

Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux

Programme de formation

Durées possibles : 15 à 25h

Prix : 1500€ HT à 2500€ HT

Profils des stagiaires

Porteurs de projets
Indépendants
Chef d'entreprises
Chef de projet digital
Chef de projet commercial
Salarié du secteur commercial / digital

-Prérequis

- Maitrise de la langue française
- Disposition d'un ordinateur
- Connexion internet stable

-Objectif pédagogique

Comprendre l'importance des réseaux sociaux dans le paysage commercial actuel.
Identifier les différents réseaux sociaux et leurs spécificités.
Définir les objectifs commerciaux et leur traduction en stratégie sur les réseaux sociaux.
Comprendre votre avatar client
Réaliser un Benchmark concurrentiel

Contenu de la formation

Module 1 : Introduction aux réseaux sociaux et à la stratégie digitale

- Comprendre l'importance des réseaux sociaux dans le paysage commercial actuel.
- Identifier les différents réseaux sociaux et leurs spécificités.
- Définir les objectifs commerciaux et leur traduction en stratégie sur les réseaux sociaux. Comprendre votre Canva
- Réaliser un Benchmark concurrentiel

Contenu : Panorama des réseaux sociaux : Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube. Étude de cas : réussites et échecs de stratégies sur les réseaux sociaux. Définition des objectifs commerciaux et alignement avec la stratégie digitale.

Module 2 : Création et optimisation de comptes sur les réseaux sociaux

- Apprendre à créer un compte entreprise sur diverses plateformes.
- Optimiser les profils pour une visibilité maximale.

Contenu : Création de comptes entreprise sur Canva, Instagram, LinkedIn, Twitter, et YouTube.

Techniques d'optimisation de profil (SEO sur les réseaux sociaux, utilisation des mots-clés, création de bio attrayante).

Module 3 : Contenu percutant pour les réseaux sociaux

- Concevoir des contenus rédactionnels engageants.
- Créer des visuels et vidéos promotionnelles impactantes
- Méthode TOFU MOFU BOFU.
- Apprendre à utiliser Canva
- Apprendre à utiliser CapCut

Contenu : Principes de rédaction pour les réseaux sociaux. Utilisation d'outils de création graphique (Canva, CapCut).

Initiation à la production vidéo simple pour les réseaux sociaux.

Module 4 : Stratégie de publication et engagement

- Définir un calendrier éditorial (rythme, format...)
- Engager la communauté et gérer les interactions.
- Méthode d'engagement (concours, stories, dm)

Contenu : Planification des publications : outils et méthodes.

Techniques d'engagement : comment susciter l'interaction, répondre aux commentaires.

Gestion de crise sur les réseaux sociaux.

Module 5 : Optimisation de la présence sur les réseaux sociaux

- Comprendre les mécanismes d'optimisation organique sur les réseaux sociaux pour maximiser la visibilité.
- Apprendre à analyser et utiliser les interactions et engagements pour améliorer la portée organique.
- Développer des stratégies pour renforcer la notoriété et l'image de marque sans se reposer uniquement sur la publicité payante.

Contenu :

Stratégies d'optimisation organique pour améliorer la visibilité et l'engagement sur les principales plateformes.

Utilisation des fonctionnalités natives des plateformes (comme les stories Instagram, les tweets épinglés, les articles LinkedIn) pour renforcer la présence en ligne.

Techniques pour encourager le partage et l'interaction, telles que la création de hashtags uniques, l'organisation de questions/réponses et la participation à des conversations pertinentes.

Analyse des tendances des réseaux sociaux pour adapter les contenus et les stratégies de publication en temps réel.

Conseils pour la création de communautés engagées autour de la marque.

Module 6 : Mesure de performance et analyse des résultats

- Utiliser les indicateurs clés de performance (KPIs) pour évaluer l'efficacité des actions sur les réseaux sociaux.
- Adapter la stratégie en fonction des analyses.

Contenu : Introduction aux outils d'analyse et de suivi (Google Analytics, insights des plateformes). Interprétation des données et prise de décision stratégique.

Étude de cas et mise en pratique : analyse d'une campagne existante.

Pôle formation

AD FINANCE 1b avenue Paul Santy, 69130 ECULLY. SIRET : 90040071400011 – 900 400 714 R.C.S. Lyon – Code APE 8559B Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 84691942769 auprès du préfet de Région Auvergne-Rhône-Alpes. Ce numéro ne vaut pas agrément d'État.

Organisation de la formation

Formateur référent : Antoine Daumard

Moyens pédagogiques et techniques

– L'apprenant(e) aura accès à des cours asynchrones servant de base pour les séances en visioconférence. Sur la base de ces séances, il ou elle sera amené(e) à réaliser des exercices de mise en situation en corrélation avec son projet professionnel. Ces exercices serviront également de base de notation pour l'appréciation des acquis de compétences.

Dispositif de suivi de l'exécution de d'évaluation des résultats de la formation

– Évaluation de fin de formation
– Exercice de mise en situation

Dispositif de suivi de l'exécution de d'évaluation des résultats de la formation

Attestation de fin de formation

Certification RS6372

Certification visée :

Attestation de fin de formation

Certification RS6372

Certificateur : Online Sales Success

Passage de la certification :

Une fois la formation terminée, nous vous adresserons une proposition de passage devant un jury d'examen.

- le candidat devra présenter des connaissances en numérique.
- Afin de vérifier son niveau de connaissance un test sera réalisé lors de son inscription.
- Sa candidature sera validée dès obtention de 500 points au test de connaissances.

Pôle formation

AD FINANCE 1b avenue Paul Santy, 69130 ECULLY. SIRET : 90040071400011 – 900 400 714 R.C.S. Lyon – Code APE 8559B Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 84691942769 auprès du préfet de Région Auvergne-Rhône-Alpes. Ce numéro ne vaut pas agrément d'État.