

PROGRAMME FORMATION

« DEVELOPPER SES VENTES GRACE AUX RESEAUX SOCIAUX »

Contexte :

Les réseaux sociaux constituent aujourd'hui des outils indispensables au développement d'une entreprise ou d'une institution. Ils participent à la notoriété de l'entreprise et au renforcement des liens commerciaux avec les prospects et les clients.

Ils représentent la gamme de solutions de prospection la plus abordable du marché, pourvu qu'on en maîtrise l'utilisation.

Public concerné :

Cette formation s'adresse aux professionnels en charge de l'animation commerciale de l'entreprise et/ou de sa communication institutionnelle, les personnes qui assurent la gestion des réseaux sociaux de l'entreprise, d'une succursale, d'une agence ou d'un bureau.

Durée : 4 modules indépendants de 4 h (demi-journée). Chaque module peut être suivi indépendamment des autres.

Coût : 580 € les 2 jours

Horaires : 9 h / 12h30 – 13h30 / 17 h

Lieu de la formation : Pôle Interconsulaire CCI DORDOGNE

Objectifs de la formation :

- Définir une stratégie de communication en s'appuyant sur les réseaux sociaux ;
- Maîtriser l'animation d'une page Facebook « Entreprise » et « Journal » ;
- Maîtriser l'animation d'une page Viadéo et LinkedIn ;
- Maîtriser la création de contenus publicitaires ; Gérer les « leads » ;
- Créer et maîtriser une campagne « e-mailing » (SendInBlue) ;
- Définir une stratégie de présence via Youtube et créer du contenu ;
- Créer une synergie entre les différents médias.

Méthodes pédagogiques :

- Présentiel
- Mise en pratique sur PC (portable personnel, si possible)
- Utilisation d'outils et logiciels

MODULE 1 : DEFINIR SA STRATEGIE WEB

Objectifs :

- Définir ses objectifs et adopter une ligne éditoriale ;
- Créer un agenda de communication ;
- Créer et animer ses pages « sociales » ;
- Développer la synergie entre les pages

DEFINIR SES OBJECTIFS : Déterminer ses cibles commerciales et identifier les attentes / Valoriser ses produits/services et adapter sa communication / Déterminer les outils indispensables et identifier les axes de travail / Définir une ligne éditoriale et prévoir les ressources

CREER UN AGENDA DE COMMUNICATION : Identifier les temps forts de son activité / Identifier les personnes ressources / Créer un

rétro planning de communication sur les réseaux sociaux / Définir les ressources pour chaque réseau et définir un budget

CREER ET ANIMER LES PAGES « SOCIALES » :

Créer sa page « entreprise » sur Facebook (principes de base) / Créer sa page Viadéo (principes de base) / Créer sa page LinkedIn (principes de base) / Créer un compte Google et ouvrir une chaîne Youtube (principes de base)

DEVELOPPER LA SYNERGIE ENTRE SES PAGES SOCIALES : Caractéristiques et utilisation de chaque média en fonction de sa cible / Augmenter son nombre de « suiveurs »

Mise en pratique sur PC - Création des médias sociaux par l'apprenant

MODULE 2 : CREER DU CONTENU ET ANIMER SES RESEAUX SOCIAUX

Objectifs :

- Créer un contenu dynamique et comprendre le type de consommation pour chaque média social
- Savoir développer un réseau et utiliser les options de chaque média
- Aller plus loin avec les réseaux sociaux

COMPRENDRE LES UTILISATEURS DES MÉDIAS SOCIAUX ET S'ADAPTER : Facebook, un média social avec des règles inédites / Viadéo, LinkedIn... Comment consomment les "pros" / Trouver les bons relais grâce à leur "poids social" / Participer et faire participer

CRÉER DES CONTENUS DYNAMIQUES : Trouver des photos libres de droits et valoriser sa communication / Adapter son contenu à sa cible / Créer des contenus attractifs pour être "viral" et/ou attractif / S'inspirer et faire mieux - De l'importance de la "veille concurrentielle"

UTILISER LES OUTILS DE CHAQUE MÉDIA :
Facebook : Créer des événements, Gérer des campagnes publicitaires et autres options... / LinkedIn : Créer des articles et développer son cercle relationnel / Viadéo : Participer au Groupes et utiliser le carnet d'adresses

Mise en pratique sur PC - Création de contenus et gestion de son travail par l'apprenant

MODULE 3 : CRÉER UNE CAMPAGNE E MAILING AVEC "SENDINBLUE"

Objectifs :

- Comprendre le principe d'une campagne e mailing
- Créer son compte "SendInBlue" - Plus d'informations sur <https://fr.sendinblue.com/>
- Récupérer des mails et gérer ses prospects
- Définir une campagne e mailing et la créer

COMPRENDRE LE PRINCIPE D'UNE CAMPAGNE E MAILING : Le mailing, un outil de prospection entièrement fondé sur la statistique / Comment créer un mail efficace / Planifier et gérer ses campagnes e mailing / Choix de l'outil "SendInBlue"

CRÉER SON COMPTE "SENDINBLUE" ET TRANSFÉRER SES CONTACTS : "SendInBlue" - Principes, avantages et importance de l'outil /

Créer son compte et comprendre l'utilisation de la plate-forme / Importation de contacts (l'apprenant doit fournir un fichier de prospects contenant leur mail)

CRÉER SA PREMIÈRE CAMPAGNE : Définir une communication / Mettre en place son contenu et l'importer sur la plate-forme / Créer la campagne et maîtriser les étapes de la réalisation

LANCER SA PREMIÈRE CAMPAGNE / Tester sa campagne et savoir analyser les anomalies avant une communication massive / Mesurer l'impact de sa campagne

Mise en pratique sur PC - Création d'une campagne e mailing complète.

MODULE 4 : YOUTUBE, CRÉER SA CHAÎNE, DÉVELOPPER SON AUDIENCE

Objectifs :

- Créer et animer sa chaîne YouTube - Pourquoi et comment
- Créer une vidéo avec Windows Movie Maker
- Déposer sa vidéo sur une playlist et définir une stratégie de référencement Web

YOUTUBE, LE DEUXIÈME MOTEUR DE RECHERCHE AU MONDE APRÈS GOOGLE : Visite guidée de YouTube et visite détaillée de la chaîne "Pascal Percheron, Conseil et Développement" / Définition des paramètres de la chaîne / Création de la chaîne de l'entreprise / Règles d'utilisation et mises en garde / Comment garder le contrôle sur sa communication

CRÉER UNE VIDÉO : Utilisation d'un support d'enregistrement et initiation aux prises de vues et prises de son / Mise en place d'un

environnement de tournage / Utiliser Windows Movie Maker / Créer sa première vidéo

CRÉER SA PREMIÈRE VIDÉO SUR YOUTUBE : Déposer sa vidéo et comprendre les paramètres d'enregistrement / Définir une stratégie de référencement / Créer une « Playlist » et comprendre son utilisation

DÉVELOPPER SA NOTORIÉTÉ GRÂCE À SON CONTENU VIDÉO : Créer une synergie avec les autres médias sociaux / Fidéliser ses abonnés et développer son audience / Adapter sa stratégie en fonction du "feedback" des internautes / Trouver de nouveaux clients et définir un « Tunnel de Vente »

Mise en pratique sur PC - Création d'une chaîne YouTube, d'une Vidéo et d'une « Playlist »

