



Programme de formation

“Mettre en place une stratégie de communication digitale efficace pour sa TPE)”

21 heures



GREEN ECO FORMATION
10 Rue De Penthievre, 75008 Paris
SIRET : 98048512200017

Modalités d'admission et de déroulement

Pour toutes nos formations, merci de vous inscrire par courrier, par mail ou par téléphone. Votre demande d'inscription sera traitée dans un délai de deux jours ouvrés. Toute commande de formation doit faire l'objet d'une confirmation écrite et suppose que le client accepte le contenu du stage et les prérequis, dont il s'engage à avoir eu connaissance. La formation ne pourra débuter qu'au moins après les 10 jours calendaires suivant la réception du bon de commande.

Lieu de la formation

La formation se déroule en présentiel en région parisienne

Accessibilité pour les personnes en situation de handicap :

Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap. Le référent en la matière se tient à votre écoute pour évaluer puis préciser votre projet de formation et anticiper les éventuels aménagements à réaliser pour vous accueillir.

Contact : greenecoformation@gmail.com

Délai et modalités d'accès

Le délai d'accès à la formation est de 10 à 20 jours suite à l'inscription auprès du référent pédagogique.

Prérequis d'accès à la formation

Aucun prérequis technique avancé n'est exigé.

Public concerné

Dirigeants de TPE, entrepreneurs, indépendants, artisans, commerçants, professions libérales, responsables de communication et toute personne souhaitant développer la visibilité en ligne d'une petite entreprise.

Objectifs pédagogiques et compétences visées

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

- Analyser la présence digitale actuelle de sa TPE et identifier ses axes d'amélioration ;
- Formuler des objectifs de communication digitale précis et mesurables ;
- Identifier et caractériser les publics cibles de l'entreprise ;
- Structurer un positionnement et des messages cohérents avec l'identité de la TPE ;
- Sélectionner les canaux digitaux adaptés aux objectifs, aux cibles et aux ressources disponibl



GREEN ECO FORMATION
10 Rue De Penthièvre, 75008 Paris
SIRET : 98048512200017

Méthodes pédagogiques mobilisées

- Présentiel interactif : formation en salle avec aménagement favorisant les interactions, démonstrations et travaux pratiques.
- Supports multimédia : utilisation de présentations, exemples de sites, démonstrations et outils digitaux permettant d'illustrer les techniques SEO.
- Documentation personnalisée : remise d'un livret pédagogique et d'outils pratiques adaptés aux besoins des participants.
- Accompagnement individualisé : temps dédiés à l'analyse des problématiques SEO propres aux entreprises des participants.
- Évaluations formatives : exercices d'auto-évaluation, quiz, recherche de mots-clés, analyse de pages et exercices d'optimisation permettant de mesurer la progression des acquis.

Durée

21 heures

Tarif

640€ TTC

Programme de formation détaillé

Jour 1 : Construire les fondations de sa stratégie de communication digitale

08h00 - 08h30 : Accueil, positionnement et diagnostic initial

- Identifier les attentes et objectifs individuels des participants ;
- Analyser les pratiques actuelles de communication digitale des TPE représentées ;
- Évaluer les connaissances initiales à l'aide d'un questionnaire de positionnement.

08h30 - 10h00 : Analyser la présence digitale de sa TPE

- Identifier les différents points de contact digitaux de l'entreprise ;
- Analyser la cohérence entre site internet, réseaux sociaux, référencement et identité de marque ;
- Repérer les forces, faiblesses et opportunités d'amélioration de sa communication actuelle.

10h00 - 10h15 : Pause

10h15 - 12h00 : Définir ses objectifs de communication

- Formuler des objectifs précis et mesurables adaptés aux enjeux d'une TPE ;
- Différencier les objectifs de visibilité, notoriété, engagement, acquisition et fidélisation ;
- Associer chaque objectif à des résultats attendus et à des indicateurs de suivi.



12h00 - 13h30 : Pause déjeuner

13h30 - 15h00 : Identifier et comprendre ses cibles

- Segmenter les différents publics de l'entreprise ;
- Construire un persona à partir des caractéristiques, besoins, freins et comportements des clients ;
- Identifier les usages digitaux et les canaux privilégiés de chaque cible.

15h00 - 15h15 : Pause

15h15 - 17h00 : Construire son positionnement et ses messages

- Formuler une proposition de valeur claire et différenciante
- Structurer les messages clés adaptés aux différentes cibles
- Concevoir une ligne de communication cohérente avec l'identité et les valeurs de la TPE.

Jour 2 : Sélectionner ses canaux et créer des contenus performants

08h00 - 08h30 : Réactivation des acquis du jour 1

- Restituer les notions essentielles étudiées lors de la première journée ;
- Identifier les liens entre objectifs, cibles et choix des canaux ;
- Corriger collectivement les principales difficultés rencontrées.

08h30 - 10h00 : Choisir les canaux digitaux adaptés

- Identifier les caractéristiques des principaux canaux de communication digitale ;
- Sélectionner les réseaux sociaux pertinents selon la cible, l'activité et les objectifs ;
- Arbitrer les canaux à utiliser selon les ressources humaines, temporelles et budgétaires de la TPE.

10h00 - 10h15 : Pause

10h15 - 12h00 : Concevoir une stratégie de contenus

- Définir des piliers éditoriaux cohérents avec les objectifs de communication ;
- Sélectionner les formats adaptés : texte, photographie, vidéo, carrousel, témoignage ou contenu pédagogique ;
- Adapter le message, le ton et l'appel à l'action au canal utilisé et au public ciblé.

12h00 - 13h30 : Pause déjeuner

13h30 - 15h00 : Produire des contenus digitaux

- Rédiger une publication structurée autour d'un objectif précis ;
- Concevoir des contenus favorisant l'attention, l'interaction et le passage à l'action ;
- Appliquer des principes simples de cohérence visuelle et éditoriale aux communications de la TPE.



15h00 - 15h15 : Pause

15h15 - 17h00 : Construire son calendrier éditorial

- Définir une fréquence de publication réaliste selon les ressources disponibles ;
- Planifier les thématiques, formats, canaux et dates de diffusion ;
- Concevoir un calendrier éditorial opérationnel pour plusieurs semaines de communication.

Jour 3 : Piloter, mesurer et optimiser sa stratégie digitale

08h00 - 08h30 : Réactivation et analyse des productions

- Restituer les acquis fondamentaux des deux premières journées ;
- Analyser les calendriers éditoriaux élaborés par les participants ;
- Identifier les ajustements nécessaires avant leur mise en œuvre.

08h30 - 10h00 : Organiser la mise en œuvre de sa communication

- Structurer les différentes étapes de production, validation et diffusion des contenus ;
- Identifier les outils permettant de faciliter la planification et le suivi des publications ;
- Répartir les actions selon le temps, le budget et les ressources disponibles.

10h00 - 10h15 : Pause

10h15 - 12h00 : Mesurer les performances de sa communication

- Identifier les indicateurs adaptés aux objectifs : portée, engagement, trafic, prospects ou conversions ;
- Construire un tableau de bord simple pour suivre les performances ;
- Analyser les résultats afin d'identifier les actions et contenus à maintenir, modifier ou abandonner

12h00 - 13h30 : Pause déjeuner

13h30 - 15h00 : Élaborer son plan d'action digital

- Hiérarchiser les actions selon leur impact, leur urgence et les ressources nécessaires ;
- Structurer un plan d'action opérationnel à court et moyen terme ;
- Définir les responsables, échéances, moyens et indicateurs associés à chaque action.

15h00 - 15h15 : Pause



15h15 - 17h00 : Mise en situation et évaluation finale

- Présenter une stratégie de communication digitale construite à partir d'un cas de TPE ou de sa propre entreprise ;
- Justifier les objectifs, cibles, canaux, contenus et indicateurs sélectionnés ;
- Démontrer la capacité à piloter et ajuster le plan de communication à partir de résultats simulés.

Méthode d'évaluation

L'évaluation des acquis repose sur plusieurs modalités complémentaires : positionnement initial, quiz et exercices pratiques pendant la formation, observation des productions réalisées et évaluation finale.

L'évaluation finale prend la forme d'une mise en situation professionnelle complexe. Chaque participant doit concevoir et présenter une stratégie de communication digitale adaptée à une TPE, comprenant au minimum les objectifs, les cibles, le positionnement, les canaux retenus, des exemples de contenus, un calendrier éditorial, les indicateurs de performance et un plan d'action.

La production est évaluée à partir d'une grille critériée permettant de vérifier la maîtrise des compétences visées. Un débriefing personnalisé avec le formateur complète l'évaluation.

Une évaluation de satisfaction à chaud est également réalisée en fin de formation afin de mesurer la qualité perçue de la prestation et d'identifier les éventuelles actions d'amélioration.