

Accompagner le chef de TPE dans la conquête des clients via les réseaux sociaux

FINALITES DE LA FORMATION

Conseiller et accompagner des créateurs-repreneurs d'entreprise dans leur stratégie commerciale sur les réseaux sociaux.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Permettre aux conseillers de se perfectionner sur l'accompagnement des créateurs-repreneurs dans leur stratégie commerciale sur les réseaux sociaux.
- Conseiller sur les réseaux sociaux adaptés
- Connaître les leviers commerciaux utilisables sur les réseaux sociaux

PUBLIC CONCERNE/EMPLOI VISE

Conseillers en création, transmission, reprise d'entreprise

PRE-REQUIS

Savoir utiliser les outils informatiques

MODALITES

Durée : 14 heures

Type : Présentiel

Méthodes et moyens pédagogiques : Apports théoriques, exercices pratiques, études de cas, échanges. Remise du support de formation en pdf.

Sanction de la formation : Attestation de fin de formation

Profil de l'intervenant : Solène Barrès, consultante en communication digitale et formatrice. Gaëlle Neuvic, Développeuse web, formatrice en communication web.

PROGRAMME

Introduction

- Introduction au social selling : définition, fonctionnement, intégration dans une approche multicanale
- Les compétences clés du social selling
- Le parcours client cross canal et mécanismes de la conversion de prospect en client

I/ Connaître les réseaux sociaux pour développer une activité professionnelle

Environnement social media

- Panorama des réseaux sociaux en France et dans le monde : positionnements, ciblage, fonctionnement des algorithmes
- Choisir les réseaux sociaux adaptés à son activité professionnelle : LinkedIn, Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, YouTube, Google My Business, etc.

Exercices / cas pratiques :

Identifier pour une entreprise les médias sociaux prioritaires

II/ Utiliser les réseaux sociaux pour générer des prospects

Content marketing

- Créer du contenu qualitatif et à forte valeur ajoutée pour les réseaux sociaux
- Comprendre et susciter l'engagement sur ses publications
- Contenus premium
- Maîtriser le storytelling

Exercices / cas pratiques :

Concevoir un planning éditorial incluant du contenu premium et/ou du storytelling

E-réputation

- Comprendre les enjeux de la e-réputation
- Gérer sa e-réputation : outils & méthodologie
- E-réputation et amélioration du service client
- Outils pour gérer la e-réputation

Exercices / cas pratiques :

Observer la e-réputation d'une entreprise et proposer des actions en vue d'améliorer la relation et le service client

Développer sa communauté et gagner de nouveaux prospects

- Bonnes pratiques pour développer et fidéliser sa communauté sur les réseaux sociaux
- Mettre en place une stratégie de networking
- Identifier, approcher et travailler avec des influenceurs, / ambassadeurs / blogueurs
- L'importance du CRM dans la stratégie de social selling
- Outils et plugins pour réseaux sociaux

Exercices / cas pratiques :

- Identifier sur LinkedIn les prospects d'une entreprise
- Approcher un prospect sur LinkedIn

Vendre sur les réseaux sociaux

- Maîtriser les fonctionnalités marchandes des réseaux sociaux : Facebook, Instagram, Google My Business
- Liens d'affiliation
- Liens trackés
- Publicité et fonctionnalités payantes sur les réseaux sociaux : LinkedIn, Facebook, Instagram

Exercices / cas pratiques :

Analyser l'activité d'une boutique sur Facebook, Instagram ou Google My Business

Indicateurs & analyse des performances

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

Stratégie cross canal

- Cross canal : comprendre le parcours web d'un prospect ou client, des réseaux sociaux vers l'achat e-commerce, et après.
- Les mécanismes de la conversion de prospect en client
- Intérêts, objectifs et bonnes pratiques des différents outils de communication online et offline
 - Emailings, newsletters et automation
 - Sms
 - Chat
 - Webinaires
 - Évènements
 - Contenu premium
 - Programmes de fidélisation, avantages clients, affiliation
 - Le CRM
 - Partenariats influenceurs

Exercices / cas pratiques :

- *Définir un plan d'actions omnicanal annuel*

LES + ASFO

- Nos responsables pédagogiques et intervenants sont des experts reconnus dans leur métier.
- Certification AFNOR selon le référentiel ISO 9001.