

# Programme par parcours

**BREAKXIT**

*Deux parcours adaptés à des  
publics différents.*

**1 certification.**



## **BREAKXII**

Organisme de formation  
& agence de communication digitale

Gaëlle Meurdra Chateaubon Gérante & Formatrice  
24 rue de Clichy – 75009 Paris [contact@breakxit.com](mailto:contact@breakxit.com)

[www.breakxit.com](http://www.breakxit.com)

**NDA** : 11756727475 **SIRET** : 951 049 501 00012

[Organisme de formation certifié Qualiopi](#)

Certification qualité délivrée au titre des actions de formation

### **Programme de formation**

## **Parcours 1: Révèle ta marque** – Communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir sa TPE

Certification préparée : « Communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir sa TPE »  
– RS7200

**Lien France Compétences** : <https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/7200/>

## **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**

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

- Définir une stratégie de communication sur les réseaux sociaux adaptée à l'activité de sa TPE, à ses ressources et à ses objectifs commerciaux.
- Identifier les plateformes sociales pertinentes selon sa cible, son secteur d'activité et sa stratégie.
- Créer et optimiser une page professionnelle cohérente avec l'identité visuelle et le positionnement de son activité.
- Élaborer une stratégie éditoriale structurée et un planning de communication régulier.
- Créer des contenus engageants à l'aide d'outils numériques, de design graphique et d'IA générative.
- Produire des contenus accessibles aux personnes en situation de handicap.
- Développer et piloter la visibilité de son activité sur les réseaux sociaux.
- Gérer la e-réputation de sa TPE et analyser les performances de ses actions de communication.

***En résumé, clarifier et révéler l'identité de marque pour mieux vendre.***

# COMPÉTENCES VISÉES

**C1.** Définir une stratégie sur les réseaux sociaux, adaptée aux ressources mobilisables par la TPE et en lien avec son activité, son public cible et ses objectifs commerciaux, afin d'élaborer un plan d'action réaliste à la mesure des capacités financières et temporelles données au projet.

**C2.** Sélectionner la ou les plateforme(s) de réseaux sociaux cibles en comparant leurs positionnements sur le marché, en s'assurant de leur correspondance avec son public cible et en prenant en compte les pratiques de la concurrence afin d'identifier les bonnes communautés.

**C3.** Créer et paramétrer une page de présentation de son entreprise TPE sur les réseaux sociaux choisis, tout en exploitant les interfaces et fonctionnalités de la plateforme et en intégrant les éléments de nom et d'identité visuelle pour l'ancrer dans le réseau social.

**C4.** Élaborer une stratégie éditoriale en tenant compte des spécificités propres à la TPE afin d'établir un planning d'actions et ainsi organiser une régularité dans la ligne éditoriale.

**C5.** Créer des contenus réseaux sociaux engageants, en conformité avec sa stratégie, en s'appuyant sur l'IA générative et sur des outils de design graphique, tout en les rendant accessibles aux personnes en situation de handicap.

**C6.** Cultiver la e-réputation de son entreprise TPE en mettant en place des actions publicitaires sur le réseau social concerné, en répondant aux avis, commentaires et critiques publiés par la communauté dans la page de l'entreprise.

## PUBLIC VISÉ

- Dirigeants de TPE/PME
- Entrepreneurs et indépendants
- Porteurs de projet
- Créateurs d'entreprise
- Collaborateurs en charge de la communication
- Professionnels souhaitant structurer leur communication digitale

(Coach, consultant, thérapeute, freelance, dirigeant, expert, formateur, prestataire de service.)

## PRÉREQUIS

- Disposer d'un projet professionnel ou d'une activité existante.
- Avoir accès à un ordinateur et à une connexion internet stable.
- Savoir utiliser les outils numériques de base.
- Utiliser ou envisager d'utiliser les réseaux sociaux dans son activité professionnelle.

## EFFECTIF PAR SESSION

Minimum : 2 participants Maximum : 12 participants

## DURÉE

35 heures sur une période n'excédant pas 4 mois.

Répartition pédagogique :

- 25h30 de classe virtuelle synchrone
- 9h30 de e-learning asynchrone avec livrables

## MODALITÉS PÉDAGOGIQUES / ORGANISATION

Formation 100 % à distance.

La formation alterne :

- classes virtuelles synchrones sur Zoom,
- e-learning asynchrone avec livrables,
- travaux intersession,
- études de cas,
- exercices pratiques,
- accompagnement pédagogique,
- tutorat individualisé.

Plateformes utilisées :

- Zoom
- Teetche
- Systeme.io
- Canva
- Google Drive
- WhatsApp

Chaque module comprend :

- un temps d'apprentissage synchrone,
- un livrable pédagogique,
- des exercices d'application,
- des retours individualisés.

## MODALITÉS D'ASSISTANCE TECHNIQUE ET PÉDAGOGIQUE

Les participants bénéficient :

- d'un accompagnement pédagogique individualisé,
- d'un suivi par e-mail et WhatsApp,
- d'une assistance technique concernant les plateformes utilisées,
- d'un accompagnement méthodologique pour les livrables,
- de réponses aux demandes sous 48h ouvrées.

# DÉLAIS ET MODALITÉS D'ACCÈS

L'accès à la formation se fait après entretien de positionnement et validation du dossier.

Délais d'accès variables selon les modalités de financement.

Dans le cadre d'un financement CPF, un délai minimum légal de 14 jours calendaires s'applique entre la validation du dossier et l'entrée en formation.

## TARIFS

Formation Révèle ta marque : 1800 € HT

Certification RS7200 « Communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir sa TPE » incluse

## Programme

### Module 1 – Positionnement et stratégie digitale

#### **Déroulé / Contenu**

- Définition des objectifs de communication
- Identification du public cible
- Analyse du positionnement digital
- Définition de la proposition de valeur
- Construction d'une stratégie réseaux sociaux adaptée à la TPE

#### **Activités / Méthodes pédagogiques**

- Classe virtuelle synchrone
- Audit de communication
- Études de cas
- Exercices pratiques
- Livrable : première stratégie digitale

### Module 2 – Choix des plateformes et communautés

#### **Déroulé / Contenu**

- Analyse des plateformes sociales
- Identification des usages et comportements des audiences
- Étude des communautés pertinentes
- Analyse concurrentielle
- Sélection des réseaux sociaux prioritaires

#### **Activités / Méthodes pédagogiques**

- Benchmark concurrentiel

- Exercices de ciblage
- Études de cas
- Livrable : sélection argumentée des plateformes

## Module 3 – Création et optimisation des profils professionnels

### Déroulé / Contenu

- Création des comptes professionnels
- Paramétrage des plateformes
- Optimisation des biographies
- Harmonisation de l'identité visuelle
- Paramétrage des fonctionnalités professionnelles

### Activités / Méthodes pédagogiques

- Démonstrations guidées
- Exercices pratiques
- Optimisation des comptes participants
- Livrable : profil optimisé

## Module 4 – Stratégie éditoriale et calendrier de communication

### Déroulé / Contenu

- Construction de la ligne éditoriale
- Définition des piliers de contenus
- Organisation des contenus TOFU / MOFU / BOFU
- Création du calendrier éditorial
- Structuration de la régularité de publication

### Activités / Méthodes pédagogiques

- Ateliers collaboratifs
- Création guidée
- Modèles prêts à l'emploi
- Livrable : calendrier éditorial

## Module 5 – Création de contenus et IA générative

### Déroulé / Contenu

- Création de contenus engageants
- Utilisation de Canva
- Utilisation d'outils IA générative
- Utilisation de Canva et outils IA génératifs avec usages d'accessibilité inclus
- Création de contenus accessibles (sous-titres, lisibilité, descriptions alternatives)
- Techniques de storytelling et copywriting

### Activités / Méthodes pédagogiques

- Ateliers créatifs
- Production assistée par IA
- Exercices pratiques
- Livrable : contenus prêts à publier

## Module 6 – E-réputation et analyse des performances

### Déroulé / Contenu

- Gestion des commentaires et avis
- Gestion des commentaires et avis sur Google Business Profile, Trustpilot, réseaux sociaux et sites web
- Gestion des bad buzz et crises d'image
- Introduction aux campagnes sponsorisées
- Analyse des statistiques et performances
- Optimisation des actions de communication

### Activités / Méthodes pédagogiques

- Études de cas
- Simulations de gestion de crise
- Analyse de statistiques
- Livrable : plan d'amélioration de communication

## MÉTHODES ET OUTILS PÉDAGOGIQUES / MOYENS D'ENCADREMENT

- Apports théoriques et méthodologiques
- Études de cas réels
- Exercices pratiques appliqués aux projets des participants
- Tutorats et accompagnement individualisé
- Feedbacks personnalisés
- Travaux intersession
- Outils collaboratifs et numériques
- Utilisation d'outils d'intelligence artificielle générative

## MOYENS TECHNIQUES ET MATÉRIELS

- Plateforme Zoom
- Plateforme Teetche
- Systeme.io
- Canva
- Ordinateur connecté à Internet
- Supports pédagogiques numériques
- Ressources téléchargeables
- Modèles et templates de communication

## MODALITÉS D'ÉVALUATION

## Évaluation amont

- Questionnaire de positionnement
- Entretien de découverte et analyse des besoins

## Évaluation formative

- Exercices pratiques
- Études de cas
- Travaux intermédiaires
- Livrables pédagogiques
- Feedbacks individualisés

## Évaluation certificative

Conception et mise en place d'une stratégie de communication et éditoriale d'une TPE via les réseaux sociaux avec remise d'un rapport écrit et soutenance orale devant jury.

Le candidat devra présenter :

- une stratégie réseaux sociaux,
- une sélection argumentée des plateformes,
- une page professionnelle optimisée,
- une stratégie éditoriale,
- un contenu prêt à publier,
- une stratégie publicitaire,
- une gestion de commentaire négatif,
- une analyse de performance.

## CERTIFICATION

La formation prépare à la certification « Communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir sa TPE », enregistrée au Répertoire Spécifique sous le numéro RS7200 et délivrée par CréActifs.

## ACCESSIBILITÉ DE LA FORMATION AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

La formation est accessible aux personnes en situation de handicap.

Les besoins spécifiques d'adaptation pédagogique, technique ou organisationnelle peuvent être étudiés avant l'entrée en formation.

**Référent handicap** : Gaëlle Meurdra Chateaubon

**Breakxit Contact** : [contact@breakxit.com](mailto:contact@breakxit.com)

# Parcours 2–Métamorphose ta communication digitale – Communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir sa TPE

Certification préparée : « **Communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir sa TPE** » – **RS7200**

Lien France Compétences : <https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/7200/>

## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

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

- Clarifier son positionnement et structurer une communication digitale cohérente.
- Définir une stratégie réseaux sociaux adaptée à son activité, son public cible et ses objectifs commerciaux.
- Identifier les plateformes sociales pertinentes selon sa cible et son secteur d'activité.
- Construire une présence digitale professionnelle et cohérente.
- Élaborer une stratégie éditoriale structurée et régulière.
- Créer des contenus engageants à l'aide d'outils numériques et d'intelligence artificielle générative.
- Produire des contenus accessibles aux personnes en situation de handicap.
- Développer sa visibilité et attirer de nouveaux clients.
- Gérer sa e-réputation et piloter les performances de sa communication.
- Déployer un plan de communication opérationnel et mesurable.

***En résumé, transformer une communication irrégulière ou artisanale en communication structurée, visible et rentable.***

## COMPÉTENCES VISÉES

**C1.** Définir une stratégie sur les réseaux sociaux, adaptée aux ressources mobilisables par la TPE et en lien avec son activité, son public cible et ses objectifs commerciaux, afin d'élaborer un plan d'action réaliste à la mesure des capacités financières et temporelles données au projet.

**C2.** Sélectionner la ou les plateforme(s) de réseaux sociaux ciblés en comparant leurs positionnements sur le marché, en s'assurant de leur correspondance avec son public cible et en prenant en compte les pratiques de la concurrence afin d'identifier les bonnes communautés.

**C3.** Créer et paramétrer une page de présentation de son entreprise TPE sur les réseaux sociaux choisis, tout en exploitant les interfaces et fonctionnalités de la plateforme et en intégrant les éléments de nom et d'identité visuelle pour l'ancrer dans le réseau social.

**C4.** Élaborer une stratégie éditoriale en tenant compte des spécificités propres à la TPE afin d'établir un planning d'actions et ainsi organiser une régularité dans la ligne éditoriale.

**C5.** Créer des contenus réseaux sociaux engageants, en conformité avec sa stratégie, en s'appuyant sur l'IA générative et sur des outils de design graphique, tout en les rendant accessibles aux personnes en situation de handicap.

**C6.** Cultiver la e-réputation de son entreprise TPE en mettant en place des actions publicitaires sur le réseau social concerné, en répondant aux avis, commentaires et critiques publiés par la communauté dans la page de l'entreprise.

## PUBLIC VISÉ

- Artisans
- Dirigeants de TPE
- Entrepreneurs indépendants
- Porteurs de projet
- Créateurs d'activité artisanale
- Professionnels souhaitant structurer leur visibilité digitale

(créateurs, freelances créatifs, petites marques, boutiques, métiers manuels, activités visuelles, produits personnalisés, prestations sur mesure.)

## PRÉREQUIS

- Disposer d'un projet professionnel ou d'une activité existante.
- Avoir accès à un ordinateur et à une connexion internet stable.
- Être prêt à travailler sur sa communication digitale pendant la formation.
- Savoir utiliser les outils numériques de base.

# EFFECTIF PAR SESSION

Minimum : 2 participants Maximum : 9 participants

## DURÉE

48 heures sur une période n'excédant pas 4 mois.

Répartition pédagogique :

- 33h de classe virtuelle synchrone
- 15h de e-learning asynchrone avec livrables

## MODALITÉS PÉDAGOGIQUES / ORGANISATION

Formation 100 % à distance.

La formation alterne :

- classes virtuelles synchrones sur Zoom,
- e-learning asynchrone avec livrables,
- ateliers stratégiques,
- travaux intersession,
- études de cas,
- exercices pratiques appliqués à l'activité du participant,
- accompagnement pédagogique,
- tutorat individualisé.

Plateformes utilisées :

- Zoom
- Teetche
- Systeme.io
- Canva
- Google Drive
- WhatsApp

Chaque module comprend :

- un temps d'apprentissage synchrone,
- des exercices d'application,
- un livrable pédagogique,
- des retours personnalisés,
- une mise en pratique directe sur l'activité du participant.

# MODALITÉS D'ASSISTANCE TECHNIQUE ET PÉDAGOGIQUE

Les participants bénéficient :

- d'un accompagnement pédagogique individualisé,
- d'un suivi par e-mail et WhatsApp,
- d'une assistance technique concernant les plateformes utilisées,
- d'un accompagnement méthodologique pour les livrables,
- de réponses aux demandes sous 48h ouvrées.

## DÉLAIS ET MODALITÉS D'ACCÈS

L'accès à la formation se fait après entretien de positionnement et validation du dossier.

Délais d'accès variables selon les modalités de financement.

Dans le cadre d'un financement CPF, un délai minimum légal de 14 jours calendaires s'applique entre la validation du dossier et l'entrée en formation.

## TARIFS

Formation Métamorphose ta communication digitale : **1945 € HT**

Certification RS7200 « Communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir sa TPE » incluse

## Programme

### Module 1 – Positionnement de marque artisanale & stratégie digitale

#### Déroulé / Contenu

- Définition de la mission, vision et valeurs
- Analyse du positionnement digital

- Identification des axes de différenciation
- Définition des objectifs de communication
- Construction d'une stratégie digitale adaptée
- Structuration du plan d'action marketing
- Organisation des canaux de communication
- Développement de la visibilité
- Mise en place d'actions de communication
- Cohérence stratégique globale

## **Sous-modules intégrés**

- Déployer son plan de communication
- Structurer sa feuille de route
- Prioriser ses actions
- Préparer son projet de certification

## **Activités / Méthodes pédagogiques**

- Classe virtuelle synchrone
- Exercices de positionnement
- Études de cas artisanaux et créatifs
- Audit de communication
- Ateliers stratégiques
- Exercices d'application
- Livrable : stratégie et plan de communication finalisé

## **Module 2 – Choix des plateformes, client idéal & communautés**

### **Déroulé / Contenu**

- Création des personas
- Analyse des besoins et comportements des audiences

- Étude des plateformes sociales
- Analyse concurrentielle
- Sélection des réseaux sociaux pertinents
- Positionnement produit et offre sur mesure
- Communication adaptée aux créations artisanales et productions limitées

## **Sous-modules intégrés**

- Développement du networking
- Création de collaborations
- Développement de partenariats stratégiques
- Stratégies relationnelles digitales

## **Activités / Méthodes pédagogiques**

- Benchmark concurrentiel
- Études de cas e-commerce, artisanat et prestations sur mesure
- Exercices pratiques
- Mises en situation
- Ateliers collaboratifs
- Livrable : sélection argumentée des plateformes et stratégie réseau

## **Module 3 – Création & optimisation des profils professionnels**

### **Déroulé / Contenu**

- Création et optimisation des profils professionnels
- Structuration d'un site ou d'une présence digitale cohérente
- Paramétrage des fonctionnalités professionnelles
- Optimisation des descriptions et biographies
- Développement de la visibilité digitale

- Mise en avant des produits, créations et prestations sur mesure

## **Sous-modules intégrés**

- Construction d'une identité visuelle professionnelle
- Harmonisation des supports digitaux
- Structuration de la cohérence visuelle
- Création d'une identité adaptée aux réseaux sociaux

## **Activités / Méthodes pédagogiques**

- Tutoriels guidés
- Démonstrations Canva
- Exercices pratiques
- Création guidée
- Optimisation des comptes participants
- Livrable : profils professionnels et identité visuelle harmonisés

## **Module 4 – Stratégie éditoriale & calendrier de contenu**

### **Déroulé / Contenu**

- Élaboration d'une stratégie éditoriale
- Construction d'un calendrier éditorial
- Développement du storytelling
- Création de la proposition de valeur
- Structuration du message commercial
- Définition du ton de communication
- Cohérence du discours de marque
- Organisation d'un rythme de publication adapté à la production artisanale ou créative

## **Sous-modules intégrés**

- Organisation des contenus TOFU / MOFU / BOFU

- Structuration de la régularité éditoriale
- Communication autour des coulisses et du savoir-faire

## **Activités / Méthodes pédagogiques**

- Ateliers collaboratifs
- Exercices rédactionnels
- Mises en situation
- Création guidée
- Livrable : calendrier éditorial et message de marque structuré

## **Module 5 – Création de contenus, IA générative & engagement**

### **Déroulé / Contenu**

- Création de contenus engageants
- Utilisation de Canva et outils IA génératifs avec usages d'accessibilité inclus
- Création de contenus accessibles (sous-titrage, descriptions alternatives, lisibilité)
- Production de contenus orientés conversion
- Création de contenus adaptés aux réseaux sociaux
- Valorisation des produits, créations et prestations personnalisées
- Développement de l'engagement communautaire

### **Sous-modules intégrés**

- Création de carrousels, reels et visuels produits
- Storytelling de marque artisanale
- Mise en avant du processus de création

#### Activités / Méthodes pédagogiques

- Ateliers créatifs
- Production assistée par IA
- Exercices pratiques

- Exercices d'application
- Livrable : contenus prêts à publier

## Module 6 – E-réputation, visibilité & analyse des performances

### Déroulé / Contenu

- Gestion des commentaires et avis
- Gestion des commentaires et avis sur Google Business Profile, Trustpilot, réseaux sociaux et sites web
- Gestion des bad buzz et crises d'image
- Valorisation des témoignages clients
- Création de preuves sociales
- Construction d'une communication crédible
- Renforcement de l'image professionnelle
- Analyse des KPI et statistiques
- Lecture des performances des publications
- Optimisation des actions de communication
- Suivi des données réseaux sociaux
- Ajustement des stratégies de visibilité
- Fidélisation de la clientèle

### Sous-modules intégrés

- Développement de la crédibilité
- Fidélisation & engagement communautaire
- Mesure et optimisation des performances

### Activités / Méthodes pédagogiques

- Simulations de gestion de crise
- Analyses de statistiques réelles

- Études de cas
- Exercices d'interprétation
- Exercices pratiques
- Livrable : stratégie e-réputation et tableau de suivi des performances

## MÉTHODES ET OUTILS PÉDAGOGIQUES / MOYENS D'ENCADREMENT

- Apports théoriques et méthodologiques
- Études de cas réels
- Exercices pratiques appliqués aux projets des participants
- Tutorats et accompagnement individualisé
- Feedbacks personnalisés
- Travaux intersession
- Outils collaboratifs et numériques
- Utilisation d'outils d'intelligence artificielle générative
- Mise en application directe sur l'activité du participant

## MOYENS TECHNIQUES ET MATÉRIELS

- Plateforme Zoom
- Plateforme Teetche
- Systeme.io
- Canva
- Ordinateur connecté à Internet
- Supports pédagogiques numériques
- Ressources téléchargeables
- Templates et outils de communication

## MODALITÉS D'ÉVALUATION

### Évaluation amont

- Questionnaire de positionnement
- Entretien individuel
- Analyse des besoins et objectifs

# Évaluation formative

- Exercices pratiques
- Travaux intermédiaires
- Études de cas
- Livrables pédagogiques
- Feedbacks individualisés

# Évaluation certificative

Conception et mise en place d'une stratégie de communication et éditoriale d'une TPE via les réseaux sociaux avec remise d'un rapport écrit et soutenance orale devant jury.

Le candidat devra présenter :

- une stratégie réseaux sociaux,
- une sélection argumentée des plateformes,
- une page professionnelle optimisée,
- une stratégie éditoriale,
- un contenu prêt à publier,
- une stratégie publicitaire,
- une gestion de commentaire négatif,
- une analyse de performance.

## CERTIFICATION

La formation prépare à la certification « Communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir sa TPE », enregistrée au Répertoire Spécifique sous le numéro RS7200 et délivrée par CréActifs.

## ACCESSIBILITÉ DE LA FORMATION AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

La formation est accessible aux personnes en situation de handicap.

Les besoins spécifiques d'adaptation pédagogique, technique ou organisationnelle peuvent être étudiés avant l'entrée en formation.

**Référent handicap** : Gaëlle Meurdra Chateaubon

**Breakxit Contact** : [contact@breakxit.com](mailto:contact@breakxit.com)

