

PROGRAMME DE FORMATION

Version 1 2026

Communication Digitale & Visibilité en Ligne

NIVEAU 1

Réseaux Sociaux · Google Business Profile · Référencement SEO

Durée totale 14 heures — 2 jours	Modalité Présentiel
Public visé Tout professionnel en activité	Financement OPCO

Institut du Sport et de la Formation
RN 113 La Garenne – 13300 Salon-de-Provence
Tél. 04 90 42 27 97 | sportsup.contact@gmail.com
[SIRET 91102223400015](#) | [Certifié Qualiopi](#)

1. IDENTIFICATION DE LA FORMATION

Intitulé	Communication Digitale & Visibilité en Ligne
Sous-titre	Réseaux Sociaux – Google Business Profile – Référencement SEO
Organisme de formation	Institut du Sport et de la Formation
N° de déclaration d'activité	93132463213
Responsable pédagogique	Fatima DAOUDI
Formateur	Élodie SUMA

2. INFORMATIONS CLÉS

Durée totale	14 heures — 2 jours (7h/jour)
Format	Présentiel
Rythme possible	2 jours
Effectif	4
Lieu	Institut du Sport et de la Formation – Salon-de-Provence
Accessibilité PMR	Locaux accessibles. Adaptations sur demande. En cas de situation de handicap, merci de contacter notre référent handicap : Mme Fatima DAOUDI 07 82 62 73 87 ou par mail : insform13@gmail.com
Langue	Français
Prérequis	Aucun
Niveau d'entrée	Débutant à intermédiaire
Délai d'accès	Sous 2 semaines après réception du dossier complet (convention et programme) et accord de financement
Financement	Plan de Développement des Compétences (OPCO)
Tarif	590,00 euros par personne

4. OBJECTIFS DE LA FORMATION

1. Objectif général

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de concevoir et déployer une stratégie de communication digitale cohérente, en utilisant efficacement les réseaux sociaux, Google Business Profile et les techniques de référencement naturel (SEO), afin d'accroître la visibilité en ligne de son activité professionnelle.

2. Objectifs pédagogiques opérationnels

Jour 1 /7H – Réseaux sociaux & Google Business Profile

Matin

- Identifier les plateformes sociales adaptées à son secteur et à ses cibles
- Créer ou optimiser un profil professionnel sur Facebook, Instagram et LinkedIn
- Concevoir et planifier un calendrier éditorial aligné sur ses objectifs
- Produire des contenus engageants (textes, visuels, Stories, Reels)
- Analyser les statistiques et KPIs essentiels des réseaux sociaux
- Créer, revendiquer et optimiser une fiche Google Business Profile
- Collecter, répondre et valoriser les avis clients (e-réputation)
- Interpréter les statistiques de la fiche Google

Jour 2 /7H – Référencement SEO

- Comprendre les mécanismes du référencement naturel et l'algorithme Google
- Réaliser une recherche de mots-clés pertinents pour son activité
- Optimiser les balises techniques d'une page web (title, meta, Hn)
- Structurer et rédiger un contenu optimisé SEO
- Mettre en place une stratégie de netlinking simple
- Utiliser les outils SEO essentiels : Google Search Console, Analytics, Ubersuggest

PROGRAMME DÉTAILLÉ

Durée totale : 14 heures | 2 modules d'une journée chacun (7h/jour)

JOUR 1 — RÉSEAUX SOCIAUX & GOOGLE BUSINESS PROFILE | 7 heures

MATIN (3H30)

Séquence 1.1 – Panorama des réseaux sociaux (1h00)

- Cartographie des plateformes : Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, YouTube
- Critères de choix selon le secteur, la cible et les ressources disponibles
- Différences entre usage personnel et usage professionnel
- Atelier : audit rapide de la présence en ligne de son activité

Séquence 1.2 – Création et optimisation du profil professionnel (1h30)

- Paramétrage d'un compte professionnel (Instagram Business, Page Facebook, LinkedIn)
- Rédaction de la bio/description : mots-clés, valeur ajoutée, appel à l'action
- Cohérence visuelle : photo de profil, image de couverture, logo
- Liens, coordonnées, catégorie, boutons d'action
- Atelier pratique : chaque participant optimise son propre profil

Séquence 1.3 – Stratégie éditoriale et calendrier de contenu (1h00)

- Définir ses objectifs de communication (notoriété, engagement, trafic, conversion)
- Identifier ses personas et adapter le ton éditorial
- Les 4 piliers de contenu : éducatif, inspirationnel, promotionnel, coulisses
- Fréquence de publication, formats, meilleures heures de diffusion
- Atelier : construction d'un calendrier éditorial sur 4 semaines

APRÈS-MIDI (3H30)

Séquence 1.4 – Création de contenus et outils de planification (1h30)

- Canva : créer des visuels professionnels (posts, Stories, Reels covers)
- Rédiger des légendes percutantes avec appel à l'action
- Stratégie de hashtags : volume, pertinence, mix
- Meta Business Suite / Buffer / : planifier ses publications
- Atelier : création de 3 visuels prêts à publier

Séquence 1.5 – Google Business Profile : optimisation complète (1h30)

- Créer, revendiquer et vérifier sa fiche (courrier, téléphone, vidéo)
- Optimisation de la description, catégories, horaires, photos, attributs
- Publier des posts, offres et événements sur la fiche
- Stratégie de collecte et de réponse aux avis clients
- Atelier : chaque participant optimise sa propre fiche Google

Séquence 1.6 – Analyse des performances (0h30)

- Statistiques réseaux sociaux : portée, impressions, taux d'engagement, KPIs
- Statistiques Google Business : appels, itinéraires, clics sur le site
- Lire les données et adapter sa stratégie

JOUR 2 — RÉFÉRENCEMENT SEO : ÊTRE TROUVÉ SUR GOOGLE | 7 heures

MATIN (3H30)

Séquence 2.1 – Fonctionnement du référencement naturel (1h00)

- Comment fonctionne un moteur de recherche : crawl, indexation, classement
- Les critères de pertinence de Google : contenu, technique, autorité
- SEO on-page vs off-page vs technique
- Différences entre SEO, SEA et référencement local

Séquence 2.2 – Recherche de mots-clés (1h30)

- Intent de recherche : informationnelle, navigationnelle, transactionnelle
- Outils : Google Keyword Planner, Ubersuggest, AnswerThePublic
- Analyser la concurrence : qui se positionne et pourquoi
- Structurer un cocon sémantique simple
- Atelier : identifier les 20 mots-clés prioritaires de son activité

Séquence 2.3 – Google Search Console & Analytics (1h00)

- Vérifier et soumettre son site dans la Search Console
- Lire les performances : clics, impressions, position moyenne, CTR
- Identifier les erreurs d'indexation et les pages non indexées
- Google Analytics 4 : sources de trafic, pages les plus vues, comportement

APRÈS-MIDI (3H30)

Séquence 2.4 – Optimisation on-page (2h00)

- Balise Title : longueur, structure, mot-clé principal
- Meta description : rôle, rédaction persuasive (155-160 caractères)
- Balises Hn (H1, H2, H3) : hiérarchie et placement des mots-clés
- Optimisation des images : attributs alt, poids, format WebP
- Maillage interne : relier ses pages pour améliorer l'indexation
- Vitesse de chargement et expérience mobile (Core Web Vitals)
- Atelier : optimiser une page ou un article de son site en direct

Séquence 2.5 – Rédaction SEO et netlinking (1h00)

- Rédiger un article de blog optimisé SEO : structure, densité, longueur
- Evergreen content vs contenu d'actualité
- Introduction au netlinking : qu'est-ce qu'un backlink de qualité
- Stratégies simples : partenariats, annuaires qualifiés, presse locale

Séquence 2.6 – Synthèse et plan d'action personnalisé (0h30)

- Récapitulatif des 2 jours de formation
- Chaque participant formalise son plan d'action digital à 30 jours
- Questions/réponses finales, remise des supports et attestations

MÉTHODES ET MOYENS PÉDAGOGIQUES MOBILISÉES

6.1.Méthodes pédagogiques

- Méthode active : ateliers pratiques à chaque séquence — chaque participant travaille sur sa propre activité
- Méthode démontrée : le formateur réalise les manipulations en direct, puis les apprenants reproduisent
- Méthode expositive : apports théoriques courts avec supports visuels projetés
- Travail collaboratif : partage de bonnes pratiques entre apprenants

6.2. Moyens pédagogiques

- Support de cours numérique remis à chaque participant (PDF interactif)
- Fiches mémo récapitulatives par module (Réseaux sociaux – Google Business – SEO)
- Accès à un espace de partage de ressources en ligne (Drive partagé) pendant 30 jours post-formation
- Connexion internet + ordinateur/tablette mis à disposition selon site
- Outils en ligne utilisés : Canva, Meta Business Suite, Google Search Console, Ubersuggest, Google Analytics

6.3. Profil du formateur

La formation est animée par un formateur justifiant d'une expérience professionnelle opérationnelle en communication digitale et marketing en ligne, avec une pratique régulière et actualisée des outils enseignés.

MODALITÉS D'ÉVALUATION (Indicateurs Qualiopi 9 & 10)

Plusieurs temps d'évaluation jalonnent le parcours :

Moment	Modalité	Outil / Support
Avant la formation	Questionnaire de positionnement	Formulaire en ligne – autodiagnostic
Début J1	Tour de table + recueil des attentes	Fiche d'objectifs personnalisée
Fin de chaque séquence	Ateliers pratiques évalués en temps réel	Grille d'observation formateur
Fin J1 et fin J2	Quiz de validation des acquis (QCM)	Google Forms – score communiqué
Fin de formation (J2)	Livrable : plan d'action digital personnalisé	Grille d'évaluation critériée
Fin de formation (J2)	Évaluation de la satisfaction à chaud	Questionnaire satisfaction
30 jours après	Évaluation des acquis en situation réelle	Questionnaire de suivi à froid

7.1. Livrable final

Chaque participant repart avec un plan d'action digital personnalisé comprenant : profil(s) optimisé(s), fiche Google Business complétée, calendrier éditorial 1 mois et liste de mots-clés prioritaires pour son activité.

7.2. Attestation délivrée

Une Attestation de Fin de Formation mentionnant les objectifs, la durée, les dates, les acquis et les résultats d'évaluation est remise à chaque participant

8. ACCESSIBILITÉ & SITUATIONS DE HANDICAP

L'Institut du Sport et de la Formation s'engage à rendre ses formations accessibles à tous. Le référent handicap de l'organisme est la Directrice. Toute personne en situation de handicap est invitée à prendre contact avant son inscription afin que des aménagements soient envisagés.

- Locaux conformes aux normes d'accessibilité PMR
- Possibilité de formation en distanciel pour les publics à mobilité réduite
- Documents remis en version accessible (PDF balisé)
- Contact référent handicap : insform@gmail.com – 04 90 42 27 97

10. DATES, SESSIONS & INSCRIPTION

Les sessions inter-entreprises sont proposées en présentiel à Salon-de-Provence. Des sessions intra-entreprise peuvent être organisées sur mesure selon les disponibilités.

Intitulé	Dates	Lieu	Participants
Communication digitale & visibilité en ligne	24/08/26 et 25/08/26	Salon- de- Proven ce	4

Organisme	Institut du Sport et de la Formation
Directrice	Fatima Daoudi
Adresse	RN 113 La Garenne – 13300 Salon-de-Provence
Téléphone	04 90 42 27 97
E-mail	insform13@gmail.com
SIRET	91102223400015