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

Intitulé de la formation	Formation pratiquer les réseaux sociaux et développer le digital – Niveau 1
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. Animer une page professionnelle sur les réseaux sociaux. 2. Choisir le bon réseau social en fonction de sa cible. 3. Trouver une stratégie social media et organiser sa communication. 4. Développer sa communauté et la fédérer. 5. Évaluer l'impact de sa stratégie. 6. Créer des visuels professionnels (photos, vidéos, stories, reels). 7. Exploiter l'IA pour gagner du temps (textes, idées, visuels). 8. Déterminer le budget publicitaire. 9. Préparer et mesurer une campagne publicitaire sur les réseaux sociaux.
Durée de la formation	71 heures, soit 9 jours de 7 h et 1 jour de 8 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. Aucune formation à distance.
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	2 982 € HT (soit 3 578,40 € TTC). Le budget publicitaire 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 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.

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) • Quiz réguliers tout au long de la formation • Mises en situation et exercices pratiques 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, enjeux du digital, 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	Stratégie digitale (suite) : axe de communication (ton, message), plan de communication, publication organique et sponsorisée	Diaporama, Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn	Plan de communication	3 h
2 Matin	Choisir et gérer un réseau social : choix des réseaux et des priorités, création de la page professionnelle et du profil, métriques (taux de couverture, taux d'interaction)	Diaporama, pratique sur les réseaux de l'entreprise	Page professionnelle créée	4 h
2 Après-midi	Usage des # et @, fréquences et horaires de publication · Mise en pratique : thématiques, types de contenus (publication, story, reel), calendrier éditorial	Pratique d'un réseau social, méthodologie, exercices	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	Diaporama, Facebook, Instagram, Meta Business Suite	Profils optimisés	4 h
3 Après-midi	Vidéo et formats courts : aisance face caméra, veille des tendances vidéo, scénarisation simple, tournage, montage mobile, sous-titres, transitions, musiques libres de droits	Smartphone, CapCut, Edits, micro connecté	1 vidéo courte montée	3 h
4 Matin	Révision de la veille · Visuels professionnels : bases de la photographie pour le web (balance des blancs, règle des tiers, ISO), lumière et cadrage	Diaporama, trépied et stabilisateur, réglages du smartphone	Série de photos réalisée	4 h
4 Après-midi	Visuels professionnels (suite) : retouche et montage sur Lightroom, cohérence visuelle du feed · Atelier Canva : identité visuelle, modèles, carrousels, formats par réseau social	Lightroom, Canva	Kit de modèles Canva et carrousel	3 h
5 Matin	Publier : trouver sa plume, programmer selon le réseau social, interagir avec sa communauté (commentaires, messages privés), faire face à un commentaire haineux	Pratique sur les comptes de l'entreprise	Publications programmées	4 h
5 Après-midi	Communication et relation client : 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 en place	3 h
6 Matin	Exploiter le potentiel de l'IA : introduction, outils utiles (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 pour le 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 sponsorisée, boostée, publicité), budget, RGPD et consentement	Cours écrit, diaporama, exercices sur l'entreprise	Budget et plan de campagne	4 h
8 Après-midi	Comprendre la publicité sur les réseaux sociaux : objectifs publicitaires (notoriété, trafic, engagement, génération de prospects, ventes), diffusion sur Meta et TikTok, audiences (froides, personnalisées, similaires)	Diaporama, exercices sur l'entreprise	Quiz sur les objectifs et les audiences	3 h
9 Matin	Créer et paramétrer une campagne publicitaire : création de la campagne, choix de l'objectif, ciblage, budget et calendrier, atelier pratique	Cours écrit, diaporama, exercices sur l'entreprise	Campagne paramétrée	4 h
9 Après-midi	Suivi des conversions et reciblage : enjeux pour la performance des campagnes, Pixel Meta et TikTok, Google Tag Manager, envoi vers les plateformes publicitaires	Diaporama, exercices, Google Tag Manager	Quiz, suivi des conversions paramétré	3 h
10 Matin	Atelier pratique sur les comptes de l'entreprise : mise en application des acquis (publications, visuels, réponses types, campagne)	Exercices sur l'entreprise	Livrables validés	4 h
10 Après-midi	Mesurer la performance des campagnes : critères d'évaluation, statistiques, calcul du ROI, performances selon les médias et les objectifs · Bilan de la formation	Analyse, échanges sur les objectifs	Évaluation finale des acquis, questionnaire de satisfaction	4 h
Total				**71 h**