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

Intitulé de la formation	Parcours individualisé : pratiquer les réseaux sociaux et développer le digital
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. 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 social media adaptée à son métier et à sa cible, et organiser sa communication. 2. Choisir les réseaux sociaux adaptés à sa cible, créer et animer une page professionnelle. 3. Optimiser ses profils Meta et TikTok (bio, mises en avant, appels à l'action, hashtags, géolocalisation, groupes locaux). 4. Créer des visuels professionnels : photos, vidéos courtes, stories et reels, retouche et montage sur smartphone. 5. Construire une identité visuelle cohérente et des modèles sur Canva (carrousels, formats par réseau). 6. Publier, programmer et interagir avec sa communauté, y compris face à un commentaire négatif, et gérer les avis clients. 7. Exploiter l'IA pour gagner du temps : idées, textes, planning éditorial, scripts vidéo et visuels, dans le respect des droits. 8. Développer sa communauté, la fidéliser et évaluer l'impact de sa stratégie. 9. Déterminer un budget publicitaire, préparer et mesurer une campagne publicitaire sur les réseaux sociaux.
Durée de la formation	60 heures, soit 8 jours de 7 h et 1 demi-journée de 4 h (17 demi-journées).
Nombre de participants	1 participant par session (parcours individuel).
Localisation de la formation	Formation en présentiel uniquement, dans les locaux de l'entreprise du stagiaire.
Modalités	Parcours individualisé sur mesure, intra-entreprise : un seul stagiaire. Avant la formation : entretien d'analyse du besoin (secteur d'activité, clientèle, offre, objectifs, outils déjà utilisés) et positionnement du stagiaire. TRIICOM rédige ensuite un programme personnalisé, remis avec la convention : les exemples, la veille, les cas pratiques et les livrables sont choisis pour l'entreprise et son secteur d'activité. Pendant la formation : tout tourne autour de l'entreprise. Les exercices sont réalisés sur ses comptes réels, et le niveau du stagiaire guide le rythme : les notions déjà maîtrisées sont allégées, les points difficiles sont approfondis.

Coût de la formation	4 800 € HT (soit 5 760 € TTC). Le budget publicitaire n'est pas inclus : il est réglé directement par l'entreprise sur ses propres comptes. Le tarif comprend la préparation du parcours (analyse du besoin, réécriture du programme, adaptation des contenus et des exercices au secteur de l'entreprise) et un accompagnement individuel pendant toute la durée de la formation.
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, ateliers de production sur les comptes réels de l'entreprise. Outils : Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, Meta Business Suite, WhatsApp Business, Google Business Profile, Canva, Lightroom, CapCut, Edits, outils d'IA générative (ChatGPT, Gemini, générateurs d'images), Google Tag Manager, Pixel Meta et TikTok. Trépied, stabilisateur et micro connecté utilisés en atelier. Le stagiaire apporte son ordinateur et son smartphone.
Formatrice	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.
Modalités d'évaluation	• Entretien d'analyse du besoin et positionnement avant la formation (fiche d'évaluation et pré-audit de la présence digitale) : ils servent à construire le programme personnalisé • Livrables évalués à chaque demi-journée, quiz réguliers, exercices et mises en situation • 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

Déroulé type, donné à titre indicatif. Pour chaque stagiaire, le programme est réécrit après l'analyse du besoin : les exemples et les livrables portent sur son entreprise et son secteur, et le temps passé sur chaque thème s'ajuste à son niveau.

Jour	Contenus	Méthodes et outils	Évaluation	Durée
1 Matin	Accueil, présentation du programme personnalisé et du livret d'accueil · Positionnement · Diagnostic de la présence digitale de l'entreprise et de ses concurrents · Stratégie digitale : besoins en communication, enjeux du digital dans son secteur, cible et personas, objectifs SMART et indicateurs	Entretien, cours écrit, diaporama, exercices sur l'entreprise	Positionnement : fiche d'évaluation et pré-audit de l'entreprise	4 h
1 Après-midi	Axe de communication (ton, message, vocabulaire de son métier) · Plan de communication de l'entreprise · Publication organique et sponsorisée	Diaporama, analyse des réseaux de l'entreprise	Plan de communication	3 h
2 Matin	Choisir ses réseaux sociaux et ses priorités · Créer sa page professionnelle et remplir son profil · Métriques (couverture, interactions)	Diaporama, pratique sur les réseaux de l'entreprise	Page professionnelle créée	4 h
2 Après-midi	Usage des # et @, fréquences et horaires de publication · Thématiques, types de contenus (publication, story, reel), calendrier éditorial	Atelier sur les comptes de l'entreprise	Calendrier éditorial	3 h
3 Matin	Les bases de Meta et TikTok : optimisation du profil (bio, mises en avant, appel à l'action), hashtags et géolocalisation, groupes Facebook locaux	Pratique sur Facebook, Instagram, TikTok et Meta Business Suite	Profils optimisés	4 h
3 Après-midi	Vidéo et formats courts : aisance face caméra, veille des tendances de son secteur, scénarisation simple, tournage et montage mobile, sous-titres, transitions, musiques libres de droits	Smartphone, micro connecté, CapCut, Edits	1 vidéo courte montée	3 h
4 Matin	Photographie pour le web : balance des blancs, règle des tiers, ISO, lumière, cadrage et angles adaptés à ses produits ou réalisations	Démonstrations, trépied, stabilisateur, réglages du smartphone	Série de photos réalisée	4 h
4 Après-midi	Retouche sur Lightroom et cohérence visuelle du feed · Atelier Canva : identité visuelle, modèles, carrousels, formats par réseau	Atelier Lightroom et Canva	Kit de modèles Canva et carrousel	3 h
5 Matin	Publier : trouver sa plume et le ton de sa marque, programmer selon le réseau, interagir avec sa communauté, réagir à un commentaire négatif ou haineux	Pratique sur les comptes de l'entreprise	Publications programmées, charte de réponse	4 h
5 Après-midi	Relation client adaptée à sa clientèle : messages automatiques et réponses types (Messenger, WhatsApp), newsletters et messages de fidélisation, gestion des avis clients	Meta Business Suite, WhatsApp Business, Google Business Profile	Réponses types et processus avis en place	3 h
6 Matin	Exploiter l'IA : introduction, intérêt pour les indépendants, panorama des outils (ChatGPT, Gemini, générateurs d'images), droits et bonnes pratiques	Diaporama, démonstrations	Quiz sur les usages et les droits	4 h

Jour	Contenus	Méthodes et outils	Évaluation	Durée
6 Après-midi	IA et marketing digital : prompts, automatisations simples, textes marketing, idées de contenus, création de son assistant	Exercices sur l'entreprise, ChatGPT	Bibliothèque de prompts et assistant créé	3 h
7 Matin	IA appliquée aux réseaux sociaux : planning éditorial, scripts vidéo, idées de reels et de TikTok, amélioration de publications existantes	Exercices sur l'entreprise, ChatGPT	Planning éditorial et scripts	4 h
7 Après-midi	IA visuelle : générer des images, des concepts visuels et des pictogrammes, dans le respect des droits	Pratique sur des générateurs d'images	Visuels générés et validés	3 h
8 Matin	Introduction à la publicité digitale : rôle, formats (publication boostée, sponsorisée, publicité), budget, RGPD et consentement	Cours écrit, diaporama, exercices sur l'entreprise	Budget et plan de campagne	4 h
8 Après-midi	Suivi des conversions et reciblage : Pixel Meta et TikTok, Google Tag Manager, envoi vers les plateformes publicitaires	Diaporama, exercices, Google Tag Manager	Quiz, suivi des conversions paramétré	3 h
9 Matin	Mesurer la performance des actions de l'entreprise : critères, statistiques, calcul du ROI · Plan d'action personnalisé pour la suite · Bilan de la formation	Analyse, échanges sur les objectifs	Évaluation finale des acquis, plan d'action, questionnaire de satisfaction	4 h
Total				**60 h**