

FORMATION ACCOMPAGNER LE CHEF DE TPE DANS LA CONQUETE DE CLIENTS VIA LES RESEAUX SOCIAUX

Public Visé

Conseillers en création, transmission, reprise d'entreprise : TPE, entreprises innovantes, start-up.

Durée

14.00 Heures en présentiel en présentiel
2 Jours

Pré Requis

Savoir utiliser les outils informatiques.

Parcours pédagogique

Comprendre les enjeux et les principes des réseaux sociaux

- Panorama rapide des principaux réseaux sociaux, des usages et des utilisateurs
- Comprendre le fonctionnement des algorithmes des réseaux sociaux
- Comprendre le fonctionnement de l'algorithme de Google & introduction à Google My Business

Exercice : Sélectionner les bons médias selon son activité, son marché, ses cibles et ses ressources internes (priorités, temps et compétences disponibles)

Construire une stratégie social media performante

- Identifier ses persona
- Repérer les opportunités de communication et de différenciation et définir son positionnement sur les réseaux sociaux
- Définir ses mots clés, construire sa ligne éditoriale et son contenu
- Définir ses objectifs de développement (de notoriété, de communauté ...)
- Mettre en place une veille et observer les best practices (en France et à l'international)

Exercice : Identifier les opportunités de communication d'une TPE, en lien avec sa stratégie commerciale et de développement

Produire du contenu social media adapté et de qualité

- L'importance de l'image : créer des visuels et des infographies percutante
- Identifier les différents types de publications et créer du contenu varié

ASFO GRAND SUD - Numéro de déclaration d'activité (ne vaut pas agrément de l'état) : 76310897031

Version : 3RS-20240223

ASFO GRAND SUD

0 800 64 31 33 (n°gratuit)
contact@groupelfc.com
www.asfo grandsud.com



SIRET : 83420427300017
Code APE : 8559A
Organisme de formation enregistré sous le
n°76310897031 auprès du Préfet de la Région Occitane.
(Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat)

- La vidéo reine des réseaux sociaux, la story dépasse la publication
- Créer son image de marque entreprise sur les réseaux sociaux et adopter une stratégie de blogging et/ou de storytelling

Exercice : Créer un visuel de publication sur Canva et créer une story sur Instagram

Organiser ses prises de parole

- Créer un planning de publication
- Gagner du temps : préparer et programmer ses publications
- Suivre son activité au quotidien, être réactif
- Modération : répondre à des avis négatifs

Exercice : Programmer une publication sur Hootsuite, réaliser un tableau de publication

Développer sa communauté et gagner de nouveaux prospects

Développer et fidéliser sa communauté

- Construire une communauté, créer du lien et renforcer son engagement : faire des publications « call to action » et installer du dialogue, des échanges (groupes, blogs, etc.)
- Modération : répondre à des avis négatifs
- Identifier, approcher et travailler avec des influenceurs, / ambassadeurs / blogueurs
- Mettre en place une stratégie de networking

Approche directe / prospection

- Les bonnes pratiques en fonction du réseau choisi : LinkedIn, Facebook, sites spécialisés, Instagram, Twitter
- Ciblage pertinent
- Développer son image de marque employeur
- Newsletters / emailings : bonnes pratiques, réglementation et outils (Mailchimp ...)

Sponsoring / publicité

- Définir un budget de sponsoring, créer une campagne de sponsoring (Facebook, Instagram, LinkedIn premium ...)
- Optimiser son référencement naturel et programmer une campagne Google AdWords (SEO et SEA)
- Construction d'un budget annuel de publicité réseaux sociaux / web

Exercice : Créer une campagne de sponsoring sur Facebook et Instagram Business Manager, répondre à un avis négatif sur Google Business

Mesurer l'efficacité de la communication digitale

- Évaluer la performance des publications et des supports (Facebook, Instagram, LinkedIn, Google My Business)
- Mesurer / analyser / corriger les actions mises en place au regard des objectifs fixés et réajuster ses objectifs et plan d'action

Exemple avec un cas traité lors de la 1ère journée

Cas pratique : cas réel autour d'une jeune entreprise innovante

Objectifs pédagogiques

- Permettre aux conseillers de :
- Conseiller les chef(fe)s de TPE sur les réseaux sociaux adaptés
- Connaître les leviers commerciaux utilisables sur les réseaux sociaux

Méthodes et moyens pédagogiques

Remise de fiches synthétiques :

- Principaux réseaux sociaux & bonnes pratiques
- Les clés d'une bonne publication
- Outils utiles : Facebook (et Instagram) Business Manager, Google My Business, Hootsuite, Canva, Google analytics, banques d'images (pexels, Unsplash, Freepik).

Méthodes et modalités d'évaluation

Remise de fiches synthétiques :

- Principaux réseaux sociaux & bonnes pratiques
- Les clés d'une bonne publication
- Outils utiles : Facebook (et Instagram) Business Manager, Google My Business, Hootsuite, Canva, Google analytics, banques d'images (pexels, Unsplash, Freepik).

Modalités d'Accessibilité

Accès PMR