



Centre de formation Eve In Com
200 rue Pierre Bouyeron
34070 Montpellier
Siret : 51815578300021

Programme de formation

Concevoir et déployer une stratégie de communication digitale

Formation préparant à la certification RS7687 – DGTAL Consulting

Durée : 4 jours, soit 28 heures

Format : présentiel ou distanciel

Modalité : collectif

Tarif : 1 500 €

Certification visée : Concevoir et déployer une stratégie de communication digitale

Code certification : RS7687

Certificateur : DGTAL Consulting

Dernière mise à jour : Septembre 2026

Cette formation peut également être réalisée en individuel : 14h en présentiel ou distanciel.

Description de la formation

Beaucoup d'entreprises communiquent aujourd'hui sur les réseaux sociaux sans réelle stratégie. Les publications s'enchaînent, mais sans structure, sans vision globale et sans objectifs mesurables.

Cette formation permet aux participants de concevoir, structurer et déployer une stratégie de communication digitale adaptée à leur entreprise, à leurs objectifs, à leur marché et à leur clientèle cible.

Elle aborde les principaux réseaux sociaux, les indicateurs de performance, le social selling, l'optimisation des comptes professionnels, la création de contenus visuels et vidéo, ainsi que l'utilisation des outils d'intelligence artificielle pour gagner en efficacité.

À l'issue du parcours, le participant est en mesure de concevoir, déployer et optimiser une stratégie de communication digitale professionnelle, en cohérence avec les compétences visées par la certification RS7687.

Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Réaliser une analyse de marché et formaliser des personas pour structurer une stratégie digitale adaptée.
- Élaborer une stratégie de communication digitale cohérente avec les objectifs de l'entreprise.
- Concevoir un calendrier éditorial et optimiser la gestion des contenus.

NDA : 76341091834
Téléphone : 0685609385
Site internet : www.eveincom.fr



Centre de formation Eve In Com
200 rue Pierre Bouyeron
34070 Montpellier
Siret : 51815578300021

- Créer des contenus engageants et optimisés pour les canaux digitaux sélectionnés.
- Mettre en place des outils de suivi de performance et d'amélioration continue.
- Gérer la réputation en ligne et anticiper les crises de communication.

Public visé

Cette formation s'adresse aux :

- dirigeants de TPE/PME ;
- responsables et chargés de communication de TPE/PME ;
- assistants de direction et collaborateurs polyvalents de TPE/PME ;
- entrepreneurs, indépendants et professionnels amenés à développer la visibilité digitale de leur activité.

Prérequis

Pour suivre cette formation, le participant doit :

- avoir une maîtrise de base de la navigation sur internet et de l'environnement numérique ;
- savoir utiliser un ordinateur : traitement de texte, navigation web, gestion de fichiers ;
- disposer d'un ordinateur avec connexion internet et d'un smartphone pour les travaux pratiques ;
- disposer d'un compte actif, ou en cours de création, sur au moins un réseau social professionnel ;
- avoir un projet professionnel ou une activité nécessitant le développement de sa visibilité digitale.

Ces prérequis permettent d'aborder la formation dans de bonnes conditions et de répondre aux exigences de la certification visée.

Programme détaillé

Jour 1 – Comprendre les réseaux sociaux, les cibles et les indicateurs de performance

Module 1 – Les différents réseaux sociaux : intérêts, usages et cibles

- Comprendre le rôle des réseaux sociaux dans une stratégie de communication digitale.

NDA : 76341091834
Téléphone : 0685609385
Site internet : www.eveincom.fr



- Identifier les principaux réseaux sociaux et leurs spécificités : Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, YouTube Shorts.
- Comprendre les usages professionnels de chaque plateforme.
- Identifier les cibles présentes sur chaque réseau social.
- Sélectionner les canaux les plus pertinents selon son activité, son offre, son marché et ses ressources.
- Éviter les erreurs fréquentes : vouloir être partout, publier sans objectif, copier les concurrents, confondre visibilité et conversion.

Module 2 – Analyse de marché, cible et personas

- Identifier son marché et son environnement concurrentiel.
- Repérer les besoins, attentes, freins et motivations de sa clientèle cible.
- Définir ses personas.
- Adapter son message selon les différents profils de clients.
- Clarifier son positionnement et ses éléments de différenciation.

Module 3 – Les KPI des réseaux sociaux en 2026

- Comprendre les indicateurs de performance essentiels.
- Différencier les indicateurs de visibilité, d'engagement, de conversion et de fidélisation.
- Identifier les KPI à suivre selon ses objectifs.
- Comprendre le rôle du watch time, des repartages, des likes, des commentaires, du taux d'engagement, de la portée et des clics.
- Savoir interpréter les statistiques de ses publications.
- Mettre en place une logique d'amélioration continue.

Module 4 – Social selling et stratégie de conversion

- Comprendre le principe du social selling.
- Utiliser les réseaux sociaux pour créer une relation de confiance.
- Passer d'une communication de visibilité à une communication orientée client.
- Construire des contenus qui rassurent, valorisent l'expertise et déclenchent la prise de contact.
- Identifier les contenus utiles dans un parcours de vente.

Module 5 – Audit des comptes Facebook et pages Facebook des stagiaires

- Analyser les comptes et pages Facebook des participants.



Centre de formation Eve In Com
200 rue Pierre Bouyeron
34070 Montpellier
Siret : 51815578300021

- Vérifier la cohérence entre l'activité, l'offre, la cible et les contenus publiés.
- Identifier les points forts, les incohérences et les axes d'amélioration.
- Optimiser les informations essentielles : nom, photo, couverture, bio, bouton d'action, coordonnées, services, avis.
- Définir les premières actions correctives à mettre en place.

Jour 2 – Instagram : audit, optimisation et création de publications performantes

Module 6 – Audit des comptes Instagram des stagiaires

- Analyser les comptes Instagram des participants.
- Identifier les forces et faiblesses de chaque compte.
- Vérifier la cohérence du compte avec le positionnement professionnel.
- Analyser la bio, la photo de profil, le nom utilisateur, les stories à la une, les contenus et l'identité visuelle.
- Repérer les contenus qui génèrent le plus d'engagement.

Module 7 – Optimisation des comptes Instagram

- Optimiser sa bio Instagram.
- Clarifier sa promesse et son message.
- Structurer les stories à la une.
- Améliorer la lisibilité du compte.
- Adapter son compte à une logique de conversion.
- Comprendre les éléments qui rassurent un prospect sur Instagram.

Module 8 – Fonctionnalités Instagram et bonnes pratiques

- Comprendre les formats Instagram : posts, carrousels, reels, stories, lives.
- Choisir le bon format selon son objectif.
- Comprendre le rôle du hook, de la rétention et de l'appel à l'action.
- Utiliser les stories pour créer du lien et renforcer la confiance.
- Comprendre les erreurs fréquentes dans les publications Instagram.

Module 9 – Optimisation d'une publication Instagram

- Construire une publication avec un objectif clair.
- Rédiger une accroche efficace.
- Structurer un texte de publication.

NDA : 76341091834
Téléphone : 0685609385
Site internet : www.eveincom.fr



Centre de formation Eve In Com
200 rue Pierre Bouyeron
34070 Montpellier
Siret : 51815578300021

- Créer un visuel cohérent avec son identité.
- Ajouter un appel à l'action pertinent.
- Optimiser une publication pour favoriser l'engagement.
- Adapter le contenu à sa cible et à son intention de communication.

Atelier pratique

Chaque participant travaille sur l'optimisation de son compte Instagram et crée une publication adaptée à son activité, à sa cible et à ses objectifs.

Jour 3 – LinkedIn, stratégie éditoriale et outils d'intelligence artificielle

Module 10 – LinkedIn dans une stratégie de communication digitale

- Comprendre l'intérêt de LinkedIn pour développer sa visibilité professionnelle.
- Identifier les spécificités de LinkedIn par rapport aux autres réseaux sociaux.
- Optimiser son profil LinkedIn.
- Comprendre la différence entre profil personnel et page entreprise.
- Développer sa crédibilité professionnelle.
- Créer des contenus adaptés à une audience B2B.
- Utiliser LinkedIn dans une démarche de social selling.

Module 11 – Calendrier éditorial et organisation des contenus

- Définir ses piliers de contenus.
- Construire une ligne éditoriale cohérente.
- Organiser ses idées de contenus selon ses objectifs : visibilité, expertise, preuve, relation, conversion.
- Définir une fréquence de publication réaliste.
- Créer un calendrier éditorial adapté à ses ressources.
- Planifier ses contenus sans perdre en spontanéité.

Module 12 – Outils IA pour optimiser sa stratégie réseaux sociaux

- Comprendre les usages possibles de l'intelligence artificielle dans la communication digitale.
- Utiliser l'IA pour trouver des idées de contenus.
- Structurer une publication avec l'aide de l'IA.
- Adapter un message à une cible.

NDA : 76341091834
Téléphone : 0685609385
Site internet : www.eveincom.fr



- Transformer une idée en post, carrousel, script vidéo ou email.
- Utiliser l'IA comme outil d'aide, sans perdre son ton, sa personnalité et son positionnement.
- Identifier les limites de l'IA : contenus génériques, manque d'authenticité, erreurs, incohérences.

Atelier pratique

Chaque participant utilise des outils d'intelligence artificielle pour produire des idées de contenus et structurer un calendrier éditorial adapté à son activité.

Jour 4 – Création de contenus, vidéo face caméra, Canva et CapCut

Module 13 – Suite des outils IA appliqués à la création de contenus

- Utiliser l'IA pour améliorer ses textes.
- Créer des scripts de vidéos courtes.
- Décliner une idée en plusieurs formats de contenus.
- Adapter un contenu à Facebook, Instagram, LinkedIn ou TikTok.
- Gagner du temps dans la production sans automatiser toute sa communication.
- Garder une communication humaine, claire et professionnelle.

Module 14 – Création de vidéos face caméra

- Comprendre l'intérêt de la vidéo face caméra dans une stratégie de communication digitale.
- Apprendre à structurer une vidéo courte.
- Travailler l'accroche des trois premières secondes.
- Clarifier son message.
- Adapter son ton et son rythme.
- Gérer les freins fréquents : peur du regard, perfectionnisme, manque d'idées, gêne face à la caméra.
- Tourner une vidéo simple avec son smartphone.

Module 15 – Canva pour créer des contenus visuels

- Utiliser Canva pour créer des visuels adaptés aux réseaux sociaux.
- Créer une publication cohérente avec son identité visuelle.
- Utiliser les modèles sans produire des contenus impersonnels.



- Créer un carrousel simple et lisible.
- Adapter un visuel à plusieurs formats.

Module 16 – CapCut pour monter des vidéos courtes

- Découvrir l'interface de CapCut.
- Importer une vidéo.
- Couper les passages inutiles.
- Ajouter des sous-titres.
- Ajouter du texte, des éléments graphiques et une musique si nécessaire.
- Optimiser le rythme d'une vidéo.
- Exporter une vidéo adaptée aux réseaux sociaux.

Module 17 – Analyse, amélioration continue et e-réputation

- Suivre les résultats de ses contenus.
- Identifier ce qui fonctionne et ce qui doit être amélioré.
- Mettre en place des ajustements réguliers.
- Surveiller les avis, commentaires et mentions en ligne.
- Répondre aux commentaires positifs, négatifs ou sensibles.
- Anticiper les situations de crise de communication.
- Maintenir une image professionnelle cohérente.

Atelier final

Chaque participant formalise les bases de sa stratégie de communication digitale :

- analyse de son marché et de sa cible ;
- choix des canaux digitaux pertinents ;
- définition de ses piliers de contenus ;
- création d'un calendrier éditorial ;
- création d'un contenu visuel ou vidéo ;
- identification des KPI à suivre ;
- pistes d'amélioration et actions à mettre en place après la formation.

Modalités d'évaluation

Un questionnaire est réalisé en début et en fin de formation afin d'évaluer la montée en compétences du participant.



Centre de formation Eve In Com
200 rue Pierre Bouyeron
34070 Montpellier
Siret : 51815578300021

Avant toute inscription, les besoins du participant sont analysés afin de vérifier leur adéquation avec la formation.

La certification est validée par une épreuve comprenant la remise d'un rapport et une soutenance orale.

Le candidat doit présenter une stratégie de communication digitale structurée, un planning de diffusion, des exemples de contenus adaptés aux canaux sélectionnés, une analyse des performances et des propositions d'amélioration, ainsi que des moyens de gestion de la réputation en ligne.

Méthodes pédagogiques

La formation alterne :

- apports théoriques ;
- démonstrations ;
- audits de comptes ;
- exercices pratiques ;
- ateliers individuels ;
- mises en situation ;
- échanges collectifs ;
- accompagnement personnalisé.

La pédagogie est active et opérationnelle. Le participant travaille directement sur ses propres réseaux sociaux, ses propres supports et ses propres objectifs professionnels.

Moyens pédagogiques et ressources

- Support de formation.
- Ordinateur.
- Smartphone.
- Connexion internet.
- Réseaux sociaux des participants.
- Canva.
- CapCut.
- Outils d'intelligence artificielle.
- Modèle de calendrier éditorial.
- Grille d'analyse des KPI.
- Exercices pratiques.
- Études de cas.

NDA : 76341091834
Téléphone : 0685609385
Site internet : www.eveincom.fr



Centre de formation Eve In Com
200 rue Pierre Bouyeron
34070 Montpellier
Siret : 51815578300021

- Audits individualisés.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Toutes les formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Une étude préalable peut être réalisée afin d'adapter les locaux, les modalités pédagogiques, les supports et l'animation de la formation en fonction de la situation annoncée.

Pour toute demande liée à l'accessibilité, le participant peut contacter Eve MORY par téléphone au 06 85 60 93 85 ou par email à contact@eveincom.fr.

Lieux de formation

Les formations en présentiel peuvent être réalisées dans les locaux d'Eve In Com ou dans des salles de réunion accessibles, à Montpellier et ses environs.

Les lieux de formation sont sélectionnés en tenant compte des conditions d'accueil, d'accessibilité et de confort des participants.

Conditions d'obtention de la certification

La certification repose sur la conception et la présentation d'une stratégie de communication digitale et éditoriale adaptée à une entreprise de type TPE/PME.

L'évaluation comprend la remise d'un rapport et une soutenance orale permettant de vérifier la maîtrise des compétences visées par la certification RS6993.