



PROGRAMME OFFICIEL DE FORMATION

SMP

Stratégie Marketing Personnalisée

Devenir autonome sur sa communication digitale :
stratégie, personas, algorithmes, création de contenu et
animation d'une communauté qui crée du lien — par projets,
sur sa propre activité.

Action de formation au sens du 1° de l'article L. 6313-1 du Code du travail.

24 h · discontinu

Par projets

Qualiopi · QNW0132

ADéPA — Association loi 1901 · SIRET 820 051 852 00011 · NDA 11771011677 · 7 rue André Malraux, 77000 Melun · 30 rue Nouvelle,
77190 Dammarie-lès-Lys · 06 25 91 35 94 · contact@adepa77.fr · adepa77.fr

SMP fusionne le rôle de chargé de marketing digital et de community manager en un seul parcours. Son principe : chacun travaille sur sa propre activité du début à la fin, outille chaque compétence dans un **Journal de bord**, et repart autonome — capable de piloter sa présence digitale sans dépendre d'une agence.

Sommaire

— Fiche programme (synthèse)	3
1 Identification de l'organisme	4
2 Présentation et positionnement de la formation	4
3 Objectifs pédagogiques et compétences visées	4
4 Public visé et prérequis	5
5 Accessibilité aux personnes en situation de handicap	5
6 Organisation, modalités, délais d'accès et durée	5
7 Programme détaillé — 6 modules et missions	5
8 Le Journal de bord SMP — boîte à outils	6
9 Méthodes, moyens pédagogiques, techniques et d'encadrement	7
10 Modalités d'évaluation et de suivi	7
11 Tarifs et formats	8
12 Financer sa formation	8
13 Indicateurs de résultats et démarche qualité	8
14 Confidentialité et protection des données	9
15 Inscription, contact et réclamations	9
16 Mentions légales	9

Fiche programme – SMP, Stratégie Marketing Personnalisée

Action de formation (1^{er} de l'art. L. 6313-1 du Code du travail) . Rendre l'auto-entrepreneur et la TPE autonomes sur leur communication digitale.

SMP · 24 H · 6 MODULES + MISSIONS APPLIQUÉES

1 490 € indiv.

ou ≈ 990 € / pers. en collectif

24 h

DISCONTINU · 6 × 4 H

Par projets

SUR SA PROPRE ACTIVITÉ

Journal de bord

OUTILS À COMPLÉTER

4 à 8 sem.

RYTHME CONSEILLÉ

Une formation **pratique et opérationnelle** : chaque module est suivi d'une **mission appliquée** à sa propre entreprise, outillée dans un **Journal de bord** (Business Model Canvas, personas, calendrier de contenu, branding...). À l'issue, le participant présente sa stratégie SMP personnalisée et la met en œuvre seul.

INFORMATIONS CLÉS

Format	Individuel ou collectif (3 à 6) · présentiel (Melun / Dammarie) et/ou distanciel synchrone
Public	Auto-entrepreneurs, créateurs et dirigeants de TPE, indépendants
Prérequis	Avoir (ou lancer) une activité ; aucune compétence marketing requise
Délai d'accès	Entretien de positionnement, puis démarrage sous 2 à 4 semaines
Sanction	Attestation de fin de formation + attestation de réalisation

LES 6 MODULES (24 H)

Module	h
● 1 · Fondations & effectuation	4
● 2 · Personas & cible émotionnelle	4
● 3 · Algorithmes & plateformes	4
● 4 · Création de contenu qui convertit	4
● 5 · Communauté & lien émotionnel	4
● 6 · Mesure, pilotage & autonomie	4

CE QUE VOUS SAUREZ FAIRE

- ✓ poser une stratégie claire (effectuation, personas) ;
- ✓ comprendre les algorithmes et choisir vos réseaux ;
- ✓ créer un contenu qui convertit (avec l'IA) ;
- ✓ animer une communauté et créer du lien émotionnel ;
- ✓ piloter par les chiffres et rester autonome.

FINANCEMENTS

OPCO · FAF des indépendants (AGEFICE, FIFPL) · France Travail (AIF) · plan de développement des compétences · financement personnel. Éligibilité CPF en projet via adossement à une certification enregistrée.

Formation disponible en présentiel/distanciel et **en vidéo sur Teachizy**, avec Journal de bord. Conçue et dispensée par ADÉPA — association loi 1901 · NDA 11771011677 (préfet de région Île-de-France, ne vaut pas agrément de l'État) · Qualiopi n° QNW0132 (QUALIPRO CERTIFICATION, Cofrac n° 5-0681), catégorie « Actions de formation », valable du 10/03/2026 au 09/03/2029.

1 Identification de l'organisme

Dénomination	Association pour le Développement de l'Éducation Par l'Animation — ADéPA
Statut juridique	Association loi 1901 (créée en 2012) — code NAF 9499Z
Représentante légale	Mme Sihame Younous
SIRET	820 051 852 00011
N° de déclaration d'activité	11771011677, enregistré auprès du préfet de région d'Île-de-France (ne vaut pas agrément de l'État)
Certification qualité	Qualiopi n° QNW0132 (QUALIPRO CERTIFICATION, Cofrac n° 5-0681), catégorie « Actions de formation » — valable du 10/03/2026 au 09/03/2029
Siège / Accueil	7 rue André Malraux, 77000 Melun · 30 rue Nouvelle, 77190 Dammarie-lès-Lys
Contact	06 25 91 35 94 · contact@adepa77.fr · adepa77.fr

2 Présentation et positionnement

SMP — Stratégie Marketing Personnalisée — est une création originale d'ADéPA. Là où le marché propose des formations « community manager » d'un côté et « marketing digital » de l'autre, SMP fusionne les deux métiers en un seul parcours court et opérationnel, pour les indépendants et les TPE.

QUATRE PARTIS PRIS QUI FONT LA DIFFÉRENCE

Le « personnalisé » est littéral. Le support de travail, c'est la propre activité du participant : son offre, ses personas, ses réseaux, son contenu. Il repart avec sa stratégie déjà déployée.

La posture entrepreneuriale d'abord (effectuation). Partir de ses moyens, raisonner en perte acceptable, s'appuyer sur ses partenaires, transformer les imprévus en opportunités, agir plutôt que prédire.

Le lien émotionnel plutôt que les chiffres de vanité. Créer une communauté qui s'attache à la marque et la recommande, plutôt que « poster ».

Un workflow augmenté par l'IA. Création de contenu assistée, analyse, logique d'algorithmes par plateforme, format court-vidéo : les pratiques 2026.

♥ LA PROMESSE SMP

Rendre l'auto-entrepreneur et la TPE autonomes sur l'usage des réseaux, la création de contenu, les algorithmes, les personas et la gestion d'une communauté — pour créer du lien et transformer leur audience en clients.

3 Objectifs & compétences visées

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

- ✓ formaliser son projet et sa posture entrepreneuriale (effectuation) ;
- ✓ comprendre les algorithmes et choisir les plateformes adaptées ;
- ✓ construire des personas précis et identifier les déclencheurs émotionnels ;
- ✓ définir une ligne éditoriale et produire un contenu régulier (avec l'IA) ;

✓ animer une communauté, créer du lien et gérer la relation (avis négatifs inclus) ;

✓ mesurer ses résultats, ajuster sa stratégie et tenir une routine autonome.

4 Public visé et prérequis

Public concerné

Auto-entrepreneurs, micro-entrepreneurs, créateurs et dirigeants de TPE, artisans, commerçants, indépendants et professions libérales souhaitant gérer eux-mêmes leur communication digitale.

Prérequis

Avoir une activité en cours ou un projet de création. Aucune compétence marketing ou technique préalable.
Disposer d'un smartphone et/ou d'un ordinateur avec internet, et d'au moins un compte sur un réseau social. Validés à l'entretien de positionnement.

5 Accessibilité – situation de handicap

ADéPA vérifie la faisabilité de la formation et définit les adaptations utiles. Locaux accessibles PMR ; à défaut, formation à distance. Le cas échéant, orientation vers Agefiph, Cap emploi, ressource handicap formation. **Référent handicap** : contact@adepa77.fr · 06 25 91 35 94 – étude sous 48 h ouvrées.

6 Organisation, modalités, durée

Durée	24 heures, en 6 modules de 4 h (formation discontinue).
Rythme	Conseillé : 1 module / semaine sur 4 à 8 semaines, pour réaliser les missions entre les séances.
Modalités	Présentiel (Melun / Dammarie) et/ou distanciel synchrone. Individuel ou petit groupe (3 à 6).
Inter-modules	Chaque module est suivi d'une mission appliquée à sa propre activité, consignée dans le Journal de bord.
Versión vidéo	Également proposée en vidéo sur Teachizy, avec le Journal de bord.
Accès	Entretien de positionnement gratuit, puis démarrage sous 2 à 4 semaines.

7 Programme détaillé – 6 modules

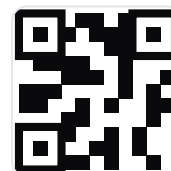
Module	Contenu	Mission inter-module
● 1 · Fondations & effectuation 4 h	Le nouveau paysage marketing ; logique d'effectuation ; clarifier positionnement et offre ; Business Model Canvas ; objectifs SMART.	Compléter sa fiche projet, son BMC, sa grille effectuation et ses objectifs SMART.
● 2 · Personas & cible émotionnelle 4 h	Construire des personas précis ; psychologie de l'audience et déclencheurs émotionnels ; carte d'empathie ; parcours client ; messages clés.	Bâtir 2 à 3 fiches persona et la carte d'empathie de sa cible principale.

Module	Contenu	Mission inter-module
● 3 · Algorithmes & plateformes 4 h	Comprendre les algorithmes (Instagram, TikTok, LinkedIn, Facebook) ; portée et engagement ; choisir ses réseaux selon ses personas ; optimiser ses profils.	Auditer ses plateformes, choisir ses réseaux prioritaires et optimiser ses profils.
● 4 · Création de contenu qui convertit 4 h	Ligne éditoriale et piliers ; formats (vidéo courte, carrousel, stories) ; accroches et copywriting ; création assistée par IA ; branding ; batching et recyclage.	Définir sa ligne éditoriale, son branding, son calendrier et produire un premier lot de contenus.
● 5 · Communauté & lien émotionnel 4 h	Animer et engager sa communauté ; créer du lien et fidéliser ; UGC ; gestion des avis et des crises ; transformer ses abonnés en ambassadeurs.	Mettre en œuvre son plan d'animation 1 à 2 semaines et tenir son suivi d'engagement.
● 6 · Mesure, pilotage & autonomie 4 h	Indicateurs et analytics ; lire la donnée et itérer ; social selling ; outils de planification ; routine durable ; présentation finale de sa stratégie SMP.	Compléter son tableau de bord KPI et son plan d'action 90 jours ; benchmark de progression.

La progression est volontairement « action-first » : on apprend en produisant des livrables réels pour sa propre activité, capitalisés dans le Journal de bord.

8 Journal de bord, outils & ressources

La formation s'utilise avec le **Journal de bord SMP** (cahier compagnon, fourni) : chaque compétence s'y matérialise en outil à compléter, appliqué à sa propre activité. **Programme et journal sont complémentaires** — on apprend dans la séance (ou la vidéo Teachizy), on agit dans le journal, et on y suit sa progression comme un benchmark personnel.



Boîte à outils ADÉPA

RENOIS AU JOURNAL DE BORD

Module	Dans le Journal de bord	Page
● 1 · Fondations & effectuation	Fiche projet · effectuation (mes moyens) · Business Model Canvas · objectifs SMART	p. 6-8
● 2 · Personas & cible émotionnelle	Fiches persona · carte d'empathie · parcours client	p. 9-10
● 3 · Algorithmes & plateformes	Audit des réseaux · grille de choix · optimisation de profil · QR code	p. 11-12
● 4 · Contenu & branding	Branding · ligne éditoriale & piliers · calendrier de contenu · banque d'accroches	p. 13-15
● 5 · Communauté & lien	Plan d'animation · trames de réponse · suivi de l'engagement	p. 16-17
● 6 · Mesure & autonomie	Tableau de bord KPI · plan d'action 90 jours · benchmark de progression	p. 18-19
Transversal	Bien utiliser l'IA (prompting) · diagnostic de départ · corrigés des quiz · bilan final	p. 4-5, 20-21

VOS OUTILS POUR PASSER À L'ACTION (GRATUITS)

L'esprit SMP, façon « école accessible » : **pas besoin d'agence ni de matériel pro** — votre smartphone et des outils gratuits suffisent.

Visuels & carrousels	Canva — modèles, branding (canva.com)
Montage vidéo court	CapCut — sous-titres auto, formats Reels/TikTok (capcut.com)
QR code	Boîte à outils ADéPA — relier print → réseaux (adepa77.fr)
Idées & rédaction (IA)	Claude — idées, scripts, légendes, analyse (claude.ai)
Programmation & stats	Meta Business Suite, Metricool (offres gratuites)



Astuces IA — bien prompter

Structure d'un bon prompt : **Rôle** + **Contexte** (mon activité, ma cible) + **Tâche** + **Format** + **Contraintes**. On demande plusieurs options, on itère, on personnalise. Des prompts prêts à l'emploi sont fournis dans le Journal de bord.

Vidéo (CapCut) : 9:16 · accroche en 3 s · une idée par vidéo · sous-titres intégrés · son tendance · un seul appel à l'action.

9 Méthodes & moyens pédagogiques

Pédagogie active et « action-first » : apports courts, ateliers pratiques sur sa propre activité, missions inter-modules, retours individualisés.

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Journal de bord SMP (outils à compléter) ;
- modèles : BMC, personas, calendrier de contenu... ;
- études de cas et exemples concrets ;
- recours à des outils d'IA générative.

MOYENS TECHNIQUES

- salle équipée (présentiel) ;
- visioconférence sécurisée (distanciel) ;
- ressources et gabarits numériques ;
- groupe d'échange entre participants.

Encadrement. Formation animée par un formateur qualifié en marketing digital et community management.

10 Évaluation et suivi

Avant	Entretien de positionnement (besoins, niveau, objectifs) ; questionnaire de diagnostic.
Pendant	Missions inter-modules évaluées en continu ; exercices et quiz ; émargement par séance ; ajustement du parcours.
Fin	Présentation de la stratégie SMP personnalisée (Journal complété) ; attestations de fin et de réalisation ; questionnaire de satisfaction.
Suivi	Point optionnel à distance pour faire le bilan de la mise en œuvre (selon formule).

11 Tarifs et formats

Tarifs nets de taxe — exonération de TVA (art. 261-4-4° a du CGI). Chaque formule comprend l'animation, le Journal de bord, les modèles, les retours sur missions et l'attestation. Tarifs indicatifs.

Individuel / intra-TPE

1 490 €

24 h d'accompagnement personnalisé (≈ 62 €/h), Journal de bord inclus, retours individualisés sur chaque mission. Idéal pour une mise en œuvre immédiate.

Collectif (3 à 6)

≈ 990 € / pers.

24 h en petit groupe : émulation, partages d'expérience et entraide entre pairs, Journal de bord inclus. Le meilleur rapport coût / valeur.

12 Financer sa formation

FAF des indépendants	Auto-entrepreneurs et indépendants : prise en charge possible — AGEFICE (commerçants, dirigeants) ou FIFPL (professions libérales).
OPCO	Pour les salariés d'une TPE, financement via l'opérateur de compétences de la branche.
France Travail (AIF)	Pour les demandeurs d'emploi, sur validation du conseiller référent.
Plan de développement des compétences	L'entreprise finance la montée en compétences de son dirigeant ou de ses salariés.
Financement personnel	Solution simple et rapide ; échelonnement possible.

Éligibilité CPF : une formation n'est finançable par le CPF que si elle prépare à une certification enregistrée (RNCP/RS). L'adossment de SMP à une certification est une évolution prévue ; il fera l'objet d'une communication dédiée une fois effectif.

13 Indicateurs & démarche qualité

SMP étant une formation nouvellement créée, les premiers résultats chiffrés seront publiés à l'issue des premières sessions.

Taux de satisfaction	Questionnaire en fin de formation
Taux d'assiduité	Émargement par séance
Taux d'atteinte des objectifs	Évaluation des missions et de la présentation finale
Taux de mise en œuvre autonome	Point de suivi après la formation

14 Confidentialité & protection des données

Les informations relatives à l'activité du participant restent confidentielles. Le Journal de bord et les livrables produits sont sa propriété. Les données personnelles sont traitées dans le respect du RGPD et ne sont pas communiquées à des tiers sans son accord.

15 Inscription, contact et réclamations

Inscription : par contact direct (contact@adepta77.fr · 06 25 91 35 94), suivie de l'entretien de positionnement gratuit.

Réclamations : adressées à contact@adepta77.fr — réponse sous 48 heures ouvrées.

16 Mentions légales

Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 11771011677 auprès du préfet de région d'Île-de-France (ne vaut pas agrément de l'État). Certification Qualiopi n° QNW0132 délivrée par QUALIPRO CERTIFICATION (Cofrac n° 5-0681) au titre de la catégorie « Actions de formation », valable du 10/03/2026 au 09/03/2029. SMP — Stratégie Marketing Personnalisée est une création originale d'ADéPA. © ADéPA — Version v1, juin 2026.



Devenez autonome sur votre communication digitale.

contact@adepta77.fr · 06 25 91 35 94 · adepta77.fr — Formation aussi disponible en vidéo sur Teachizy.