

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)
Formation 100% synchrone

Profils des apprenants

Dirigeants de TPE/PME indépendants et leurs collaborateurs en charge de leur communication marketing devant acquérir des compétences complémentaires en lien avec le développement de l'activité commerciale par les réseaux sociaux.

Prérequis :

- 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.
- **Autre prérequis** : avoir un projet de développement de son activité commerciale par les réseaux sociaux afin de rendre opérationnelles les compétences acquises.

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.

Référente handicap : maud.hoffmann@axio-formation.com



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 :

- Définir un rythme de publication, sur les réseaux sociaux choisis
- 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

Pour tout besoin d'ordre administratif, notre référente est Emilie: emilie.vannieuwenborg@axio-formation.com

Pour toute inscription veuillez remplir le formulaire de contact sur notre site. Vous serez recontacté.e. par notre service commercial. Délai d'accès : 3 semaines

- **Processus** : recueil de besoin, validation prérequis (Entretien et diagnostic initiaux pour adapter le parcours et valider le projet), devis/convention, convocation.

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'émergence
- 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.
- Evaluation finale (test en ligne du certificateur) ou soutenance devant jury d'évaluation selon certificateur.

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 après entretien.

Frais d'examen inclus dans le prix des prestations : 175€ HT par apprenant

Réussite au test d'Alternative Digitale. Test comportant des questions en QCM et des questions ouvertes sur toutes les connaissances abordées en formation. Le test dure 90 minutes

En fin de parcours, les apprenants s'engagent à passer l'examen en vue de l'obtention de la certification. Le passage de l'évaluation est obligatoire pour tout candidat utilisant ses droits CPF pour financer la formation. En cas de refus de passer l'examen, un remboursement de la formation pourra lui être demandé.

