PROGRAMME DE L'OFFRE DE FORMATION

Growth marketing pour marques cosmétiques

PUBLIC CIBLE	PRÉ-REQUIS	NIVEAU	DURÉE ESTIMÉE
Dirigeant, Communication , Marketing	Gérer ou suivre au moins un compte de sa marque sur un réseau social (Instagram, TikTok, YouTube, LinkedIn ou Facebook), Aucune connaissance technique requise, aucun budget publicitaire nécessaire	Débutant	7h00

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Situer les actions marketing de sa marque dans les six étapes de l'entonnoir AAARRR et identifier celle(s) qui bloque sa croissance
- Produire des contenus Instagram, YouTube et TikTok adaptés aux codes de chaque plateforme et aux contraintes réglementaires de la cosmétique
- Sélectionner des créateurs de contenu pertinents, négocier les conditions d'un partenariat et en mesurer le retour réel
- Construire un fichier de prospects ou de créateurs à l'aide des opérateurs de recherche Google et d'outils d'extraction sans code

INEED – Rovaltain TGV – 1 rue Marc Seguin BP 11132 Alixan – 26958 Valence Cedex 9
Tél : 00 33 (0)4 75 60 27 40 - veronique.bouyon@cosmebio.org – www.cosmebio.org

Programme de l'offre de formation - 01/11/2026 13:34:51 UTC+1

- Appliquer le cadre RGPD et les règles de la publicité d'influence à ses actions de prospection
- Etablir un plan d'action de 90 jours priorisé sur sa propre marque

APTITUDES

Capacité d'analyse, Capacité à planifier un agenda

COMPETENCES

Savoir suivre et développer la notoriété de sa marque sur les différents réseaux sociaux.

CONTENUS PÉDAGOGIQUES

- Lire sa croissance avec la méthode AAARRR
    - Les six étapes de l'entonnoir : notoriété, acquisition, activation, rétention, revenu, recommandation
    - Repérer l'étape où la marque perd le plus de clients plutôt que d'optimiser partout à la fois
    - Les indicateurs minimum à suivre par étape et les outils gratuits qui les fournissent déjà (Meta Business Suite, YouTube Studio, TikTok Analytics, back-office e-commerce)
    - Cas cosmétique : reconstituer l'entonnoir d'une marque de soin bio, du premier Reel vu par une inconnue à sa deuxième commande
    - Choisir un seul chantier prioritaire pour les 90 jours à venir
- Instagram : hacks d'acquisition et de conversion
    - Le Reel qui fait entrer des non-abonnés : accroche dans les deux premières secondes, boucle, texte à l'écran
    - Utiliser une tendance audio sans dénaturer la marque
    - Les publications en collaboration pour emprunter l'audience d'une marque bio non concurrente

Programme de l'offre de formation - 01/11/2026 13:34:51 UTC+1

- Transformer sa bio en page d’atterrissage : promesse, preuve, un seul lien utile
- Les stickers de Story (sondage, question, curseur) comme test produit gratuit avant lancement
- Le carrousel pédagogique sur les ingrédients et la formulation, format le plus enregistré du secteur
- Capter des emails depuis un commentaire : réponse automatique en message privé par mot-clé (ManyChat)
- Republier ses meilleurs contenus : la règle des 90 jours
- Surveiller les commentaires et les hashtags des concurrents pour trouver ses propres angles
- Le message privé de bienvenue automatique : convertir un nouvel abonné en première commande
- Lire ses statistiques : portée hors abonnés, taux d’enregistrement et de partage, et les chiffres qu’on peut ignorer

- YouTube : hacks de recherche et de conversion
  - Traiter YouTube comme un moteur de recherche : viser les requêtes « comment », « quel », « avis », « différence entre »
  - Le Short comme porte d’entrée, la vidéo longue comme machine à convertir
  - Miniature et titre : le seul test A/B qui compte vraiment
  - Chapitrer et sous-titrer ses vidéos pour apparaître dans les résultats Google
  - La structure des trente premières secondes qui retient le spectateur
  - Description, cartes et écran de fin : renvoyer vers la fiche produit sans casser le visionnage
  - Répondre en vidéo aux questions client récurrentes : le service après-vente qui devient de l’acquisition
  - Lire YouTube Studio : durée moyenne de visionnage et taux de clic de la miniature

Programme de l'offre de formation - 01/11/2026 13:34:51 UTC+1

- Se placer sur les vidéos des autres : commentaire utile et vidéo-réponse sur les chaînes beauté
- Nommer et taguer ses vidéos pour remonter dans les suggestions des chaînes concurrentes
- Découper une vidéo longue en huit contenus (Shorts, carrousels, newsletter, article de blog)

- TikTok : hacks de portée organique
  - Comprendre pourquoi le nombre d'abonnés compte moins que sur les autres plateformes
  - Trouver ses angles gratuitement avec le TikTok Creative Center et l'onglet recherche
  - Les accroches qui fonctionnent en cosmétique : avant/après, « j'ai testé 30 jours », coulisses d'atelier, idée reçue démontée
  - Filmer en laboratoire ou en atelier : l'avantage des petites marques bio face aux grands groupes
  - Le commentaire épinglé et la réponse en vidéo comme carburant de portée
  - Rythme de publication : ce que change réellement la fréquence
  - Sons, texte à l'écran et durée : les réglages qui font la différence
  - Republier ses TikTok en Reels et en Shorts sans se faire pénaliser par le filigrane
  - TikTok Shop et lien en bio : ce qui est praticable en France pour une marque cosmétique
  - Ce qu'on n'a pas le droit de dire : allégations cosmétiques réglementées et mention obligatoire des partenariats
- Marketing d'influence : trouver, négocier, mesurer
  - Nano, micro, macro : ce que chaque strate coûte et ce qu'elle rapporte réellement
  - Sourcer des créateurs : hashtags, comptes suggérés, abonnés d'un concurrent, plateformes (Kolsquare, Skeepers, Upfluence) comparées à la recherche manuelle

Programme de l'offre de formation - 01/11/2026 13:34:51 UTC+1

- Détecter les faux comptes : taux d'engagement, provenance de l'audience, régularité des pics
- Le message de premier contact qui obtient une réponse
- Cadeau produit, affiliation ou rémunération : quel modèle pour quel objectif
- Négocier : grille tarifaire, droits d'usage des contenus (le point le plus souvent oublié), exclusivité, délais de publication
- Le brief créatif qui laisse de la liberté sans perdre la voix de la marque
- Relancer un créateur qui n'a pas répondu, et savoir quand arrêter
- Cadre légal : loi du 9 juin 2023 sur l'influence commerciale, mentions obligatoires, allégations cosmétiques
- Mesurer : code promo dédié, lien tracké, hausse du trafic direct, coût d'acquisition réel
- Réutiliser un contenu de créateur en publicité (Spark Ads, whitelisting) et sur ses fiches produit
- Construire un programme d'ambassadrices à partir de ses propres clientes

- Construire ses fichiers : opérateurs Google et extraction sans code
  - Les opérateurs de recherche Google : site:, intitle:, inurl:, filetype:, guillemets, exclusion, OR, before:/after:
  - Recettes prêtes à l'emploi : boutiques bio d'une région, blogueuses beauté d'une thématique, listes d'exposants de salon, catalogues distributeurs en PDF
  - Chercher dans Instagram, TikTok, YouTube et LinkedIn via Google plutôt que par leur moteur interne
  - Extraire une liste sans coder : Instant Data Scraper, IMPORTXML et IMPORTHTML dans Google Sheets, Apify, PhantomBuster
  - Retrouver le contact d'une boutique ou d'un créateur à partir d'un simple nom de compte
  - Nettoyer, dédoublonner et vérifier sa liste avant de l'utiliser

Programme de l'offre de formation - 01/11/2026 13:34:51 UTC+1

- RGPD : base légale de l'intérêt légitime en B2B, obligation d'information, durée de conservation, cas particulier des données de particuliers
- Ce qui est interdit : conditions d'utilisation des plateformes, revente de fichiers, prospection B2C sans consentement
- De la liste au premier message : séquence courte et personnalisation par variable

- Synthèse et plan d'action à 90 jours
  - Sélectionner cinq hacks applicables dès la semaine suivante
  - Définir ce que l'on mesure, à quelle fréquence et avec quel outil
  - Tester petit, documenter ses essais, éviter l'empilement d'outils
- Important : Les outils sont cités à titre indicatif. Le secteur évoluant rapidement, ils peuvent être remplacés par des équivalents au moment de la session, sans modification des objectifs pédagogiques.

METHODES MOBILISEES

Slides PowerPoint simplifiés pour expliquer des techniques complexes. Brainstorming. Cas d'études vidéo. Canevas d'exercice. Travail individuel / Travail en groupe. Démonstrations en direct sur les outils et mise en pratique immédiate sur les comptes et les cas apportés par les participants.

MOYENS TECHNIQUES

• Avoir un ordinateur connecté à internet. Débit montant : 1 Mbps - Débit descendant : 2 Mbps. Testez votre connexion : https://www.speedtest.net/fr • Avoir un micro - une webcam

MOYENS D'ENCADREMENT

Outil pédagogique – Livret d'accueil – Règlement intérieur – Certificat de réalisation en fin de formation – Feuille d'émargement.

Programme de l'offre de formation - 01/11/2026 13:34:51 UTC+1

MODALITÉS D’ACCÈS

Formation en inter-entreprise dispensée en classe virtuelle pour un effectif de 10 participants. Bulletin d’inscription en ligne à compléter par le/la salarié(e) ou le/la dirigeant(e) ou le/la Responsable des Ressources Humaines.

MODALITES D’EVALUATION

QCM des acquis avant et après la formation – Questionnaire de satisfaction à chaud en fin de formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Si vous êtes en situation de handicap, merci de nous contacter en amont de la formation. Référent handicap : Véronique Bouyon – 04 75 60 27 40 – veronique.bouyon@cosmebio.org.

DURÉE D’ACCÈS

Inscription au plus tard 2 jours avant la formation.

Programme de l'offre de formation - 01/11/2026 13:34:51 UTC+1