

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

PEPS TA COM' !

Communication digitale pour photographes professionnels

Intitulé	Peps ta Com' ! — Communication digitale pour photographes professionnels
Organisme	ASCOM — Amélie Soubrié
Certification Qualiopi	N° 26FOR00070.1
Durée	8 heures — 1 journée complète
Format	Formation collective en visioconférence
Effectif maximum	15 participants
Tarif	290 € net de TVA (exonération art. 261-4-4° du CGI)
Public visé	Photographes professionnels installés, à temps plein ou partiel
Financement	FAFCEA, AFDAS, OPCO, financement personnel
Délai d'accès	5 jours ouvrés minimum avant le début de la session
Accessibilité PSH	Référent handicap : Amélie Soubrié — amelie.soubrie@gmail.com
Indicateurs Qualiopi	Ind. 1 · Ind. 2 · Ind. 4 · Ind. 6 · Ind. 7 · Ind. 9

01 / Description de la formation

Cette formation d'une journée en visioconférence est destinée aux photographes professionnels souhaitant structurer et développer leur communication digitale. 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.

À l'issue de la journée, chaque stagiaire repart avec un plan de communication personnel, des outils sélectionnés et 8 méthodes immédiatement applicables à son activité.

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

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
- 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.

02 / 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 | Analyser les besoins, attentes et comportements de ses clients afin de produire un contenu pertinent et incitatif |
| Obj. 4 | Mettre en place un système de génération d'idées de contenus pour ne plus improviser ses publications |
| Obj. 5 | Structurer sa communication à l'aide d'un plan éditorial visuel, organisé et directement opérationnel |
| Obj. 6 | Sélectionner les plateformes de diffusion adaptées à son activité et à ses objectifs, sans se disperser |
| Obj. 7 | Utiliser les outils de création, planification et analyse adaptés à une activité de photographe professionnel |
| Obj. 8 | Optimiser sa présence sur Instagram grâce à des formats, templates et méthodes concrètes |

03 / Programme pédagogique détaillé

La formation est organisée en 8 modules thématiques progressifs, suivis d'une synthèse collective. Chaque module alterne apports théoriques et exercices pratiques directement appliqués à l'activité de chaque participant.

MODULE 1 — Comprendre la visibilité digitale

45 min

OBJECTIF

Comprendre les mécanismes qui déterminent la visibilité en ligne d'un photographe professionnel aujourd'hui.

CONTENUS ABORDÉS

- Fonctionnement des algorithmes des principales plateformes sociales
- Notion de portée organique et différence entre notoriété et visibilité commerciale
- Les erreurs les plus fréquentes des photographes en matière de communication digitale
- 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
- Quiz d'auto-diagnostic de départ

MODULE 2 — Définir sa cible idéale (avatar client)

60 min

OBJECTIF

Identifier avec précision le profil de client idéal auquel s'adresse le photographe.

CONTENUS ABORDÉS

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

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Exercice pratique guidé : chaque participant construit son propre avatar en temps réel
- Accompagnement personnalisé de la formatrice
- Validation collective des avatars construits

MODULE 3 — Entrer dans la tête de ses clients

60 min

OBJECTIF

Approfondir la connaissance client pour produire un contenu pertinent qui déclenche le passage à l'action.

CONTENUS ABORDÉS

- Identification des problèmes, désirs et objections du client idéal
- Méthode des « jobs to be done » appliquée à la photographie
- Construction de messages qui résonnent avec les attentes réelles du client
- Lien entre connaissance client et taux de conversion

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Exercice de mise en situation : rédaction d'un post avant/après reformulation
- Analyse commentée d'exemples réels
- Feedback personnalisé de la formatrice

MODULE 4 — Ne plus jamais manquer d'idées de contenus

60 min

OBJECTIF

Mettre en place un système durable de génération d'idées pour éliminer définitivement le syndrome de la page blanche.

CONTENUS ABORDÉS

- Définition et construction des piliers de contenus
- 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 et enrichissable

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Construction en direct de la carte mentale personnelle de chaque participant
- Exercice de déclinaison de sujets
- Chaque participant repart avec sa carte mentale complète

MODULE 5 — Organiser sa communication

60 min

OBJECTIF

Structurer sa communication à l'aide d'un plan éditorial simple et directement opérationnel.

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
- Méthode du batch content : créer en lot pour publier sans stress

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Chaque participant construit son plan éditorial sur les 4 prochaines semaines
- Remise d'un template de calendrier éditorial réutilisable
- Présentation d'un outil visuel simple de planification

MODULE 6 — Choisir ses plateformes

45 min

OBJECTIF

Sélectionner les plateformes réellement adaptées à son activité et à sa cible, sans se disperser.

CONTENUS ABORDÉS

- Panorama des principales plateformes (Instagram, Facebook, LinkedIn, YouTube, Pinterest, TikTok)
- 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

- Grille de décision commentée en groupe
- Mise en application individuelle avec recommandation personnalisée
- Chaque participant définit sa stratégie de plateforme

MODULE 7 — Les bons outils, et seulement ceux-là

45 min

OBJECTIF

Identifier et utiliser les outils adaptés à une activité de photographe professionnel.

CONTENUS ABORDÉS

- Outils de création visuelle : Canva, applications mobiles
- Outils de programmation natifs et externes (Metricool)
- Outils d'analyse de performance et de gestion des images
- Présentation basée sur l'usage réel des formatrices, sans sponsoring

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

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

MODULE 8 — Instagram : passer à la vitesse supérieure

75 min

OBJECTIF

Optimiser sa présence sur Instagram grâce à des méthodes concrètes et directement applicables.

CONTENUS ABORDÉS

- Optimisation du profil : bio, lien, photo de profil
- Formats efficaces pour un photographe : carrousel, reel, story, post simple
- Organisation des hashtags et analyse des statistiques
- Ce qui fonctionne vraiment vs les mythes de l'algorithme
- Templates et organisation du feed

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Audit rapide du profil Instagram de chaque participant volontaire
- Démonstration en direct des formats et fonctionnalités
- Remise de templates réutilisables

Synthèse collective — 30 min

Retour sur les 8 modules · Questions-réponses · Présentation du plan d'action individuel · Remise des supports et ressources · Questionnaire de satisfaction

04 / 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 la formation
Évaluation des acquis	Grille d'auto-évaluation avant/après par compétence	En fin de journée
Satisfaction stagiaire	Questionnaire de satisfaction à chaud (support écrit)	Fin de formation
Attestation délivrée	Attestation de fin de formation + certificat de réalisation	Après la formation

05 / 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.

06 / Indicateurs de résultats — Indicateur 1 Qualiopi

Indicateur	Définition	Source de données
Taux de satisfaction	% de stagiaires satisfaits ou très satisfaits	Questionnaire à chaud
Taux de complétion	% de stagiaires ayant suivi l'intégralité de la journée	Feuilles d'émargement
Taux d'atteinte des objectifs	% de stagiaires ayant atteint les objectifs pédagogiques fixés	Grille d'auto-évaluation avant/après

07 / Encadrement de la formation

Formatrice principale	Agnès Colombo
Qualifications	Photographe professionnelle, SARL AGCO, formatrice et accompagnatrice d'entrepreneurs photographes — agnescolombo.com
Formatrice associée	Amélie Soubrié
Qualifications	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
Expérience	Les deux formatrices exercent elles-mêmes en tant que photographes professionnelles et pratiquent quotidiennement les méthodes enseignées dans la formation.

Fait à Garches, le 1er janvier 2026 — Version 1.1 (mise à jour Qualiopi N° 26FOR00070.1)

Amélie Soubrié

Responsable de l'organisme de formation ASCOM