

PROGRAMME COMPLET DE LA FORMATION

Développer son activité dans le tennis grâce au digital

La méthode ACE pour les enseignants de tennis et les dirigeants de structures : être visible, transformer les contacts en élèves, fidéliser sa base.

17 h

14 H + 3 H

2 jours

EN PRÉSENTIEL

3 mois

DE SUIVI INDIVIDUEL

1 500 €

NET DE TAXE

A**Acquérir**

Site, Google Business Profile, réseaux sociaux, publicité : être trouvé par les bonnes personnes. Modules 2 à 5.

C**Convertir**

Offre claire, tarifs cohérents, inscription, réservation et paiement en ligne. Modules 6 et 7.

E**Engager**

Newsletter, communauté, offres complémentaires : des élèves qui restent et recommandent. Module 8.

Public : enseignants de tennis diplômés (DEJEPS, DESJEPS), indépendants ou en club, et dirigeants de structures.

Prérequis : bases de l'utilisation d'un ordinateur ou d'une tablette, d'internet et d'une messagerie ; ordinateur ou tablette connecté(e).

Effectif : 4 à 8 stagiaires · **Lieu :** Paris 9e et à distance · **Formateur :** Julien Milgram, DESJEPS, 25 ans d'enseignement

MODULE	CONTENU	ÉTAPE	QUAND	DURÉE
0	Accueil et positionnement de départ	ACCUEIL	Jour 1 · 9 h 00	30 min
1	Se positionner et adopter une culture de développement	FONDATEURS	Jour 1 · 9 h 30	1 h
2	Créer sa vitrine digitale : le site internet	A — ACQUÉRIR	Jour 1 · 10 h 30	2 h
3	Être trouvé : référencement local et plateformes	A — ACQUÉRIR	Jour 1 · 13 h 30	1 h 30
4	Réseaux sociaux : choisir ses canaux et créer du contenu	A — ACQUÉRIR	Jour 1 · 15 h 00	2 h
5	Réseaux sociaux : planifier et faire de la publicité	A — ACQUÉRIR	Jour 2 · 9 h 00	1 h 30
6	Construire son offre, ses tarifs et son parcours de conversion	C — CONVERTIR	Jour 2 · 10 h 30	2 h
7	Réservation, paiement, suivi et gestion simplifiée	C — CONVERTIR	Jour 2 · 13 h 30	1 h 30
8	Fidéliser ses élèves et animer sa communauté	E — ENGAGER	Jour 2 · 15 h 00	1 h
9	Projet final : plan d'action à 3 mois	SYNTHÈSE	Jour 2 · 16 h 00	1 h
S1-S3	Suivi individuel de la mise en œuvre (visio)	A · C · E	Mois 1, 2 et 3	3 × 1 h

Horaires du présentiel : 9 h 00 – 12 h 30 et 13 h 30 – 17 h 00, soit 7 h par jour, pauses comprises. Chaque module alterne apport, démonstration, exercice appliqué à votre activité, livrable et quiz.

0

ACCUEIL

Jour 1 · 9 h 00 30 min

Accueil et positionnement de départ

Objectif : Situer chaque participant et adapter l'animation au groupe.

- Tour de table : activité actuelle (indépendant, club, structure), nombre d'élèves, outils déjà utilisés
- Questionnaire de positionnement sur les acquis digitaux (point de départ de l'évaluation)
- Présentation de la méthode ACE, du déroulé des 2 jours et du projet final

Livrable

Questionnaire de positionnement rempli

1

FONDATEURS

Jour 1 · 9 h 30 1 h

Se positionner et adopter une culture de développement

Objectif : Définir son positionnement stratégique : public cible, offre, valeurs.

- Enseignant en club ou indépendant : opportunités et défis de chaque modèle
- Enjeux spécifiques des directeurs et responsables pédagogiques de structures
- Définir son positionnement unique : public cible, style d'enseignement, valeurs, spécificités
- Culture de développement : état d'esprit, organisation, proactivité

Exercice

Fiche de positionnement : qui je sers, ce que j'apporte, ce qui me distingue.

Livrable

Fiche de positionnement, première brique du mini-plan business

Évaluation

Observation et qualité de la fiche

2

A — ACQUÉRIR

Jour 1 · 10 h 30 2 h

Créer sa vitrine digitale : le site internet

Objectif : Créer ou maquetter un site vitrine simple et efficace.

- Panorama des outils sans code : WordPress avec constructeur, Wix, Squarespace, Google Sites
- Structure d'un site d'enseignant ou de club : pages essentielles et contenu clé
- Expérience utilisateur : rapidité, clarté, signes de confiance (avis, diplômes, photos)

Exercice

Esquisse de l'arborescence et de la page d'accueil de son futur site, avec retour du formateur.

Livrable

Maquette du site (arborescence + page d'accueil)

Évaluation

Quiz de fin de module

3

A — ACQUÉRIR

Jour 1 · 13 h 30 1 h 30

Être trouvé : référencement local et plateformes

Objectif : Apparaître dans les premiers résultats de recherche locaux.

- Créer et optimiser sa fiche Google Business Profile : catégories, photos, horaires, avis
- Bases du SEO : mots-clés locaux, titres et descriptions de pages
- Plateformes de mise en relation professeurs / élèves : lesquelles choisir, comment optimiser son profil

Exercice	Audit en direct de sa fiche Google (ou création), puis liste de ses 10 mots-clés locaux.
Livrable	Fiche Google Business Profile optimisée et 10 mots-clés locaux
Évaluation	Quiz de fin de module

4

A — ACQUÉRIR

Jour 1 · 15 h 00 2 h

Réseaux sociaux : choisir ses canaux et créer du contenu

Objectif : Élaborer une stratégie de contenu qui attire des élèves.

- Instagram, Facebook, LinkedIn : spécificités et pertinence selon son public
- Formats qui fonctionnent : conseils vidéo courts, démonstrations, coulisses, témoignages, événements
- Rédaction et visuels engageants, prise en main de Canva

Exercice	Création de 3 publications prêtes à poster (texte + visuel Canva), relues en groupe.
Livrable	3 publications et profils réseaux sociaux mis à jour
Évaluation	Quiz de fin de module et retour sur les publications

5

A — ACQUÉRIR

Jour 2 · 9 h 00 1 h 30

Réseaux sociaux : planifier et faire de la publicité

Objectif : Tenir une présence régulière sans y passer ses soirées, et lancer une première publicité rentable.

- Gestion du temps et planification : Meta Business Suite, Buffer
- Publicité Facebook / Instagram : budget, ciblage local, retargeting
- Calculer le retour sur investissement d'une publicité : coût par contact, par nouvel élève

Exercice	Calendrier éditorial sur 4 semaines et paramétrage d'une campagne test (sans la lancer).
Livrable	Calendrier éditorial d'un mois et fiche de campagne
Évaluation	Quiz de fin de module

6

C — CONVERTIR

Jour 2 · 10 h 30 2 h

Construire son offre, ses tarifs et son parcours de conversion

Objectif : Transformer les visiteurs en élèves grâce à une offre claire et un parcours d'inscription fluide.

- Construire son offre : cours individuels, collectifs, intensifs, stages, packs, abonnements, partenariats
- Fixer ses prix : méthode de calcul, communication de sa valeur, différenciation
- Parcours de conversion : appel à l'action, page d'atterrissage, formulaire d'inscription
- Automatisations simples : email de bienvenue, relances, liste d'attente, suivi des prospects

Exercice	Grille d'offres et de tarifs, puis schéma du parcours « découverte → contact → inscription ».
Livrable	Grille tarifaire, schéma du parcours client, modèle d'email de bienvenue
Évaluation	Quiz et retour du formateur sur la grille tarifaire

7

C — CONVERTIR

Jour 2 · 13 h 30 1 h 30

Réservation, paiement, suivi et gestion simplifiée

Objectif : Utiliser des outils numériques simples pour réserver, encaisser et suivre ses élèves.

- Réservation en ligne : Calendly ou outils intégrés au site
- Paiement en ligne sécurisé
- Suivi des élèves : applications de progression, vidéos d'analyse, carnet de progression numérique
- Gestion administrative : facturation, encaissements, cotisations URSSAF ou fiches de paie

Exercice	Configuration en direct d'un outil de réservation avec ses propres créneaux.
Livrable	Lien de réservation en ligne opérationnel ou paramétré
Évaluation	Quiz de fin de module

8

E — ENGAGER

Jour 2 · 15 h 00 1 h

Fidéliser ses élèves et animer sa communauté

Objectif : Garder ses élèves plus longtemps et les transformer en ambassadeurs.

- Newsletter avec Mailchimp : fréquence, contenus, segmentation
- Animer une communauté ou un groupe d'élèves : groupe privé, événements, défis
- Offres complémentaires : stages, tournois internes, parrainage

Exercice Plan de fidélisation sur l'année : temps forts, stages, communications clés.

Livrable Calendrier annuel de fidélisation

Évaluation Quiz de fin de module

9

SYNTHÈSE

Jour 2 · 16 h 00 1 h

Projet final : plan d'action à 3 mois

Objectif : Rassembler le travail des 2 jours dans un plan d'action concret.

- Assemblage du mini-plan business : positionnement, offre, tarifs, canaux
- Plan d'action digital sur 3 mois : actions, échéances, indicateurs (contacts, inscriptions, avis)
- Présentation au groupe et validation selon la grille d'évaluation
- Questionnaires de fin de formation et de satisfaction

Livrable Projet de développement d'activité (mini-plan business + plan d'action à 3 mois)

Évaluation Évaluation sommative sur grille de critères

Pour les structures : une version du plan est adaptée à l'équipe (rôles, outils partagés, organisation pédagogique).

Chaque séance se déroule en visio individuelle (Google Meet) et fait le point sur votre plan d'action à 3 mois.

SÉANCE	QUAND	FOCUS	CE QU'ON REGARDE
S1	Mois 1	A — ACQUÉRIR	Site ou maquette en ligne, fiche Google, premières publications, premiers contacts
S2	Mois 2	C — CONVERTIR	Offre et tarifs publiés, réservation et paiement en ligne, contacts devenus élèves
S3	Mois 3	E — ENGAGER	Newsletter, liste d'attente, avis clients, bilan des indicateurs et suite

Entre les séances : ressources numériques et forum d'échange sur Systeme.io. Chaque séance est tracée (date, durée, sujets traités) pour le financeur.

Évaluation et documents remis

AU DÉPART

Questionnaire de positionnement (module 0).

EN CONTINU

Quiz de fin de module (2 à 8) et exercices pratiques supervisés.

À LA FIN

Projet de développement d'activité évalué sur grille, questionnaire de fin de formation.

SATISFACTION

À chaud en fin de jour 2, à froid après la séance S3.

Chaque participant reçoit une **attestation de fin de formation** indiquant les résultats de l'évaluation des acquis. Un certificat de réalisation est transmis au financeur.

Accessibilité : toute demande d'adaptation est étudiée par le référent handicap, Julien Milgram (06 83 58 70 13 – milgram4@hotmail.com).

Inscription : par téléphone, par email ou via formation-marketing-digital-sport.com, au plus tard 15 jours avant la session.