TRIICOM	PROGRAMME	Version 2 – programme public Mise à jour : 31/08/2026

Intitulé de la formation	Formation Pack digital niveau 1 : réseaux sociaux, site internet WordPress et publicité en ligne
Type d'action	Action de formation – Formation non certifiante
Public visé	Chef d'entreprise, tout salarié en charge de la gestion de la communication digitale de l'entreprise ou tout professionnel souhaitant animer les réseaux sociaux, le site internet et des publicités pour sa communication professionnelle.
Prérequis	Aucun prérequis : formation de niveau 1, accessible aux débutants. Disposer d'un ordinateur, d'un smartphone et d'une connexion internet ; disposer des accès administrateur aux comptes de l'entreprise (réseaux sociaux, site internet, fiche Google).
Objectifs pédagogiques	**À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :** 1. Définir une stratégie digitale : besoins, cibles (personas), veille concurrentielle, objectifs SMART et indicateurs. 2. Choisir les réseaux sociaux adaptés à sa cible, créer et animer une page professionnelle. 3. Organiser sa communication avec un calendrier éditorial, produire des contenus au smartphone et programmer ses publications. 4. Développer et fédérer sa communauté, et évaluer l'impact de sa stratégie à l'aide des statistiques. 5. Comprendre l'expérience utilisateur et les bases d'un site web (HTML, CSS, architecture). 6. Créer et administrer un site WordPress : thème, extensions, pages, menus, médias. 7. Créer une boutique en ligne avec WooCommerce et paramétrer les moyens de paiement. 8. Sécuriser, publier et maintenir son site, et optimiser son référencement naturel (SEO). 9. Comprendre la différence entre SEO et SEA, déterminer un budget et préparer une campagne publicitaire sur le Web et les réseaux sociaux. 10. Choisir le support et le média publicitaire adaptés, et mesurer la performance d'une campagne (ROI).
Durée de la formation	70 heures, soit 10 jours de 7 h (20 demi-journées).
Nombre de participants	Formation intra-entreprise : un ou plusieurs stagiaires d'une même entreprise.
Localisation de la formation	Formation en présentiel uniquement, dans les locaux de l'entreprise du stagiaire.
Modalités	Formation intra-entreprise de niveau 1 : programme standard. Les notions générales et essentielles pour débuter, avec un contenu et un déroulé identiques pour tous les stagiaires. Le positionnement en début de formation vérifie que le niveau 1 correspond aux besoins du stagiaire ; les exercices sont réalisés sur les comptes de l'entreprise.
Coût de la formation	2 940 € HT (soit 3 528 € TTC). Le budget publicitaire (Google Ads, Meta Ads) n'est pas inclus : il est réglé directement par l'entreprise sur ses propres comptes.

Modalités et délai d'accès	Inscription par mail à m.chateau@triicom.fr ou au 06 29 96 42 21, puis entretien d'analyse du besoin. Le délai moyen entre la demande et le début de la formation est d'1 mois. Prévoir 45 jours en cas de prise en charge par un financeur (OPCO, fonds d'assurance formation, Conseil de la formation).
Moyens pédagogiques et techniques	Supports de cours remis en fin de formation, cours écrit, diaporamas, exercices et ateliers sur les comptes réels de l'entreprise. Outils : Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, Meta Business Suite, CodePen, WordPress, WooCommerce, Stripe, PayPal, Google Search Console, Google Tag Manager, Google Ads, LinkedIn Ads, TikTok Ads. Le stagiaire apporte son ordinateur et son smartphone.
Formatrices	Melanie CHATEAU – Gérante de la société TRIICOM (Agence digitale) – Après son Mastère en Stratégie et Développement des Entreprises et son diplôme de conceptrice et développeuse d'applications web et mobile, elle développe son agence digitale dans le Var et propose ses services dans le web et la communication digitale. Iftou RUBICONDO – Community manager et photographe – Après son Bachelor Chargée de Marketing et Promotion, elle devient formatrice en école de commerce et propose ses services dans la communication digitale. Le nom de la formatrice est indiqué sur la convocation.
Modalités d'évaluation	• Positionnement en début de formation (fiche d'évaluation et pré-audit de la présence digitale) • Fiches d'évaluation des compétences en début de chaque bloc (jours 3 et 8) et quiz réguliers • Exercices pratiques et mises en situation sur les comptes de l'entreprise • Évaluation finale des acquis au regard des objectifs • Émargement par demi-journée • Questionnaire de satisfaction en fin de formation et 1 mois après
Validation	Attestation de fin de formation mentionnant les objectifs, la durée et les résultats de l'évaluation des acquis ; certificat de réalisation. Cette formation ne mène pas à une certification inscrite au RNCP ou au RS.
Accessibilité aux personnes en situation de handicap	Formation accessible aux personnes en situation de handicap. Avant l'inscription, contactez la référente handicap, Mélanie Chateau (m.chateau@triicom.fr) ou au 06 29 96 42 21, pour étudier les adaptations possibles. Pour une formation dans vos locaux, l'accessibilité est vérifiée avec vous en amont. Si besoin, nous vous orientons vers un partenaire spécialisé.
Indicateurs de résultats	Données du 03/03/2025 au 07/07/2026, toutes formations TRIICOM : 41 stagiaires formés · abandon : 0 % · satisfaction à chaud : 9,7/10 · recommandation : 100 %
Contact	Mélanie Chateau – m.chateau@triicom.fr – 06 29 96 42 21

Déroulé de la formation

Programme standard de niveau 1 : le contenu et le déroulé sont les mêmes pour tous les stagiaires.

Jour	Contenus	Méthodes et outils	Évaluation	Durée
1 Matin	Accueil, présentation du programme et du livret d'accueil · Positionnement · Stratégie digitale : besoins en communication, cible et personas, veille concurrentielle, objectifs SMART et indicateurs	Entretien, cours écrit, diaporama, exercices sur l'entreprise	Positionnement : fiche d'évaluation et pré-audit	4 h
1 Après-midi	Axe de communication (ton, message) · Plan de communication · Publication organique et sponsorisée · Création de la page professionnelle et du profil	Diaporama, pratique sur Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn	Page professionnelle créée	3 h
2 Matin	Gérer un réseau social : métriques (couverture, interactions), usage des # et @, fréquences et horaires de publication	Diaporama, pratique d'un réseau social, exercices	Exercices sur les statistiques	4 h
2 Après-midi	Mise en pratique : thématiques, types de contenus (publication, story, reel), calendrier éditorial, photo et vidéo au smartphone, rédaction, programmation, interactions, publications boostées, statistiques	Atelier sur les comptes de l'entreprise	Calendrier éditorial et publications programmées	3 h
3 Matin	Évaluation des compétences en UX et Web · Le fonctionnement d'Internet : qu'est-ce qu'un site web, quelles lois régissent le web	Fiche d'évaluation, cours écrit, diaporama, CodePen	Fiche d'évaluation UX et Web	4 h
3 Après-midi	Les bases d'un site web : expérience utilisateur, balises HTML, feuille de style CSS, architecture d'un site	Diaporama, exercices sur CodePen	Quiz UX Design	3 h
4 Matin	Créer son site WordPress : nom de domaine, conception, console d'administration, choix du constructeur de site	Création des comptes WordPress et hébergeur, commande du nom de domaine	Comptes et nom de domaine en place	4 h
4 Après-midi	Thème et extensions · Structurer son site : pages, menu et sous-menus, en-tête et pied de page	Exercice pratique sur le site de l'entreprise	Structure du site réalisée	3 h
5 Matin	Contenus texte et boutons, styles · Notion et utilité des API · Insérer et paramétrer des médias (taille, compression, vidéos)	Exercice pratique sur le site de l'entreprise	Pages rédigées avec médias	4 h
5 Après-midi	Créer sa boutique : catégories, étiquettes, articles simples et avec variations · Comptes Stripe et PayPal, extension WooCommerce	Exercice pratique, WooCommerce	Boutique paramétrée	3 h
6 Matin	Créer son premier article, gérer le stock, publier et paramétrer les articles, moyens de paiement	Exercice pratique, WooCommerce	Premier article publié	4 h
6 Après-midi	Optimiser son site : fonctionnement du SEO, SEO technique	Diaporama, exercices sur le site	Points SEO technique corrigés	3 h
7 Matin	SEO on-page et off-page	Diaporama, exercices sur le site, Google Search Console	Pages optimisées	4 h
7 Après-midi	Publier son site, sécuriser la navigation, gérer la maintenance	Exercice pratique	Site publié, liste de maintenance	3 h

Jour	Contenus	Méthodes et outils	Évaluation	Durée
8 Matin	Évaluation des compétences SEO, SEA, SMO · L'écosystème de la publicité digitale : notions, plateformes selon l'audience, conséquences du RGPD	Fiche d'évaluation, cours écrit, diaporama	Fiche d'évaluation SEO, SEA, SMO	4 h
8 Après-midi	Taggage des conversions et du retargeting : enjeux, éléments à suivre sur le site, Google Tag Manager	Diaporama, exercices, Google Tag Manager	Plan de taggage	3 h
9 Matin	Google Tag Manager (suite) et envoi des conversions vers Google Ads et les plateformes de publicité sociale	Pratique sur les comptes de l'entreprise	Conversions paramétrées	4 h
9 Après-midi	Campagnes Google Ads : budget, structure du compte, campagnes Search, Display, Performance Max et Shopping	Pratique sur Google Ads et Google Search Console	Quiz Google Ads, campagne construite	3 h
10 Matin	Publicité sur les réseaux sociaux : placements, audiences, formats, stratégies, Meta, LinkedIn Ads, TikTok Ads	Pratique sur Meta Business Suite et les régies	Campagne préparée	4 h
10 Après-midi	Mesurer la performance des campagnes : critères, statistiques, calcul du ROI · Bilan de la formation	Analyse, échanges sur les objectifs	Évaluation finale des acquis, questionnaire de satisfaction	3 h
Total				**70 h**