

LOT 5 : Accompagner le chef de TPE dans la conquête de clients via les réseaux sociaux FORMATION A DISTANCE

FINALITE DE LA FORMATION

Comment conseiller et accompagner des créateurs-repreneurs d'entreprise dans leur stratégie commerciale sur les réseaux sociaux ?

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

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

LES + ASFO

Formation pragmatique : tous les sujets abordés sont illustrés d'exemples réels

PUBLIC CONCERNE

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

PRE-REQUIS

Savoir utiliser les outils informatiques

MODALITÉS

Groupe : Jusqu'à 12 personnes Maximum

Groupe conseillé : 8 personnes

Durée : 2 jours

METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES

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).

PROGRAMME

• 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 personas
- 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 percutantes
- Identifier les différents types de publications et créer du contenu varié
- 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