



L'académie du digital



FORMATION

**DÉVELOPPER SON ACTIVITÉ PROFESSIONNELLE
GRÂCE AU MARKETING DE CONTENUS ET AUX
RÉSEAUX SOCIAUX.**

RS N°RS7692 par MASSENA GROUP
Fin d'enregistrement : 17/07/2028

FORMATION ÉLIGIBLE AUX FINANCEMENTS OPCO



UP ACADEMIE - CD 20 Rond-Point des Barjaquets 13340 ROGNAC / SIRET 93753501100012 / APE 8559B / NDA 93132346913
contact@up-academie.com TEL : 07.44.42.19.54
<http://www.up-academie.com>
06/08/2026



LES FORMULES

Uniquement pour les
financements en fonds
propres ou OPCO

à venir

900 €^{ttc}

Formation en
E-learning
Durée : 07h00

1 100 €^{ttc}

Formation en présentiel
ou distanciel
Durée : 14h00

Personnalisée

Formation sur devis
Nous contacter

VOTRE FORMATRICE



Shirley Deweerdt

Formatrice spécialisée création digitale

shirley@up-academie.com

07 44 41 08 63



OBJECTIFS

Permettre aux indépendants, créateurs d'entreprise et dirigeants de TPE, tous secteurs confondus, de développer leur activité grâce au marketing de contenus et aux réseaux sociaux : construire un positionnement différenciant, créer des contenus accessibles avec l'appui de l'intelligence artificielle, développer une communauté qualifiée, la convertir en clients dans le respect du RGPD, et communiquer de manière responsable et durable.

Cette formation prépare à la certification RS7692 « Développer son activité professionnelle grâce au marketing de contenus et aux réseaux sociaux », enregistrée au Répertoire Spécifique de France Compétences.

PUBLIC CIBLE

Cette formation s'adresse aux :

- Auto-entrepreneurs et freelances
- Professions libérales, artisans, commerçants
- Créateurs d'entreprise et porteurs de projet
- Dirigeants de TPE
- Personnes en reconversion qui lancent leur propre activité

Tous secteurs confondus : services, artisanat, commerce, bien-être, communication, arts, architecture, etc.

PRÉREQUIS

- Avoir un projet de création ou de développement d'une activité professionnelle
- Maîtriser les bases en français (savoir parler et écrire en français, conformément au socle de connaissances)

OUTILS ET METHODOLOGIE PÉDAGOGIQUE

Point en amont de la formation avec restitution du besoin client.

Point en fin de journée de formation, recueil des impressions, régulation sur les autres journées en fonction de l'évolution pédagogique.

Évaluation à chaud en fin de formation, débriefing sur l'écart éventuel, formalisation d'une régulation sur les points soulevés



MOYENS D'ENCADREMENT DE LA FORMATION

Up Académie s'engage à adapter chaque formation aux besoins réels du stagiaire. L'animation est basée sur une pédagogie active, avec des exercices pratiques et personnalisés qui permet l'ancrage en temps réel.

Cette animation s'appuie sur une alternance d'exposés théoriques et pratiques. Vidéo-projection. Support de cours délivré à chaque participant. Travaux pratiques.

LIEU DE FORMATION

1 rue André Marie Ampère, 13880 Velaux.

Cette formation est possible en présentiel ou en distanciel grâce à une connexion avec votre ordinateur ou votre smartphone.

MODALITES ET DELAIS D'ACCES

Inscription via notre convention de formation : au minimum 30 jours avant le démarrage de la session. Si prise en charge par un OPCO : vous devez en faire la demande à votre OPCO un mois avant le démarrage de la session

CONTACT :

Téléphone : 07.44.41.08.63

Mail : contact@up-academie.com



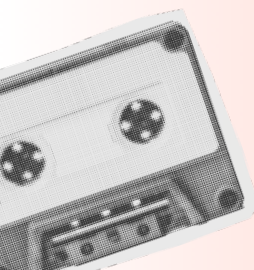
ACCESSIBILITE

Si vous êtes en situation de handicap, contacter notre référent handicap Mme DEWEERDT au 07.44.41.08.63 afin d'adapter au mieux la formation à vos besoins spécifiques.

DURÉE

Présentiel et distanciel : 14 heures de formation divisées en 2 jours (7 heures / jour).

E-learning (à venir) : 07 heures de formation.



LES COMPÉTENCES VISÉES



Compétence 1 : Analyser l'état du marché et de la concurrence, en mobilisant des outils d'analyse traditionnels et d'intelligence artificielle (ex : veille automatisée, IA de recherche et de synthèse de données) afin de définir son positionnement et construire un projet différenciant.

Compétence 2 : Définir l'image de marque de son activité professionnelle, en créant une identité visuelle unique, afin de permettre un rayonnement uniforme, cohérent et différenciant, quel que soit les canaux de communication utilisés.

Compétence 3 : Élaborer une stratégie de communication digitale différenciée, en s'appuyant sur les fonctionnalités d'IA génératives (rédaction, visuels, planning éditorial), afin d'animer, engager et fidéliser une communauté qualifiée.

Compétence 4 : Créer des contenus en ligne sous différents formats, en exploitant les fonctionnalités avancées des logiciels de création et des outils d'IA générative (image, vidéo, son, texte), afin de développer son audience de manière durable.

Compétence 5 : Exploiter l'ensemble des fonctionnalités mises à disposition par l'outil choisi (ex : Instagram), via l'utilisation des algorithmes, dans le but d'optimiser la viralité de son contenu.

Compétence 6 : Développer une stratégie de croissance rapide de sa communauté, en optimisant la production, la planification et le recyclage de contenus notamment grâce à l'IA afin d'accélérer sa visibilité dans un délai réduit.

Compétence 7 : Mesurer l'efficacité de sa stratégie, à l'aide des indicateurs clés de performance (KPI) proposés par les différents réseaux sociaux, dans le but d'analyser l'impact de sa stratégie et la réajuster le cas échéant.

Compétence 8 : Transformer sa communauté en prospects ciblés au travers d'une stratégie d'acquisition basée notamment sur l'utilisation d'aimants à prospects (« lead magnet »), tout en veillant à la protection des données personnelles et à l'absence de sollicitations intrusives, afin de générer un flux de trafic qualifié vers le point de vente.

Compétence 9 : Convertir ses prospects en clients grâce à la mise en place d'un entonnoir de vente en ligne, en s'appuyant sur des techniques de psychologies d'achat et des modèles de copywriting respectueux du consommateur, afin d'augmenter la valeur perçue de l'offre et de développer le taux de conversion.

Compétence 10 : Concevoir une campagne efficace de marketing d'influence en construisant des partenariats avec des leaders d'opinion en ligne et comptes influents et/ou une campagne de publicité en ligne en paramétrant les outils nécessaires, respectant les principes d'éthique, afin de décupler sa visibilité.

Compétence 11 : Concevoir une communication digitale responsable, inclusive et durable, en appliquant des principes de sobriété et d'accessibilité numérique et en évaluant les impacts de sa communication sur sa santé mentale et celle de son public, afin de concilier performance digitale, respect des audiences et réduction de l'empreinte écologique.

LE PROGRAMME DÉTAILLÉ



Module 1 – Analyser le marché et se positionner

- Réaliser un diagnostic stratégique (SWOT, PESTEL)
- Identifier ses concurrents directs et indirects (benchmark)
- Mobiliser les outils d'IA d'analyse et de veille automatisée
- Définir ses personas et son positionnement différenciateur

Module 2 – Construire son image de marque et son identité visuelle

- Créer une image cohérente (naming, ton, promesse client)
- Définir sa charte graphique (logo, couleurs, typographies)
- Élaborer un storytelling structuré en 5 phases

Module 3 – Définir sa stratégie éditoriale sur les réseaux

- Choisir ses formats, sa tonalité et ses familles de contenus
- Définir une ligne éditoriale différenciante
- S'appuyer sur les IA génératives : rédaction, visuels, planning éditorial
- Organiser un calendrier éditorial réaliste

Module 4 – Créer des contenus engageants et accessibles

- Créer des posts natifs adaptés à chaque plateforme
- Intégrer les principes d'accessibilité et le cadre réglementaire ARPP
- Utiliser les outils de création (Canva, CapCut) et l'IA générative : image, vidéo, son, texte
- Maîtriser le prompt engineering et garder un regard critique sur l'IA

Module 5 – Exploiter les algorithmes & les fonctionnalités natives

- Comprendre l'algorithme des principales plateformes
- Utiliser les bons hashtags et les fonctionnalités natives (reels, guides...)
- Activer les fonctions d'accessibilité natives des plateformes
- Optimiser ses contenus pour le référencement interne

Module 6 – Accélérer sa croissance organique

- Recycler ses contenus (posts → vidéos, carrousels → stories)
- Utiliser l'IA pour générer des idées de contenus et planifier
- Construire un planning de publication intelligent
- Déployer des stratégies de visibilité rapide (collaborations, cross-posting)

Module 7 – Mesurer ses résultats et ajuster sa stratégie

- Utiliser Meta Business Suite, LinkedIn Insights, Metricool
- Suivre ses KPI : taux d'engagement, portée, trafic, conversions
- Exploiter l'IA pour analyser les données recueillies
- Réajuster sa stratégie selon les données

Module 8 – Générer des prospects via les réseaux sociaux

- Créer un lead magnet simple (checklist, mini-guide, vidéo privée...)
- Collecter des coordonnées (mail, formulaire...)
- Collecter dans le respect du RGPD, sans pratiques intrusives
- Segmenter ses contacts et structurer sa base prospects

LE PROGRAMME DÉTAILLÉ (SUITE)



Module 9 – Convertir grâce à un tunnel de vente digital

- Mettre en place un parcours client efficace
- Utiliser les principes de copywriting et de psychologie d'achat
- Appliquer des techniques de persuasion respectueuses du consommateur
- Intégrer des leviers : emailing, prise de rendez-vous, upsell

Module 10 – Lancer une campagne de publicité et de marketing d'influence

- Concevoir une campagne publicitaire (Meta Ads, ciblage, A/B testing)
- Construire un partenariat d'influence et le négocier
- Respecter le cadre éthique et légal : transparence des partenariats, stéréotypes, image corporelle
- Mesurer le ROI de ses campagnes

Module 11 – Concevoir une communication digitale responsable

- Rendre ses contenus accessibles et inclusifs
- Évaluer l'impact de ses publications sur son audience et prévenir le cyberharcèlement
- Préserver sa propre santé mentale face aux pressions du digital
- Réduire l'empreinte de sa communication et de ses usages de l'IA

SUIVI ET ÉVALUATION DES RÉSULTATS

Document d'évaluation de satisfaction, test des acquis, attestation de présence, attestation de formation individualisée.

Dans le cadre de la certification RS7692, le candidat devra constituer un dossier de soutenance en lien avec son projet professionnel.

Ce dossier présentera les actions mises en œuvre sur les réseaux sociaux et les résultats obtenus. Il suit une trame imposée et ne dépasse pas 50 pages. Il est transmis au plus tard 7 jours avant la soutenance.

Il sera soutenu à l'oral devant un jury composé de deux professionnels métier externes, ne connaissant pas le candidat. La soutenance dure 30 minutes, découpées en 15 min de présentation + 15 min d'échanges.

La certification est obtenue dès lors que le candidat valide au moins 7 compétences sur 11, dont obligatoirement les compétences C1, C3, C4 et C8.

DATES

Nous consulter.

FORMEZ-VOUS AVEC



CONTACTEZ-NOUS



Coralie Ogier

Formatrice spécialisée WEB marketing
coralie@up-academie.com
07 44 42 19 54



Shirley Deweerdt

Formatrice spécialisée création digitale
shirley@up-academie.com
07 44 41 08 63

DÉCOUVREZ TOUTES NOS FORMATIONS

www.up-academie.com
contact@up-academie.com
[@up_academie](https://www.instagram.com/up_academie)

WORDPRESS

SEO

CANVA

SITE INTERNET

RÉSEAUX SOCIAUX

STRATÉGIE WEB
MARKETING

INTELLIGENCE
ARTIFICIELLE

OUTILS
BUREAUTIQUE

BILAN
COMPÉTENCES