

Jour 1

Les réseaux sociaux

- Chiffres clés et les tendances
- Panorama des réseaux existants (Facebook, X (ex Twitter), LinkedIn, Pinterest, Instagram, Snapchat, Tiktok, Twitch...)
- Forces et limites des différents réseaux
- Ciblage des canaux les plus adaptés à la stratégie commerciale

Module dispensé

Acquis validés

Définir sa stratégie commerciale

- Définir les objectifs commerciaux à atteindre
- Cibler ses prospects de manière pertinente
- Cadrer l'utilisation des réseaux sociaux dans sa stratégie commerciale globale

Module dispensé

Acquis validés

Mettre en valeur son entreprise dans ses présentations

- Maîtriser son identité numérique
- Rendre sa présentation attractive dès la création de son compte : expressions pertinentes, photos, accroche...
- Usages et codes pour communiquer efficacement sur ces réseaux

Module dispensé

Acquis validés

Jour 2

Techniques de communication sur les réseaux sociaux

- Chercher et analyser les informations utiles sur ses prospects
- Adapter sa communication selon la spécificité de sa cible
- Être identifié comme expert pour convaincre
- Diffuser ses informations sur les réseaux de manière pertinente et fidéliser sa communauté
- Favoriser le lien entre l'entreprise et l'utilisateur en apportant des réponses aux commentaires postés

Module dispensé

Acquis validés

Organiser votre communication quotidienne sur les réseaux sociaux

- Adopter une organisation de son travail efficace avec ces nouveaux outils
- Éviter les pièges pour ne pas perdre de temps inutilement
- Gérer son e-réputation

Module dispensé

Acquis validés

Réaliser une présentation impactante pour son réseau avec Canva

- Présentation de l'interface
- Le choix du modèle
- Importation de photos et de vidéos
- Création de texte, utilisation d'éléments...
- Modification d'image (arrière-plan, contraste, ...)

Module dispensé

Acquis validés

Jour 3

Développer et concrétiser sa prospection

- Cibler et organiser ses contacts sortants (via messagerie du réseau social, appel direct...)
- Gérer et transformer les leads qualifiés en client actif

Module dispensé

Acquis validés

Mesure de l'efficacité commerciale

- Les indicateurs clés de performance (KPI) de sa stratégie de communication numérique
- Importance du suivi et mesure des effets sur le parcours commercial

Module dispensé

Acquis validés