

Communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir sa TPE

Programme de formation

Certificateur : CréActifs — Certification RS7200 (Répertoire Spécifique de France Compétences)

Intitulé de la formation

Communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir sa TPE.

Objectifs pédagogiques

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

- définir une stratégie de communication sur les réseaux sociaux adaptée aux ressources mobilisables par la TPE, à son activité, à son public cible et à ses objectifs commerciaux, et d'en tirer un plan d'action réaliste ;
- sélectionner la ou les plateformes les plus pertinentes en comparant leurs positionnements sur le marché, leurs audiences, leurs algorithmes et les pratiques de la concurrence, afin d'identifier les bonnes communautés ;
- créer et paramétrer une page professionnelle d'entreprise en exploitant les interfaces et fonctionnalités de la plateforme et en intégrant les éléments de nom et d'identité visuelle ;
- élaborer une stratégie éditoriale assortie d'objectifs qualitatifs, quantitatifs et temporels et d'un planning d'actions assurant la régularité de la ligne éditoriale ;
- créer des contenus engageants conformes à sa stratégie, en s'appuyant sur l'IA générative et des outils de design graphique, accessibles aux personnes en situation de handicap, et en mesurer les interactions pour ajuster le ton, les formats et les appels à l'action ;
- cultiver la e-réputation de sa TPE en mettant en place des actions publicitaires, en répondant aux avis, commentaires et critiques, en gérant les bad buzz et les crises d'image, en sélectionnant des e-influenceurs et en suivant les données transmises par le réseau social.

Objectifs et compétences visées

À l'issue de la formation, le participant est capable de mobiliser les six compétences attestées par la certification :

- 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.
- 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.

- 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.
- Élaborer une stratégie éditoriale en tenant compte des spécificités propres à la TPE (objectifs qualitatifs, quantitatifs et temporels) afin d'établir un planning d'actions et ainsi organiser une régularité dans la ligne éditoriale.
- Créer des contenus réseaux sociaux engageant, 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 (sous-titrages par exemple), et en adoptant un ton en correspondance avec la communauté visée afin de générer des actions, des réactions ou des interactions du(des) public(s) visé(s).
- 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, en gérant les bad buzz et crises d'image, en sélectionnant des e-influenceurs et en suivant les données transmises par le réseau social concerné afin d'attirer davantage de public(s) visé(s) et d'optimiser la performance de ses publications.

Prérequis

Maîtrise des outils bureautiques (traitement de texte, traitement des images, navigation internet, tableur). Aisance dans le rédactionnel et le traitement de données chiffrées. Disposer d'un ordinateur (PC ou Mac) et d'une connexion Internet haut débit.

Disposer d'un projet réel de promotion d'une TPE via les réseaux sociaux (création ou activité en cours), support des travaux réalisés pendant la formation et des productions remises au jury.

Positionnement initial

Un questionnaire de positionnement est adressé à chaque participant avant l'entrée en formation, afin d'évaluer son niveau initial sur les compétences visées et d'adapter, le cas échéant, les modalités pédagogiques.

Public cible

La certification s'adresse aux créateurs d'une TPE, aux dirigeants de TPE ou à leurs collaborateurs directs en charge de la communication, ayant le projet de promouvoir les activités de la TPE via les réseaux sociaux.

Durée totale

21 heures réparties sur 3 journées, réalisées à 100 % à distance en visioconférence synchrone.

Effectif

De 4 à 6 participants par session.

Modalités pédagogiques

Pédagogie active fondée sur la mise en pratique directe sur les plateformes professionnelles et l'analyse de cas réels, en alternance d'apports structurants, d'ateliers appliqués au projet de chaque participant et de mises en situation, animés en visioconférence synchrone. La formation s'appuie sur l'expérience opérationnelle de la formatrice en communication digitale et réseaux sociaux, conduite depuis 2019 (Reckitt, Digitaleo+, Oxatis, DeepReach, Club Med) sur Meta, TikTok, Pinterest et Google. Les cas et exemples utilisés en séance sont anonymisés et transposés à l'échelle, aux moyens et aux budgets d'une TPE. Un support pédagogique et des outils directement réutilisables en poste sont remis à chaque participant.

- Moyens techniques requis : un ordinateur ou une tablette, une connexion internet stable, une webcam et un micro ; le lien de connexion à la visioconférence est transmis avant chaque session

Un ordinateur (PC ou Mac) est requis pour les ateliers de production, de paramétrage de la page et de paramétrage de la campagne, conformément aux prérequis ; une tablette ne peut être utilisée qu'en complément, pour la connexion à la visioconférence.

- Assistance technique et pédagogique assurée par l'organisme, joignable par courriel (contact@nouveau-cap-formation.fr) et par téléphone (07 55 48 83 27)

Outils mobilisés pendant les ateliers : le module 5 s'appuie sur un outil de création de visuels et sur un outil d'IA générative, accessibles sans licence payante, présentés en séance. Le participant utilise ses propres comptes ; aucune licence payante n'est nécessaire pour suivre la formation, et aucune n'est incluse dans le tarif. Les données saisies dans ces outils relèvent des comptes du participant et ne sont pas traitées par l'organisme.

Module 6 : la campagne publicitaire est paramétrée dans le gestionnaire de publicités rattaché à la page professionnelle du participant, jusqu'à l'étape de validation, sans activation ni engagement de budget média. L'ouverture de ce compte publicitaire est sans frais et fait partie de l'atelier. Aucune dépense publicitaire n'est demandée au participant pendant la formation, et aucune n'est incluse dans le tarif.

Organisation et planning

Jour 1 — 9h00 à 12h00	Module 1 — Définir une stratégie sur les réseaux sociaux (C1) — 3h
Jour 1 — 13h00 à 17h00	Module 4 — Élaborer sa stratégie éditoriale (C4) — 4h
Jour 2 — 9h00 à 12h00	Module 2 — Sélectionner les plateformes cibles (C2) — 3h
Jour 2 — 13h00 à 17h00	Module 5 — Créer des contenus engageants (C5) — 4h
Jour 3 — 9h00 à 12h00	Module 3 — Créer et paramétrer sa page professionnelle (C3) — 3h
Jour 3 — 13h00 à 17h00	Module 6 — Cultiver la e-réputation (C6) — 4h

Pause déjeuner de 12h00 à 13h00 chaque jour. Total : 21 heures, chaque heure rattachée à un module, durée pondérée selon la complexité de chaque compétence. Les épreuves de certification se déroulent hors de ce temps de formation.

L'ordre de déroulement des modules suit une logique de cadrage puis de mise en œuvre, et non l'ordre

de numérotation des compétences. Le jour 1 est consacré au cadrage du projet : la stratégie générale (C1) puis les objectifs éditoriaux, qualitatifs, quantitatifs et temporels, et le planning d'actions (C4), qui se définissent à l'échelle de la TPE, de ses ressources et de ses objectifs commerciaux, indépendamment du choix des plateformes. Le jour 2 porte sur la sélection des plateformes et des communautés cibles (C2) le matin, puis sur la production des contenus (C5) l'après-midi, celle-ci étant conduite aux formats et aux normes des plateformes retenues quelques heures plus tôt. Le jour 3 est consacré à la mise en ligne et à l'animation : création et paramétrage de la page professionnelle (C3) le matin, puis publicité, e-réputation et suivi des données (C6) l'après-midi, la page servant alors de support aux travaux. Le planning éditorial construit au jour 1 et les contenus produits au jour 2 sont revus et ajustés au jour 3, une fois la page en ligne et les plateformes arrêtées.

Programme détaillé

Module 1 — Définir une stratégie sur les réseaux sociaux (C1 · 3h)

Compétence visée : 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.

- Identifier les objectifs, la cible, la période de communication et le budget alloué à la stratégie réseaux sociaux
- Analyser les ressources mobilisables par la TPE (temps, budget, compétences internes)
- Construire un plan d'action réaliste et cohérent avec les capacités financières et temporelles du projet, en s'appuyant sur des repères de coût simples calibrés sur des budgets de TPE
- Atelier : élaboration de la stratégie réseaux sociaux appliquée au projet de chaque participant

Méthodes pédagogiques : apports théoriques structurés et étude de cas appliquée au projet du participant, illustrée par des exemples de campagnes anonymisés.

Module 2 — Sélectionner les plateformes cibles (C2 · 3h)

Compétence visée : 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.

- Comparer les caractéristiques des principales plateformes (audience, algorithmes, fonctionnalités)
- Sélectionner la ou les plateformes en fonction du public cible et de ses comportements
- Analyser les pratiques de la concurrence pour identifier des opportunités
- Identifier, au sein des plateformes retenues, les communautés à atteindre (groupes, pages, comptes fédérateurs, mots-clés et hashtags du secteur) et vérifier leur correspondance avec le public cible et ses comportements
- Atelier : grille de sélection des plateformes appliquée au secteur d'activité du participant

L'atelier produit une grille de sélection des plateformes et des communautés cibles, remise au jury.

Méthodes pédagogiques : étude comparative et travail en sous-groupes, nourrie par l'expérience opérationnelle de la formatrice sur Google Ads, Meta Ads, TikTok Ads et Pinterest Ads.

Module 3 — Créer et paramétrer sa page professionnelle (C3 · 3h)

Compétence visée : 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.

- Concevoir une page professionnelle respectant l'identité visuelle de l'entreprise
- Optimiser les descriptions et informations publiées pour capter l'attention des publics cibles
- Paramétrer les fonctionnalités de la page (messagerie, publications, suivi des performances)
- Atelier : création et paramétrage en direct de la page professionnelle du participant

Méthodes pédagogiques : démonstration d'outil et mise en pratique guidée.

Module 4 — Élaborer sa stratégie éditoriale (C4 · 4h)

Compétence visée : Élaborer une stratégie éditoriale en tenant compte des spécificités propres à la TPE (objectifs qualitatifs, quantitatifs et temporels) afin d'établir un planning d'actions et ainsi organiser une régularité dans la ligne éditoriale.

- Définir des objectifs éditoriaux qualitatifs et quantitatifs adaptés à l'activité de la TPE
- Définir des objectifs éditoriaux temporels : échéances, fréquences de publication et horizon de la ligne éditoriale
- Élaborer un planning éditorial structuré assurant une communication régulière
- Organiser la ligne éditoriale en cohérence avec les contraintes temporelles et organisationnelles
- Atelier : construction du planning éditorial du participant sur un mois type

Méthodes pédagogiques : exercice individuel guidé et retours croisés entre participants.

Module 5 — Créer des contenus engageants (C5 · 4h)

Compétence visée : Créer des contenus réseaux sociaux engageant, 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 (sous-titrages par exemple), et en adoptant un ton en correspondance avec la communauté visée afin de générer des actions, des réactions ou des interactions du(des) public(s) visé(s).

- Concevoir des contenus visuels et textuels adaptés aux formats et normes des plateformes sélectionnées
- Utiliser l'IA générative et des outils de design graphique pour créer et optimiser des contenus
- Garantir l'accessibilité des contenus (sous-titrage, descriptions alternatives) pour les personnes en situation de handicap

- Adapter le ton et le style au public visé pour générer de l'engagement
- Analyser les résultats d'interaction des publications (portée, réactions, commentaires, partages, clics, taux d'engagement) et justifier ou ajuster le ton, le style, les formats et les appels à l'action à partir des résultats mesurés
- Source des données analysées : publications déjà diffusées par la TPE du participant ou, à défaut, jeu de données fourni par la formatrice dans le cadre d'un cas pratique
- Atelier : création d'un post prêt à être publié pour le compte du participant
- Atelier : analyse des données d'interaction obtenues et ajustements argumentés du ton, des formats et des appels à l'action

Méthodes pédagogiques : mise en situation et ateliers pratiques sur outils IA et design.

Module 6 — Cultiver la e-réputation (C6 • 4h)

Compétence visée : 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, en gérant les bad buzz et crises d'image, en sélectionnant des e-influenceurs et en suivant les données transmises par le réseau social concerné afin d'attirer davantage de public(s) visé(s) et d'optimiser la performance de ses publications.

- Construire une stratégie publicitaire sur le réseau social concerné (durée, cible, contenus, budget)
- Construire et mettre en place une campagne publicitaire dans l'outil de campagne du réseau social concerné : paramétrage de l'objectif, du public cible, des contenus, de la durée et du budget
- Traiter les commentaires négatifs, bad buzz et crises d'image de manière adaptée
- Sélectionner des e-influenceurs pertinents pour renforcer la visibilité de l'entreprise
- Suivre et interpréter les données du réseau social pour optimiser la performance des publications
- Atelier : traitement d'un cas pratique de gestion de commentaire négatif
- Atelier : paramétrage d'une campagne publicitaire dans l'outil de campagne du réseau social retenu (objectif, public cible, contenus, durée, budget)
- Atelier : sélection argumentée de deux à trois e-influenceurs pertinents pour la TPE du participant (critères d'audience, de thématique, de taux d'engagement et de coût) et lecture du tableau de bord du réseau social — relevé des indicateurs disponibles (portée, abonnés, interactions, taux d'engagement), interprétation et décisions d'optimisation des publications à venir

Méthodes pédagogiques : jeux de rôle et débriefing collectif.

Couverture du référentiel RS7200

Compétence	Module	Jour	Production remise au jury
C1	Module 1	Jour 1	plan d'action réseaux sociaux — stratégie remise au jury
C2	Module 2	Jour 2	grille de sélection des plateformes et des communautés cibles
C3	Module 3	Jour 3	page professionnelle créée

C4	Module 4	Jour 1	et paramétrée planning éditorial sur un mois type
C5	Module 5	Jour 2	post prêt à être publié, accessible
C6	Module 6	Jour 3	campagne publicitaire paramétrée et réponse à un commentaire négatif

Les six compétences du référentiel RS7200 sont couvertes par le programme et donnent chacune lieu à une production remise au jury d'évaluation.

Pour la compétence C6, la production couvre les cinq composantes du libellé : la campagne publicitaire paramétrée dans l'outil de campagne, la réponse argumentée à un commentaire négatif et le traitement d'un cas de bad buzz, la grille de sélection d'e-influenceurs et le relevé commenté des données transmises par le réseau social.

Évaluations réalisées par l'organisme

Avant l'entrée en formation : questionnaire de positionnement évaluant le niveau initial du participant sur les six compétences visées.

Pendant la formation : chaque module se conclut par un atelier produisant un livrable — plan d'action réseaux sociaux (M1), grille de sélection des plateformes (M2), page professionnelle créée et paramétrée (M3), planning éditorial sur un mois type (M4), publication prête à être publiée (M5), réponse argumentée à un commentaire négatif (M6). Chaque livrable est évalué par la formatrice au moyen d'une grille critériée alignée sur les compétences visées et fait l'objet d'un retour individuel au cours de la session. Les acquis sont consignés dans une grille de suivi individuelle.

Le livrable du module 6 comprend également la campagne publicitaire paramétrée dans l'outil de campagne du réseau social retenu.

Le livrable du module 6 comprend également la grille de sélection d'e-influenceurs et le relevé commenté des données transmises par le réseau social, assortis des décisions d'optimisation retenues.

En fin de formation : bilan individuel reprenant la grille de suivi, puis questionnaire final dont les résultats sont reportés sur l'attestation de fin de formation remise en application de l'article L. 6353-1 du Code du travail, et questionnaire de satisfaction.

Un questionnaire de satisfaction à froid est adressé dans les 3 mois suivant la fin de la formation. Les résultats sont analysés et pris en compte dans l'amélioration continue du programme.

Ces évaluations sont conduites par l'organisme et sont distinctes des épreuves de certification.

Suivi de l'assiduité et prévention des abandons

La formation étant réalisée en visioconférence synchrone, l'assiduité est attestée par une feuille d'émargement électronique signée par demi-journée, complétée par les relevés de connexion à la visioconférence. En cas d'absence ou de désengagement, la formatrice prend contact avec le participant dans les 24 heures ouvrées afin d'identifier les difficultés et de proposer des mesures d'accompagnement adaptées, de manière à prévenir les ruptures de parcours.

Modalités d'évaluation

Évaluation certificative sous la forme d'une présentation écrite de la stratégie de communication et éditoriale du candidat, remise dans un délai d'un mois maximum à l'issue de la formation, puis d'une soutenance orale de 20 minutes (appuyée par un support de présentation) présentant cette stratégie ainsi que la page professionnelle créée sur le ou les réseaux sociaux sélectionnés, suivie de 10 minutes de questions du jury. Le jury de délivrance de la certification est composé de 3 personnes : un représentant du certificateur CréActifs en tant que Président du jury, et deux professionnels extérieurs à CréActifs dont la qualité est en lien avec la certification visée, soit 66 % de personnes extérieures à l'organisme certificateur. En cas de réussite, un certificat de compétences est délivré par CréActifs et transmis au candidat.

L'évaluation certificative porte sur la conception et sur la mise en place de la stratégie : le dossier atteste à la fois de la conception et de sa mise en place effective sur le ou les réseaux sociaux sélectionnés — page créée et paramétrée, publication réalisée, campagne publicitaire construite dans l'outil de campagne.

La mise en place effective est attestée par les éléments suivants : la page professionnelle créée, paramétrée et accessible en ligne ; le post publié sur cette page, ou programmé à une date déterminée dans l'outil de publication du réseau social, capture d'écran à l'appui ; la campagne publicitaire intégralement paramétrée dans l'outil de campagne du réseau social (objectif, public cible, contenus, durée, budget) et prête à être activée, capture d'écran à l'appui. L'activation payante de la campagne n'est pas exigée pour l'évaluation.

Le dossier écrit remis au jury comprend :

Le dossier écrit est constitué à partir des livrables produits pendant les trois journées de formation, que le candidat consolide et met en forme après la session. Le modèle de dossier, les modalités de remise et le calendrier de la session d'évaluation lui sont communiqués à l'issue du jour 3, en même temps que le bilan individuel.

- l'élaboration d'une stratégie sur un ou plusieurs réseaux sociaux rigoureusement sélectionnés, adaptée au secteur d'activité et à la cible client (C1, C2) ;
 - la grille de sélection des plateformes et des communautés cibles, comparant les positionnements sur le marché, la correspondance des audiences avec le public cible et les pratiques de la concurrence, et identifiant les communautés à atteindre (C2) ;
- la création d'une page professionnelle correctement paramétrée et présentée, respectant les codes du réseau social et l'identité visuelle de l'entreprise (C2, C3) ;
- la stratégie éditoriale rattachée à l'activité promue, sa régularité via un planning détaillé et sa cohérence avec les objectifs poursuivis (C4) ;
- un post prêt à être publié, correctement rédigé, respectant le ton, la thématique et l'esthétique requis par les codes du réseau social choisi et cohérent avec l'identité de la TPE, les différentes situations de handicap étant prises en compte (C5) ;
- la stratégie de publicité construite avec l'outil de campagne du réseau social choisi et sa gestion des commentaires négatifs dans un cas pratique imposé (C6).
 - en annexe : la grille de sélection d'e-influenceurs et le relevé commenté des données transmises par le réseau social, assortis des décisions d'optimisation retenues (C6).

Si l'évaluation d'une ou plusieurs compétences n'est pas applicable au projet du candidat, un cas théorique imposé est traité par le candidat afin de vérifier la validation des acquis.

Nouveau Cap Formation est habilité par CréActifs à former et à organiser l'évaluation au titre de la certification RS7200. À ce titre, l'organisme organise les sessions d'évaluation conformément au référentiel d'évaluation du certificateur et y inscrit les stagiaires qu'il a formés. Le jury de délivrance est constitué par CréActifs, qui en désigne le président ainsi que les deux professionnels extérieurs. La décision de délivrance de la certification et l'édition du certificat de compétences relèvent exclusivement de CréActifs.

Habilitation délivrée le 09/09/2026 par CréActifs, option « Évaluation », déclarée par le certificateur à France Compétences et à la Caisse des Dépôts.

Conformément au processus de passage des examens du certificateur, le candidat dispose de 6 mois après la formation pour se présenter à l'épreuve certificative.

La formatrice n'intervient pas dans le processus d'évaluation certificative ni dans la composition du jury : l'organisme assure l'organisation matérielle des sessions, le jury de délivrance et la décision de certification relevant exclusivement de CréActifs.

Conditions de rattrapage

En cas d'échec ou d'absence aux épreuves de certification, le candidat dispose d'un délai d'un an maximum pour se présenter à une nouvelle session d'évaluation, sans obligation de suivre une nouvelle formation, dans la limite de 3 sessions d'évaluation sur cette période. Au-delà d'un an, une nouvelle formation en cohérence avec la certification visée est nécessaire. En cas d'échec, un entretien est proposé au candidat pour analyser les compétences non maîtrisées et déterminer les actions permettant de les acquérir.

Les sessions d'évaluation et de rattrapage s'inscrivent dans la limite de la date de dernière délivrance possible de la certification.

Ce délai d'un an court à compter de la notification au candidat du résultat de sa première session d'évaluation. Le délai de six mois pour se présenter à l'épreuve court à compter du dernier jour de la formation ; le dossier écrit est remis dans le mois suivant ce dernier jour, quelle que soit la date de soutenance retenue à l'intérieur de ces six mois.

Certification visée

La formation prépare à la certification intitulée 'Communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir sa TPE', détenue par CréActifs et enregistrée le 25/06/2025 sous le numéro RS7200 au Répertoire Spécifique de France Compétences. Lien France Compétences : <https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/7200/>

Date d'échéance de l'enregistrement : 25/06/2028. Date de dernière délivrance possible : 25/12/2028.

Équivalences, passerelles, suites de parcours et débouchés

La certification RS7200 est enregistrée au Répertoire spécifique de France Compétences : elle n'est pas découpée en blocs de compétences et ne donne lieu, à la date du présent programme, à aucune équivalence ni passerelle avec une autre certification enregistrée. Suites de parcours : les compétences

acquises peuvent être prolongées par toute certification enregistrée portant sur la communication digitale, la publicité en ligne, la création de contenus ou la relation client digitale, ou par une certification professionnelle de niveau supérieur en marketing et communication. Débouchés : la certification s'exerce dans le cadre de la création ou du développement d'une TPE (créateur, dirigeant) ou au sein d'une TPE sur les fonctions de communication et de promotion de l'activité ; elle n'ouvre pas l'accès à une profession réglementée.

Référent handicap

Référent handicap : Flavie Bonnaudet — contact@nouveau-cap-formation.fr — 07 55 48 83 27. En cas de situation de handicap, l'organisme déterminera, en lien avec le stagiaire, les adaptations à mettre en œuvre et mobilisera si besoin les partenaires spécialisés (Agefiph, Cap Emploi). Pour les épreuves de certification, le candidat peut également solliciter le référent handicap du certificateur afin d'aménager les modalités d'évaluation.

Modalités d'assistance technique

Formation réalisée à distance en visioconférence synchrone via le logiciel Zoom. Un service d'assistance technique et pédagogique est mis à disposition des stagiaires pendant toute la durée du parcours, joignable par courriel (contact@nouveau-cap-formation.fr) et par téléphone (07 55 48 83 27), avec une réponse sous 2 jours ouvrés.

Pendant les trois journées de formation, l'assistance technique et pédagogique est assurée en direct par la formatrice au sein de la visioconférence, sans délai : les incidents de connexion ou d'accès aux outils sont traités en séance et, si nécessaire, par téléphone pendant la demi-journée concernée, un lien de connexion de secours étant transmis dans l'heure. Le délai de deux jours ouvrés s'applique aux demandes adressées en dehors des temps de formation, avant l'entrée en formation et jusqu'au passage de l'épreuve certificative.

Tarif

1 650 € TTC (exonération de TVA — article 261-4-4°a du CGI).

Ce tarif inclut l'inscription à la première session d'évaluation certificative RS7200 (frais d'inscription et de jury compris).

Les sessions d'évaluation postérieures à la première ne sont pas comprises dans ce tarif : chacune fait l'objet d'une facturation distincte, communiquée au candidat par devis écrit avant son inscription à la session concernée.

Indicateurs de résultats

Première session de formation : données non encore disponibles. Les indicateurs suivants seront communiqués dès la première session réalisée : taux de satisfaction des participants, taux de réussite à la certification, taux d'abandon.

Délai d'accès et délai de rétractation

Délai d'accès : environ 2 mois entre la demande du candidat et son entrée en formation, le temps de constituer le groupe de 4 à 6 participants et d'arrêter les trois journées. Les inscriptions sont closes 15 jours calendaires avant le démarrage de la session choisie.

Ce délai n'excède pas quatre mois à compter de la demande. Si le groupe de quatre participants n'est pas constitué dans ce délai, l'organisme en informe le candidat par écrit et lui propose, à son choix, le report sur la session suivante ou l'annulation de sa demande sans frais.

L'inscription se fait par courriel ou par téléphone ; la demande est traitée sous deux jours ouvrés. L'inscription devient définitive après validation des prérequis et du questionnaire de positionnement et acceptation des conditions contractuelles. Le règlement intérieur et les conditions générales de vente sont remis au participant avant son inscription définitive et avant tout règlement de frais.

Délai de rétractation : dix jours à compter de la signature du contrat lorsque la personne entreprend la formation à titre individuel et à ses frais, par lettre recommandée avec avis de réception (articles L. 6353-3 et L. 6353-5 du Code du travail) ; quatorze jours à compter de la conclusion du contrat lorsque le client est un consommateur et que le contrat est conclu à distance (article L. 221-18 du Code de la consommation). Aucun délai légal de rétractation ne s'applique lorsque l'inscription est réalisée par un employeur au moyen d'une convention de formation professionnelle. Les modalités complètes figurent aux articles 6, 7 et 8 des conditions générales de vente.

Coordonnées de l'organisme

Organisme de formation	Nouveau Cap Formation
SIRET	999 546 013 00015
Déclaration d'activité	Enregistré sous le numéro 11911169691. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'État.
Certification qualité	Qualiopi — catégorie « Actions de formation » — certificat n° CAP2390 délivré par CAPCERT (accréditation Cofrac n° 5-0638), valide du 19/05/2026 au 18/05/2029
Siège social	3 rue Jules Guesde, 91130 Ris-Orangis
Modalité de formation	À distance — visioconférence synchrone (Zoom)
Contact	contact@nouveau-cap-formation.fr — 07 55 48 83 27

Programme établi sur la base de la version validée par le certificateur le 02/07/2026 — version 3 du 14/09/2026.

Modifications depuis la version du 02/07/2026 : coordonnées de l'organisme (téléphone et adresse électronique) ; paragraphe « Délai d'accès et délai de rétractation » ; paragraphe relatif à l'organisation des épreuves d'évaluation ; ordre de déroulement des six modules sur les trois journées ; ajout d'un paragraphe sur les évaluations réalisées par l'organisme ; retrait des noms d'entreprises dans les méthodes pédagogiques. Intitulé, compétences, durées, effectif, modalités d'évaluation, composition du jury, conditions de rattrapage et tarif sont inchangés.

Ajouts de la version 3 : rubrique « Objectifs pédagogiques » ; prérequis relatif au projet de TPE ; objectifs éditoriaux temporels (module 4) ; analyse des interactions mesurées et source des données (module 5) ; paramétrage de la campagne publicitaire dans l'outil de campagne (module 6) ; tableau de couverture du référentiel ; rubrique « Suivi de l'assiduité et prévention des abandons » ; détail des productions

composant le dossier remis au jury ; délai de présentation aux épreuves ; dates d'échéance de l'enregistrement de la certification ; mention de l'inscription à la certification dans le tarif ; rubrique « Indicateurs de résultats » ; modalités d'inscription ; questionnaire de satisfaction à froid. Intitulé, compétences, durées, effectif, composition du jury, conditions de rattrapage et tarif sont inchangés.