complète, évaluée sur une grille (engagement, accessibilité, conformité à la charte) ; QCM de validation

CONTENUS

- Les principes d'un contenu engageant : accroche, format, appel à l'action
- Rédiger des prompts efficaces : contexte, rôle, consignes, itérations
- Générer et retravailler des textes de publication avec l'intelligence artificielle sans perdre la voix de la marque
- Créer des images et des vidéos courtes avec des outils de design et de génération assistée
- Accessibilité des contenus : textes alternatifs, sous-titres, contrastes, écriture inclusive et lisible
- Éthique et transparence des contenus générés : droits, mention des contenus générés, vérification des informations
- Adapter ses contenus aux logiques algorithmiques de chaque plateforme

Fil rouge · Léa produit une série de publications pour le lancement de l'abonnement : carrousel sur les origines des grains, vidéo courte sous-titrée de torréfaction et visuels dotés de textes alternatifs.

M3 · 6 h 30

Animer, développer, automatiser et piloter sa communication

Cours 5 · Animer sa communauté, cultiver son e-réputation et générer des prospects

3 h 30

OBJECTIFS

- Stimuler l'interactivité en analysant tendances et comportements des utilisateurs à l'aide de l'intelligence artificielle
- Répondre aux avis et commentaires, gérer un bad buzz et mettre en place des actions publicitaires et d'influence
- Concevoir une stratégie d'acquisition de prospects via la communauté en ligne

ÉVALUATION FORMATIVE

Étude de cas : rédiger la réponse à un avis négatif et un brief de campagne sponsorisée, corrigés avec un modèle commenté ; QCM sur l'e-réputation

CONTENUS

- Animer sa communauté : formats interactifs, sondages, jeux, contenus générés par les utilisateurs
- Analyser tendances et comportements avec les recommandations des outils d'intelligence artificielle
- Répondre aux avis, commentaires et critiques : méthodes et modèles de réponse
- Prévenir et gérer un bad buzz ou une crise d'image : détection, réaction, communication de sortie de crise
- Lancer une campagne publicitaire sur un réseau social : objectifs, ciblage, budget, visuels
- Sélectionner et collaborer avec des e-influenceurs : critères, brief, cadre légal
- Transformer son audience en prospects : aimants à prospects, formulaires, messagerie, parcours de conversion

Fil rouge · Un avis négatif sur un atelier annulé circule sur les réseaux : Léa construit sa réponse et son plan de sortie de crise, puis lance une campagne sponsorisée avec une créatrice de contenus annécienne pour recruter des prospects professionnels.

Cours 6 · Automatiser ses actions en conformité et piloter l'amélioration continue

3 h

OBJECTIFS

- Structurer une base de contacts et concevoir une séquence automatisée d'engagement
- Garantir la conformité des actions au RGPD, à l'AI Act et à la réglementation ePrivacy
- Piloter la performance à l'aide d'indicateurs et d'une veille active sur l'intelligence artificielle

ÉVALUATION FORMATIVE

Exercice de synthèse : schéma de scénario d'automatisation, check-list de conformité et analyse d'un tableau de bord fourni ; QCM final du parcours

CONTENUS

- Structurer, normaliser et qualifier une base de clients et prospects avec l'aide de l'intelligence artificielle
- Concevoir un scénario d'automatisation : déclencheurs, canaux, contenus, personnalisation
- Paramétrer une séquence d'engagement : envois, relances, nurturing, connexion des outils
- Conformité et éthique : RGPD, AI Act, ePrivacy, consentement, transparence, critères environnementaux de choix des outils
- Choisir et suivre ses indicateurs de performance : portée, engagement, clics, conversion, taux d'ouverture
- Interpréter les données et bâtir un tableau de bord avec l'aide d'outils d'intelligence artificielle
- Organiser sa veille sur les réseaux sociaux et l'intelligence artificielle pour améliorer sa productivité

Fil rouge · Léa met en place une séquence automatisée de relance des restaurateurs intéressés, vérifie la conformité du recueil de consentement, puis présente à son associé un tableau de bord trimestriel assorti d'un plan d'amélioration.

05 · CONFORMITÉ AU RÉFÉRENTIEL

Couverture des compétences

Correspondance entre les compétences visées et les cours du parcours.

Compétence	Bloc	Cours
RS7200 C1. Définir une stratégie réseaux sociaux adaptée aux ressources de la TPE et à ses objectifs commerciaux	M1	1
RS7200 C2. Sélectionner les plateformes cibles selon leur positionnement, le public et la concurrence	M1	2
RS7200 C3. Créer et paramétrer une page entreprise intégrant nom et identité visuelle	M1	2
RS7200 C4. Élaborer une stratégie éditoriale et un planning d'actions régulier	M2	3
RS7200 C5. Créer des contenus engageants et accessibles avec l'IA générative et des outils de design	M2	4
RS7200 C6. Cultiver l'e-réputation : publicité, avis, bad buzz, influenceurs, suivi des données	M3	5, 6
RS7064 C1. Auditer la gestion des réseaux sociaux d'une marque par un diagnostic de performance	M1	1
RS7064 C2. Générer des contenus textes, images et vidéos avec l'IA et des prompts	M2	4
RS7064 C3. Générer de l'interactivité grâce à l'IA en analysant tendances et comportements	M3	5
RS7064 C4. Planifier, diffuser et automatiser les contenus avec l'IA	M2	3, 6
RS7064 C5. Piloter l'amélioration continue par les indicateurs et la veille sur l'IA	M3	6
RS7439 C1. Analyser son environnement digital et concurrentiel à l'aide de l'IA	M1	1
RS7439 C2. Produire des contenus engageants et inclusifs avec l'IA dans le respect de l'éthique et des algorithmes	M2	4
RS7439 C3. Garantir le respect des normes de protection des données et d'éthique	M3	4, 6
RS7439 C4. Animer sa communauté avec l'IA : calendrier, recyclage, interaction	M2	3, 5
RS7439 C5. Mettre en place une stratégie d'acquisition de prospects via sa communauté	M3	5
RS7439 C6. Piloter l'amélioration continue de sa stratégie de contenus avec l'IA	M3	6
RS7523 C1. Identifier les tâches automatisables et les outils d'IA adaptés	M1	1, 6
RS7523 C2. Réaliser une veille marché, clients ou signaux d'affaires avec un outil d'IA	M1	1, 6
RS7523 C3. Structurer, enrichir et qualifier une base de données clients ou prospects	M3	6
RS7523 C4. Concevoir un scénario d'automatisation d'une action commerciale ou marketing	M3	6
RS7523 C5. Réaliser une séquence automatisée d'engagement client ou prospect	M3	6
RS7523 C6. Évaluer les performances des actions automatisées	M3	6

RS7523 C7. Garantir la conformité des actions automatisées (RGPD, IA Act, ePrivacy)	M3	6

Évaluations formatives

Chaque cours se conclut par une évaluation formative : QCM corrigés automatiquement avec feedback explicatif, études de cas issues du fil rouge et livrables pratiques (grille d'audit, charte éditoriale, publication, brief de campagne, scénario d'automatisation) accompagnés de grilles d'auto-évaluation et de corrigés commentés. Ces activités permettent à l'apprenant de mesurer sa progression et à l'organisme de formation de suivre l'acquisition des compétences, conformément aux exigences Qualiopi de suivi et d'évaluation des acquis. Le QCM final du cours 6 propose une synthèse transversale de l'ensemble du parcours.

Modalités de certification

Bloc	Modalité d'évaluation
RS7200	Les modalités d'évaluation ne figurent pas dans les données du référentiel communiquées : elles sont définies par le certificateur CREACTIFS et doivent être consultées sur la fiche France Compétences RS7200 en vigueur (fin de validité : 25/06/2028).
RS7064	Les modalités d'évaluation ne figurent pas dans les données du référentiel communiquées : elles sont définies par le certificateur WEB ASSOCIATION BERGERAC et doivent être consultées sur la fiche France Compétences RS7064 en vigueur (fin de validité : 28/02/2027).
RS7439	Les modalités d'évaluation ne figurent pas dans les données du référentiel communiquées : elles sont définies par le certificateur ONLINE SALES SUCCESS et doivent être consultées sur la fiche France Compétences RS7439 en vigueur (fin de validité : 18/12/2027). L'admission suppose un test de connaissances (10/20 minimum) et la vérification de l'expérience sur les réseaux sociaux.
RS7523	Les modalités d'évaluation ne figurent pas dans les données du référentiel communiquées : elles sont définies par les certificateurs ADE HOLDING et VISIPLUS et doivent être consultées sur la fiche France Compétences RS7523 en vigueur (fin de validité : 27/02/2029). La candidature est validée au terme de la procédure d'admission définie par le certificateur.

Le parcours suit pas à pas les capacités attestées des quatre référentiels, comme le montre la matrice de couverture. Les livrables produits dans le fil rouge (audit, stratégie, ligne éditoriale, contenus, plan de gestion de crise, scénario d'automatisation, tableau de bord) reproduisent les productions attendues d'un professionnel et constituent une base que l'apprenant peut transposer à sa propre entreprise. SFM fournit le contenu pédagogique ; l'organisme de formation reste responsable de l'inscription à la certification, de la vérification des prérequis exigés par chaque certificateur et de la préparation spécifique aux épreuves officielles. Le module couvrant RS7200 de façon centrale, il est recommandé de cibler prioritairement cette certification et de compléter, si nécessaire, la préparation aux autres certifications par des séquences complémentaires.

06 · MOYENS ET PERSPECTIVES

Moyens pédagogiques et débouchés

Moyens pédagogiques et techniques

- Plateforme e-learning accessible 24 h sur 24 sur ordinateur, tablette et smartphone, intégrable en marque blanche dans l'environnement de l'organisme de formation
- Une vidéo de 3 à 5 minutes par sous-chapitre, représentant 30 % du volume horaire, sous-titrée pour l'accessibilité
- Cours texte enrichis et infographies téléchargeables (grilles d'audit, modèles de charte éditoriale, bibliothèque de prompts, check-lists de conformité)
- Fil rouge La Brûlerie Cardamome décliné en mises en situation et études de cas dans chaque cours
- QCM avec feedback immédiat, exercices pratiques et corrigés commentés pour chaque cours
- Modèles opérationnels réutilisables : calendrier éditorial, tableau de bord d'indicateurs, schéma de scénario d'automatisation, modèles de réponse aux avis
- Suivi de progression et traçabilité des connexions et des résultats exploitables par l'organisme de formation pour ses obligations Qualiopi

Débouchés et évolutions

- Dirigeant ou créateur de TPE autonome dans la communication de son entreprise sur les réseaux sociaux
- Collaborateur de TPE en charge de la communication ou du marketing digital
- Chargé de communication ou de marketing de contenus en petite structure
- Community manager au sein d'une TPE ou d'une PME
- Indépendant ou commerçant développant son activité commerciale par les réseaux sociaux

Accessibilité

Contenus sous-titrés en français, contrastes conformes WCAG AA, navigation au clavier sur les écrans interactifs. L'organisme de formation qui diffuse le parcours adapte les modalités d'accompagnement aux personnes en situation de handicap avec son référent handicap.

Livrables fournis à l'organisme de formation

- Package SCORM 1.2 / 2004 et xAPI, compatible avec les principaux LMS
- Sources éditables des cours, scripts vidéo et banques de QCM
- Livret apprenant et grilles d'évaluation
- Licence marque blanche à vie, stagiaires illimités, maintenance 24 mois

School For Mate

On crée vos formations, vous n'avez plus qu'à les diffuser.

contact@schoolformate.com · catalogue-2026-sfm.netlify.app

La délivrance de la certification relève exclusivement du certificateur et de l'organisme de formation habilité. Document non contractuel, susceptible d'évoluer avec le référentiel.