

# Peps ta Com' !

Communication digitale pour photographes professionnels - Formation 2 jours

Formation 2 journées · 16 heures effectives · Visioconférence · 15 stagiaires max | Photographes professionnels · Certifié Qualiopi

## 01 / INFORMATIONS GÉNÉRALES

|                             |   |                          |   |
|-----------------------------|---|--------------------------|---|
| <b>Intitulé</b>             | Peps ta Com' ! - Communication digitale pour photographes       | <b>Organisme</b>         | ASCOM - Amélie Soubrié  |
| <b>Certification</b>        | Qualiopi N° 26FOR00070.1  | <b>Durée</b>             | 16 heures effectives - 2 journées (9h00-18h00)                |
| <b>Format</b>               | Formation collective en visioconférence                         | <b>Effectif maximum</b>  | 15 participants   |
| <b>Public visé</b>          | Photographes professionnels installés, à temps plein ou partiel | <b>Financement</b>       | FAFCEA, AFDAS, OPCO, financement personnel                    |
| <b>Délai d'accès</b>        | 5 jours ouvrés minimum avant le début de la session             | <b>Accessibilité PSH</b> | Référent handicap : Amélie Soubrié - amelie.soubrie@gmail.com |
| <b>Indicateurs Qualiopi</b> | Ind. 1 · Ind. 2 · Ind. 4 · Ind. 6 · Ind. 7 · Ind. 9             |                          |   |

## 02 / DESCRIPTION DE LA FORMATION

Cette formation de deux journées en visioconférence est destinée aux photographes professionnels souhaitant structurer et développer leur communication digitale de A à Z. Elle propose une approche concrète et opérationnelle, directement appliquée au métier de photographe, animée par deux formatrices qui exercent elles-mêmes en tant que photographes professionnelles.

La première journée est entièrement consacrée à la stratégie de communication et à l'identité de marque : compréhension de la visibilité digitale, définition de l'avatar client, construction des piliers de contenus, carte mentale, personal branding et maîtrise de Canva. Elle se conclut par la mise en place du plan éditorial individuel. La deuxième journée est dédiée aux outils et à la pratique : stratégie de plateformes, Instagram approfondi, tournage et montage de reels avec CapCut, programmation multi-plateformes avec Metricool et synthèse opérationnelle.

À l'issue des deux journées, chaque stagiaire repart avec une stratégie de communication complète, une identité visuelle opérationnelle sur Canva, un reel monté et prêt à publier, et un plan éditorial structuré pour les semaines à venir.

### Public visé :

- Photographes professionnels installés, exerçant à titre principal ou complémentaire
- Auto-entrepreneurs, artisans, sociétés dans le domaine de la photographie
- Tout photographe souhaitant structurer sa communication digitale et créer du contenu régulièrement

### Prérequis - Indicateur 2 Qualiopi :

- Exercer une activité de photographie professionnelle à titre principal ou complémentaire - vérifié par questionnaire de positionnement
- Disposer d'au moins un compte actif sur un réseau social (Instagram, Facebook, LinkedIn ou autre)
- Disposer d'un ordinateur ou d'une tablette avec connexion internet stable

- Disposer d'un smartphone pour les exercices pratiques de tournage de la deuxième journée
- Aucune compétence préalable en marketing ou communication digitale n'est requise

Vérification des prérequis : Un questionnaire de positionnement est adressé à chaque stagiaire avant la formation. Il permet de vérifier les prérequis, d'évaluer le niveau actuel et d'adapter les exemples et conseils à la réalité de chaque participant.

### 03 / OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

---

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

- Obj. 1 Comprendre les mécanismes de la visibilité digitale appliqués au secteur de la photographie professionnelle
- Obj. 2 Identifier et définir précisément sa cible idéale (avatar client) pour adapter l'ensemble de sa communication
- Obj. 3 Construire ses piliers de contenus et générer des idées de publications de manière autonome et durable
- Obj. 4 Définir et déployer une identité de marque cohérente (personal branding) appliquée à sa communication
- Obj. 5 Créer et paramétrer un kit de marque sur Canva pour produire des visuels professionnels rapidement
- Obj. 6 Structurer sa communication à l'aide d'un plan éditorial visuel, organisé et directement opérationnel
- Obj. 7 Sélectionner les plateformes adaptées à son activité et optimiser sa présence sur Instagram
- Obj. 8 Filmer un reel avec un équipement minimal et le monter efficacement avec CapCut
- Obj. 9 Programmer ses contenus en natif et via Metricool sur l'ensemble des plateformes pertinentes

### 04 / PROGRAMME PÉDAGOGIQUE DÉTAILLÉ

---

#### JOUR 1 - Stratégie & identité de marque | 9h00 - 18h00 | 8h effectives

MODULE 1      9h00 - 9h45      45 min

#### Accueil, présentation des participants et du programme

*Tour de table structuré et définition des besoins*

La journée s'ouvre par un temps d'accueil permettant à chaque participant de se présenter, d'exprimer son niveau actuel de communication digitale et ses objectifs concrets pour les deux journées. Les formatrices présentent le programme, le fil conducteur et les livrables attendus en fin de formation. Ce tour de table guidé permet d'ajuster dynamiquement les apports aux profils du groupe.

#### OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Identifier le niveau de départ et les besoins spécifiques de chaque participant
- Créer les conditions d'un apprentissage collectif, actif et bienveillant
- Présenter la structure, les enjeux et les livrables des deux journées

## Comprendre la visibilité digitale

*Les mécanismes qui font qu'on est vu - ou pas*

Apport théorique synthétique pour comprendre comment fonctionne la visibilité en ligne pour un photographe professionnel aujourd'hui : algorithmes, portée organique, différence entre notoriété et visibilité commerciale, et erreurs les plus fréquentes.

### CONTENUS ABORDÉS

- Fonctionnement des algorithmes des principales plateformes sociales
- Portée organique : ce qui a changé et comment s'adapter
- Différence entre notoriété et visibilité commerciale pour un photographe
- Les erreurs les plus fréquentes - ce que la plupart des photographes ratent dès le départ

### MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Apport théorique illustré d'exemples concrets issus du secteur photo
- Échanges avec les participants sur leur situation actuelle

## Définir sa cible idéale - l'avatar client

*Théorie + exercice pratique guidé*

Module pratique central. Chaque participant construit son avatar client en temps réel, accompagné par les formatrices. L'avatar construit ici sert de socle à tous les choix de communication de la journée et des semaines suivantes : choix des plateformes, des formats, des messages et des contenus.

### CONTENUS ABORDÉS

- Définition du concept d'avatar client et du persona détaillé
- Données démographiques, motivations, freins, objections et vocabulaire du client idéal
- Différence entre parler à tout le monde et parler à la bonne personne
- Lien entre avatar et choix des plateformes, des formats et des messages

### MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Apport théorique illustré, puis exercice pratique guidé individuel
- Accompagnement personnalisé des formatrices pendant l'exercice
- Validation collective des avatars construits

## Piliers de contenus

*Théorie + construction individuelle*

Ce module permet à chaque participant de définir ses propres piliers de contenus, ancrés dans son avatar client et son activité réelle. L'exercice est guidé et documenté : chaque participant repart avec ses piliers clairement formulés et prêts à alimenter sa carte mentale.

### CONTENUS ABORDÉS

- Définition et rôle des piliers de contenus dans une stratégie éditoriale
- Les différents types de piliers adaptés à la photographie professionnelle
- Comment choisir ses piliers en fonction de son avatar et de ses objectifs
- Lien entre piliers de contenus et idées de thématiques

### MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Apport théorique puis construction individuelle guidée
- Feedback des formatrices et validation collective

- Pause déjeuner - 12h15 à 13h15 -

## La carte mentale

*Générer des idées de contenus sans jamais être à court*

Construction en direct de la carte mentale personnelle de chaque participant, à partir des piliers définis le matin. La carte mentale devient un outil vivant, réutilisable et enrichissable au fil des semaines pour ne plus jamais improviser ses publications.

### CONTENUS ABORDÉS

- Technique de la carte mentale (mind map) appliquée à la communication photographique
- Méthode de déclinaison d'un sujet en plusieurs formats et angles
- Constitution d'une bibliothèque d'idées réutilisable

### MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Construction en direct de la carte mentale individuelle
- Chaque participant repart avec sa carte mentale complète

## Personal branding

*Construire et affirmer son identité de marque - théorie + exercice*

Ce module aide chaque participant à définir les composantes de son identité de marque : univers visuel, ton, valeurs, positionnement différenciant. La partie théorique est suivie d'un exercice guidé individuel permettant à chacun de formaliser les éléments constitutifs de sa marque, qui serviront directement au paramétrage Canva du module suivant.

### CONTENUS ABORDÉS

- Définition du personal branding et pourquoi c'est essentiel pour un photographe
- Les composantes de l'identité de marque : couleurs, typographies, ton, univers visuel
- Positionnement différenciant : comment se démarquer sans trahir son style
- Cohérence visuelle et éditoriale sur l'ensemble des supports de communication
- Exercice : formalisation de sa charte de marque personnelle

### MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Apport théorique illustré d'exemples issus de la photographie professionnelle
- Exercice individuel guidé : chaque participant formalise sa charte de marque
- Feedback personnalisé des formatrices

## Canva - kit de marque, création de visuels & paramétrage

*Définir sa marque et configurer Canva pour aller vite*

Module pratique intensif sur Canva. Les formatrices démontrent en direct comment paramétrer Canva pour travailler vite et de manière cohérente. Les participants appliquent simultanément sur leur propre compte, en s'appuyant sur la charte de marque construite au module précédent. L'objectif : quitter la formation avec un compte Canva opérationnel et des templates prêts à l'emploi.

### CONTENUS ABORDÉS

- Prise en main de l'interface Canva et organisation du compte
- Création et paramétrage du kit de marque : couleurs, typographies, logo, photos de marque
- Création de templates réutilisables pour posts, stories, carrousels et couvertures
- Utilisation des dossiers et de la bibliothèque de contenu pour s'organiser
- Astuces pour produire vite tout en gardant une identité cohérente

### MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Démonstration en direct par la formatrice, suivie d'application immédiate par chaque participant
- Chaque participant crée ou enrichit son kit de marque sur son propre compte Canva
- Feedback personnalisé et questions en temps réel

## Plan éditorial - introduction & construction individuelle

*Clôture de la journée 1*

La journée se conclut par la mise en place du plan éditorial de chaque participant, construit à partir des piliers, de la carte mentale et de l'identité de marque définis au cours de la journée. Chaque participant repart avec son plan éditorial pour les 4 prochaines semaines, un template réutilisable et une liste des premières actions à engager avant le lendemain.

### CONTENUS ABORDÉS

- Définition et utilité du calendrier éditorial
- Choix de la fréquence de publication adaptée à son activité
- Organisation du contenu par piliers et par format
- Remise d'un template de calendrier éditorial réutilisable
- Questions, retours sur la journée et consignes pour le lendemain

### MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Chaque participant construit son plan éditorial sur les 4 prochaines semaines
- Remise du template et présentation rapide de l'outil de planification

## JOUR 2 - Réseaux sociaux, création & programmation | 9h00 - 18h00 | 8h effectives

## Stratégie digitale - choisir ses plateformes

*Reprise de la journée 2 et définition de sa stratégie de présence*

Reprise en douceur avec un tour de table rapide sur les actions engagées la veille, puis module consacré au choix des plateformes. Chaque participant identifie les plateformes réellement pertinentes pour son activité et sa cible, et définit sa stratégie de présence principale vs secondaire.

### CONTENUS ABORDÉS

- Panorama des principales plateformes : Instagram, Facebook, LinkedIn, YouTube, Pinterest, TikTok, Google My Business
- Critères de sélection en fonction de la cible et du type de photographie
- Stratégie de présence principale vs présence secondaire
- Le piège de vouloir être partout - comment y résister

### MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Tour de table de reprise + retours sur les actions du soir
- Grille de décision commentée en groupe
- Chaque participant définit sa stratégie de plateforme

## Instagram approfondi

*Profil, formats, stories, statistiques et feed*

Module complet dédié à Instagram. Les formatrices audient en direct les profils des participants volontaires et passent en revue l'ensemble des leviers d'optimisation. Chaque point est immédiatement appliqué par les participants sur leur propre compte.

### CONTENUS ABORDÉS

- Optimisation du profil : bio, lien en bio, photo de profil, nom et catégorie
- Formats efficaces pour un photographe : carrousel, reel, story, post simple - quand utiliser quoi
- Les stories : stickers, sondages, questions, liens et highlights
- Stratégie de hashtags et mots-clés
- Analyse des statistiques Instagram : les indicateurs à surveiller vraiment
- Ce qui fonctionne vraiment vs les mythes de l'algorithme
- Organisation visuelle du feed et cohérence de l'identité

### MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Audit rapide du profil Instagram de chaque participant volontaire
- Démonstration en direct des formats et fonctionnalités
- Application immédiate par chaque participant sur son propre compte
- Remise de templates réutilisables

## Filmer un reel

*Exercice pratique en deux groupes - smartphone + trépied*

Module pratique de tournage. Les participants se divisent en deux groupes et filment leur premier reel avec un équipement minimal : smartphone et trépied de base. Les formatrices accompagnent chaque groupe et donnent des retours en temps réel sur le cadrage, la lumière et le déroulé du tournage. Les rushes filmés serviront de matière pour le montage CapCut de l'après-midi.

### CONTENUS ABORDÉS

- Le matériel minimum indispensable : trépied, lumière naturelle, cadrage et angles
- Filmer seul(e) : techniques, astuces et organisation du tournage
- Les types de reels qui fonctionnent pour un photographe professionnel
- Ce qu'il faut filmer pour avoir de la matière au montage

### MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Démonstration rapide par la formatrice puis exercice pratique en deux groupes
- Feedback personnalisé pendant le tournage
- Les rushes filmés sont conservés pour le module CapCut de l'après-midi

- Pause déjeuner - 12h15 à 13h15 -

## Montage CapCut

*Fonctionnalités simples et efficaces pour une vidéo sympa vite*

Les participants montent leur reel filmé le matin à l'aide de CapCut. La formatrice démontre en direct les fonctionnalités essentielles, sans s'attarder sur les effets complexes : l'objectif est d'avoir un reel propre, dynamique et prêt à publier en moins d'une heure.

### CONTENUS ABORDÉS

- Prise en main de CapCut : interface, import des clips et montage de base
- Sous-titres automatiques, ajout de musique et gestion du son
- Transitions simples et textes animés essentiels
- Format, résolution et export pour Instagram
- Publier directement depuis CapCut
- Créer un reel efficace en moins de 30 minutes

### MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Démonstration en direct du montage par la formatrice
- Chaque participant monte son reel filmé le matin
- Feedback collectif et astuces personnalisées

## Programmer ses contenus - natif & Metricool

*Instagram, Pinterest, Google My Business, Facebook et articles de blog*

Module pratique complet sur la programmation de contenus multi-plateformes. Les participants apprennent à programmer sur chaque plateforme depuis son outil natif, puis découvrent Metricool comme outil centralisé pour gagner du temps et analyser leurs performances.

### CONTENUS ABORDÉS

- Programmer nativement sur Instagram : posts, reels, stories
- Programmer sur Pinterest : épingles, idées et planification native
- Programmer sur Google My Business : publications, offres et actualités
- Programmer sur Facebook : outil natif et Creator Studio
- Articles de blog : les intégrer au plan éditorial et les programmer
- Metricool : connexion des comptes, programmation centralisée et analyse des statistiques

### MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Démonstration en direct plateforme par plateforme
- Prise en main guidée de Metricool - chaque participant connecte ses comptes
- Chaque participant programme son premier contenu en direct

## Les bons outils, et seulement ceux-là

Sélection basée sur l'usage réel des formatrices - sans sponsoring

Tour d'horizon des outils concrets utilisés au quotidien par les formatrices. Chaque outil présenté répond à un besoin précis du photographe professionnel et est immédiatement utilisable. L'accent est mis sur la combinaison d'outils permettant de publier régulièrement sans y passer trop de temps.

### CONTENUS ABORDÉS

- Canva, CapCut et Metricool : synthèse des usages et combinaisons efficaces
- Outils d'aide à la rédaction et à la création de contenu
- Outils d'analyse de performance complémentaires
- Organisation et gain de temps : publier régulièrement sans se disperser

### MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Démonstration en direct des outils retenus
- Réponses aux questions sur l'environnement numérique de chaque participant

## Plan d'action individuel & clôture des deux journées

La formation se clôt par une synthèse collective des deux journées et la formalisation du plan d'action personnel de chaque participant. Chacun repart avec une feuille de route claire : les premières actions à engager dès la semaine suivante, les contenus à créer en priorité, son planning éditorial en place et ses outils configurés.

### CONTENUS ABORDÉS

- Retour sur les 14 modules - synthèse collective des apprentissages
- Présentation du plan d'action individuel par chaque participant
- Questions-réponses et derniers ajustements personnalisés
- Remise des supports, ressources et templates
- Questionnaire de satisfaction et grille d'auto-évaluation avant/après

## 05 / MODALITÉS PÉDAGOGIQUES — INDICATEUR 6 QUALIOP1

|                            |   |
|----------------------------|---|
| <b>Méthodes mobilisées</b> | Expositive (apports théoriques illustrés par les expériences terrain des formatrices), démonstrative (partage en direct d'outils et de cas concrets), active (exercices pratiques individuels à chaque module avec application immédiate sur les outils des participants), réflexive (échanges collectifs, audit de profils et validation des productions). |
| <b>Outils pédagogiques</b> | Questionnaire de positionnement, fiche avatar client, kit de marque Canva, carte mentale individuelle, template de calendrier éditorial, templates de posts et stories, guide de tournage, accès Metricool, grille d'auto-évaluation avant/après, to-do list opérationnelle.  |
| <b>Format visio</b>        | Formation dispensée en visioconférence sur plateforme sécurisée. Lien de connexion transmis 48h avant chaque journée. Enregistrement non autorisé. Connexion internet stable et smartphone requis pour les exercices pratiques de la journée 2.   |
| <b>Accessibilité</b>       | Toute situation de handicap nécessitant un aménagement doit être signalée à l'organisme de formation en amont afin d'étudier les adaptations possibles.<br>Contact : amelie.soubrie@gmail.com   |

## 06 / MODALITÉS D'ÉVALUATION — INDICATEUR 6 QUALIOPi

| Type d'évaluation      | Modalité  | Moment                 |
|------------------------|---|------------------------|
| Positionnement initial | Questionnaire auto-diagnostic envoyé avant la formation                 | Avant la formation     |
| Évaluation continue    | Exercices pratiques validés oralement par la formatrice à chaque module | Pendant les 2 journées |
| Évaluation des acquis  | Grille d'auto-évaluation avant/après par compétence                     | Fin de la 2e journée   |
| Satisfaction stagiaire | Questionnaire de satisfaction à chaud (support écrit)                   | Fin de la 2e journée   |
| Attestation délivrée   | Attestation de fin de formation + certificat de réalisation             | Après la formation     |

## 07 / ACCESSIBILITÉ — INDICATEUR 7 QUALIOPi

Référent handicap : Amélie Soubrié - amelie.soubrie@gmail.com

Toute personne ayant des besoins spécifiques est invitée à contacter le référent handicap avant son inscription. Les aménagements possibles (supports adaptés, horaires, accessibilité de la plateforme visio) seront étudiés et confirmés par écrit. La formation étant dispensée en visioconférence, elle est accessible depuis tout lieu.

## 08 / INDICATEURS DE RÉSULTATS — INDICATEUR 1 QUALIOPi

|  |   |   |
|--|---|---|
| <b>TAUX DE SATISFACTION</b><br>% de stagiaires satisfaits ou très satisfaits<br>Source : questionnaire à chaud | <b>TAUX DE COMPLÉTION</b><br>% de stagiaires ayant suivi l'intégralité des 2 journées<br>Source : feuilles d'émargement | <b>TAUX D'ATTEINTE DES OBJECTIFS</b><br>% de stagiaires ayant atteint les objectifs pédagogiques fixés<br>Source : grille d'auto-évaluation avant/après |
|--|---|---|

## 09 / ENCADREMENT DE LA FORMATION

|                              |  |
|------------------------------|--|
| <b>Formatrice principale</b> | Agnès Colombo - Photographe professionnelle, SARL AGCO, formatrice et accompagnatrice d'entrepreneurs photographes - agnescolombo.com  |
| <b>Formatrice associée</b>   | Amélie Soubrié - Photographe professionnelle (maternité, nouveau-né), présidente de la FFPMI, auteure de "Photographes & Réseaux Sociaux" (Eyrolles), responsable de l'organisme de formation ASCOM - Certifiée Qualiopi N° 26FOR00070.1 |
| <b>Expérience</b>            | Les deux formatrices exercent elles-mêmes en tant que photographes professionnelles et pratiquent quotidiennement les méthodes enseignées dans la formation.   |

Fait à Garches, le 23 juin 2026 - Version 2.0 (formation 2 jours / 16 heures effectives)

Amélie Soubrié - Responsable de l'organisme de formation ASCOM