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

Intitulé de la formation	Parcours individualisé : création et gestion de son site internet, pratiquer les réseaux sociaux et développer les visuels sur 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 digitale et choisir les réseaux sociaux adaptés à sa cible. 2. Créer et animer une page professionnelle, et organiser sa communication avec un calendrier éditorial. 3. Prendre des photos et des vidéos avec son smartphone, les retoucher et les monter (Lightroom, CapCut). 4. Créer ses visuels sur Canva et avec l'IA (carrousels, charte graphique, miniatures). 5. Développer et fédérer sa communauté, et évaluer l'impact de sa stratégie. 6. Comprendre l'expérience utilisateur pour créer son site, et utiliser un CMS adapté (WordPress). 7. Gérer ses extensions, widgets et thèmes, administrer ses pages et ses articles. 8. Sécuriser la navigation et optimiser le référencement naturel (SEO) de son site. 9. Comprendre la différence entre SEO et SEA, déterminer un budget et préparer une campagne publicitaire. 10. Mesurer une campagne publicitaire sur le Web et 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. Aucune formation à distance.
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, Canva, outils d'IA générative, Lightroom, CapCut, CodePen, WordPress, Google Search Console, Google Tag Manager, Google Ads. 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 • Fiches d'évaluation des compétences en début de chaque bloc (jours 4 et 8) et quiz réguliers • Livrables évalués à chaque demi-journée, 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 (réseaux, site, concurrents) · Stratégie digitale : besoins, 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) · Plan de communication · Publication organique et sponsorisée · Création de la page professionnelle et du profil	Diaporama, pratique sur les réseaux de l'entreprise	Page professionnelle créée	3 h
2 Matin	Gérer un réseau social : métriques, usage des # et @, fréquences et horaires de publication	Diaporama, pratique d'un réseau social	Exercices sur les statistiques	4 h
2 Après-midi	Mise en pratique : thématiques, types de contenus, calendrier éditorial, rédaction, programmation, interactions avec la communauté, publications boostées, statistiques	Atelier sur les comptes de l'entreprise	Calendrier éditorial et publications programmées	3 h
3 Matin	Visuels de l'entreprise : règle des tiers, photo et vidéo (reel, story) au smartphone de ses produits, services ou réalisations, retouche sur Lightroom, montage sur CapCut	Démonstrations, exercices, Lightroom, CapCut	Photos et vidéo réalisées	4 h
3 Après-midi	Canva et IA : carrousel, charte graphique, miniature de reel · Mise en pratique sur un cas concret de l'entreprise	Atelier Canva, outils d'IA	Visuels finalisés	3 h
4 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	Fiche d'évaluation UX et Web	4 h
4 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
5 Matin	Créer ou reprendre le site WordPress de l'entreprise : nom de domaine, conception, console d'administration, choix du constructeur	Création des comptes WordPress et hébergeur, nom de domaine	Comptes et nom de domaine en place	4 h
5 Après-midi	Thème et extensions · Structurer son site : pages, menu, en-tête et pied de page	Exercice pratique sur le site de l'entreprise	Structure du site réalisée	3 h
6 Matin	Contenus texte et boutons, styles, notion d'API · Insérer et paramétrer des médias (taille, compression, vidéos)	Exercice pratique sur le site de l'entreprise	Pages rédigées avec médias	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, 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, budget, 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 : Google Tag Manager, envoi vers Google Ads et la publicité sociale · Préparer une campagne	Diaporama, exercices, Google Tag Manager, Google Ads	Quiz Google Ads, plan de campagne	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**