Développer l'activité commerciale avec les réseaux sociaux, certification Alternative Digitale RS6372

Cours Pratique de 3 jours - 21h
Réf : URS - Prix 2024 : 2 030€ HT

Ce parcours certifiant a pour objectif de valider la capacité à maîtriser l'usage professionnel des réseaux sociaux, à élaborer une stratégie autour de l'utilisation de ces réseaux à des fins de développement commercial et à communiquer en confiance avec les clients et prospects.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

Définir les objectifs commerciaux

Choisir les réseaux sociaux pertinents

Créer un compte entreprise sur les applications et les réseaux sociaux

Établir un plan de communication social media

Élaborer des contenus rédactionnels et visuels

Concevoir des vidéos promotionnelles

Utiliser les résultats des différents indicateurs

Notions juridiques et éthiques

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Pédagogie active favorisant l'implication personnelle et les échanges entre participants.

CERTIFICATION

Le parcours de formation débute par un diagnostic de 30 minutes en amont de la formation : QCM de 40 questions sur le thème "développer sa culture digitale". Puis, en parallèle de la formation, accès à une digithèque en ligne de plus de 300 contenus (45 heures d'informations disponibles). L'examen de certification se déroule en ligne, en différé et en français dans le mois qui suit la formation. Passage du certificat à planifier : test théorique, QCM de 30 minutes contenant 40 questions et test pratique, études de cas et plan d'action à développer à l'écrit. Durée totale : 90 minutes.

LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 11/2023

1) Définir les objectifs commerciaux

- Analyser le marché.
- Construire la matrice SWOT de son périmètre de vente.
- Utiliser les études de marché et l'étude de la concurrence.
- Pré-qualifier et détecter les besoins des prospects et clients actuels.
- Identifier les objectifs commerciaux et comment les transposer sur les réseaux sociaux.
- Savoir identifier les éléments créateurs de valeur.
- Donner des objectifs SMART.

Travaux pratiques : Cartographie d'habitudes et présentation des objectifs de chaque participant.

2) Choisir les réseaux sociaux pertinents

- Auditer ses habitudes actuelles de prospection avec les médias sociaux.

PARTICIPANTS

Dirigeants de TPE/PME et tout collaborateur en charge de la communication marketing.
Toute personne souhaitant maîtriser l'utilisation des réseaux sociaux à des fins de développement commercial.

PRÉREQUIS

Responsables marketing/communication/RH/opérationnels.
Assistants marketing/communication, community managers juniors.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques…
Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

• Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
• À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
• Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez Mme FOSSE, référente handicap, à l'adresse suivante psh-accueil@orsys.fr pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité.

- Identifier ses connaissances, habitudes, freins et techniques actuels.
- Prospecter sur les réseaux sociaux : les raisons.
- Comprendre leurs fonctions en tant qu'outils incontournables de vente.
- Choisir un réseau social pour son public cible. Identifier comment le choisir.

3) Créer un compte entreprise sur les applications et les réseaux sociaux

- Les caractéristiques et usages des réseaux sociaux.
- Facebook : créer un profil ou une page entreprise, se rendre visible, faire de la publicité...
- Twitter : créer un compte, trouver des profils utiles, assurer une veille...
- LinkedIn : enrichir son profil, entrer en contact, rechercher du contenu...
- Communiquer par l'image : Pinterest, Instagram, Snapchat, TikTok.
- Communiquer avec la vidéo : YouTube, Facebook, Twitch...

Réflexion collective : Réflexion sur les tendances émergentes en matière de médias sociaux, avenir des plateformes et impact potentiel sur les stratégies commerciales.

4) Établir un plan de communication social media

- Identifier ses cibles et ses usages : la méthode des personas.
- Appréhender une méthodologie pour définir sa stratégie.
- Positionnement de l'image et des messages clés.
- Définir le déroulement opérationnel.
- Présenter le plan de communication.
- Établir le calendrier des actions.

Etude de cas : Établir un plan de communication sur la méthode des personas.

5) Élaborer des contenus rédactionnels et visuels

- Les outils du community manager : créer des contenus et des visuels, améliorer son organisation et sa production.
- Maîtriser le fond et la forme. Savoir raconter une histoire.
- Connaître les bonnes pratiques pour améliorer la visibilité de ses publications.
- Savoir gérer l'impact des algorithmes avec le social advertising.
- Valoriser et fidéliser ses ambassadeurs : dépasser le cadre des réseaux sociaux.

Exemple : Pratique d'outils de curation et de storytelling.
Mieux twitter : usages, bonnes pratiques et règles de prudence.
Optimiser sa page Facebook avec des applications tierces.

6) Concevoir des vidéos promotionnelles

- Connaître les différents environnements : Apple et Android.
- Définir les objectifs d'une vidéo.
- Définir les cibles à atteindre et le cadre de captation.
- Sélectionner les acteurs et préparer les moyens techniques.
- Connaître les principales techniques pour réaliser de bonnes images avec son smartphone.
- Découvrir les cadrages, les valeurs de plan et les mouvements de caméra.
- Découvrir les logiciels de montage : Adobe Premiere Clip et iMovie.
- Importer et exporter ses vidéos.
- Réaliser le montage de ses vidéos, modifier la timeline.

Mise en situation : Réalisation de plusieurs captations vidéo en conditions réelles : captation, cadrage, prise de son...

7) Utiliser les résultats des différents indicateurs

- Contrôler et suivre les actions de communication.
- Mettre en place des outils d'évaluation.
- Publicité et budget pour mettre en place une campagne publicitaire efficace.
- Évaluer et mesurer les résultats.
- Adapter le plan aux aléas conjoncturels.

Exercice : Check-list des actions de suivi.

8) Notions juridiques et éthiques

- Aspects juridiques et éthiques liés à l'utilisation des réseaux sociaux à des fins commerciales.
- Respect de la vie privée des utilisateurs.
- Droits d'auteur et propriété intellectuelle.
- Publicité en ligne et règles des plateformes sociales.
- Gestion de la réputation en ligne : comment gérer les avis et les commentaires des clients sur les réseaux sociaux ?

LES DATES

CLASSE À DISTANCE
2024 : 04 sept., 25 nov.

PARIS
2024 : 28 août, 18 nov.