

DÉVELOPPER L'ACTIVITÉ COMMERCIALE PAR LES RÉSEAUX SOCIAUX.

À la fin de la formation sur la communication sur les réseaux sociaux, les participants seront en mesure de développer et de mettre en oeuvre une stratégie de communication adaptée aux objectifs commerciaux de leur entreprise, en utilisant efficacement les réseaux sociaux.

Durée

14.00 heures (2.00 jours)

Profils des apprenants

- Responsables commerciaux
- Community managers
- Toute personne souhaitant développer l'activité commerciale via les réseaux sociaux.

Prérequis :

Aucun prérequis.



Accessibilité et délais d'accès

Pour les personnes en situation de handicap, nous étudions les actions que nous pouvons mettre en place pour favoriser leur apprentissage à travers un questionnaire avant formation. Nous nous appuyons également sur un réseau de partenaires locaux.

Qualité et indicateurs de résultats

Taux de présence VS taux d'abandon, taux de satisfaction à chaud & à froid, taux de réussite à l'évaluation finale.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES.

1. Identifier les objectifs commerciaux spécifiques de leur entreprise et les enjeux liés à la mise en place d'un plan de communication approprié.
2. Comprendre le rôle et l'importance des réseaux sociaux dans le développement commercial et les comparer pour choisir les plateformes adaptées à leur secteur.
3. Créer et paramétrer avec succès une page d'entreprise sur différentes plateformes de réseaux sociaux, en fournissant des informations complètes et pertinentes.
4. Élaborer une ligne éditoriale en définissant le ton, le style et les sujets des publications, en s'adaptant à la cible visée pour animer, informer et fidéliser la communauté.
5. Planifier et rédiger des publications attrayantes et adaptées à différents publics, en utilisant des images, des vidéos et des liens pour enrichir les contenus textuels.
6. Créer des vidéos optimisées pour les réseaux sociaux en choisissant le bon format pour chaque plateforme et en sous-titrant les vidéos pour améliorer l'expérience utilisateur.
7. Utiliser un outil d'analyse de la performance sur les réseaux sociaux pour mesurer l'efficacité de la stratégie et identifier les indicateurs clés de performance pertinents.
8. Gérer les interactions avec les utilisateurs en répondant aux commentaires et en maintenant une relation positive avec la communauté en ligne.

CONTENU DE LA FORMATION.

1 - Définir les objectifs commerciaux à atteindre :

- Identifier les objectifs commerciaux de l'entreprise
- Identifier les problématiques de l'entreprise et les enjeux commerciaux pour mettre en place un plan de communication adapté.
- Introduction à la communication sur les réseaux sociaux

2 - Comparer les différents réseaux sociaux existants accessibles par ordinateur et par mobile :

- Cadrage de la stratégie de communication en lien avec les objectifs commerciaux de l'entreprise.
- Comparaison des différentes applications et réseaux sociaux : Facebook, Instagram, Tik Tok, Twitter, LinkedIn, Google My Business.

3 - Création et paramétrage d'une page d'entreprise sur les réseaux sociaux :

- Étapes pour créer et paramétrer une page d'entreprise sur différentes plateformes.
- Renseignement de la page : ajouter des informations complètes et pertinentes.
- Personnalisation de la page : choix des onglets à afficher et mise en forme des publications.
- **Exercices pratiques** : Création d'une page d'entreprise sur une plateforme sélectionnée.

4 - Animation éditoriale sur les réseaux sociaux :

- Évaluation de la réputation digitale de l'entreprise sur son marché.
- Établissement de la ligne éditoriale : ton, style et sujets des publications.
- Établissement d'un planning éditorial pour une diffusion optimale et régulière des informations.
- Adaptabilité du contenu en fonction de la cible visée pour animer, informer et fidéliser la communauté.
- **Exercices pratiques** : Planification et rédaction de publications adaptées à différents publics.

5 - Rédaction de contenus optimisés pour les réseaux sociaux et création de vidéos :

- Règles rédactionnelles pour les réseaux sociaux : astuces pour capter l'attention.
- Création de contenus à plusieurs niveaux de lecture adaptés à différents publics.
- Utilisation d'images, vidéos et liens pour enrichir les contenus textuels.
- Choix du bon format vidéo pour chaque réseau social.
- Sous-titrage des vidéos pour améliorer l'expérience utilisateur.
- Introduction aux outils d'édition vidéo pour créer des vidéos de qualité.
- **Exercices pratiques** : Rédaction de contenus et création de vidéos pour les réseaux sociaux.



6 - Concevoir des vidéos promotionnelles de son activité professionnelle :

- Définir les facteurs clés de succès des vidéos promotionnelles.

7 - Mesure de la performance et gestion de la relation avec les utilisateurs :

- L'importance de mesurer la performance sur les réseaux sociaux.
- Les indicateurs clés de performance (KPI) pertinents pour évaluer l'efficacité de la stratégie.
- Introduction à un outil de suivi et d'analyse de la performance sur les réseaux sociaux.
- Gestion des commentaires et interactions avec les utilisateurs pour maintenir une relation positive avec la communauté.
- **Exercices pratiques** : Utilisation de l'outil d'analyse



ORGANISATION DE LA FORMATION.

Équipe pédagogique

Notre équipe pédagogique maîtrise l'ensemble des sujets proposés à la formation. Nous construisons nos programmes en identifiant les besoins en compétences des futurs apprenants et en collaboration avec nos experts métiers. Axio Formation repose sur une approche personnalisée pour chaque parcours professionnel. Nous concevons des formations qualifiantes qui non seulement répondent à vos besoins spécifiques, mais vous préparent aussi à exceller dans votre domaine.

Pour tout besoin lié à la pédagogie, notre référente est Maud :

maud.hoffmann@axio-formation.com (également référente handicap)

Pour tout besoin d'ordre administratif ou logistique, notre référente est Emilie :

emilie.vannieuwenborg@axio-formation.com



Moyens pédagogiques et techniques

- En présentiel : • Accueil des participants dans une salle dédiée à la formation • Documents supports de formation projetés • Etudes de cas concrets • Quizz et activités collectives en salle • Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation
- En distanciel : • Classes virtuelles via l'interface Digiforma ou Livestorm • Support de formation partagé • Activités d'entraînement en synchrone

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

- Feuilles d'émargement
- Autoévaluation de niveau en début de formation et fin de formation
- Evaluations d'entraînement tout au long de la formation
- Questionnaire de satisfaction à chaud et à froid.

POUR LES FORMATIONS ÉLIGIBLES AU CPF.

Détails sur la certification :

Titre de la certification : Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux.

Certificateur : Alternative Digitale

Date d'enregistrement : 19-07-2023
RS 6372

Détails sur la certification : Voir fiche EDOF Mon Compte Formation.

Admission sans disposition particulière

Frais de passage de la certification inclus dans le tarif.

En fin de parcours, les apprenants s'engagent à passer l'examen en vue de l'obtention de la certification.



Qualiopi
processus certifié

■ ■ RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

La certification qualité a été délivrée au
titre de la catégorie d'action suivante :
ACTION DE FORMATION