



Eligible CPF : OUI

Dans le cadre d'un cursus
« Marketing digital »

Durée : 14H / 2J

Tarif : 900 €

Groupe : 4 max.

Formateur :

Consultant Expert Social
Media Marketing et
formateur confirmé.

Objectifs :

Exploiter Facebook et
Instagram dans un but de
prospection commerciale.

Profil stagiaire :

Toute personne amenée à
prospecter, communiquer
via les réseaux sociaux
pour développer son
activité commerciale.
Créateurs d'entreprise,
commerçants et
commerciaux.

Prérequis :

Connaître l'environnement
web et les réseaux
sociaux.

✉ formation@effiskill.com

☎ 04 72 18 51 18

Consultez notre offre :

www.effiskill.com

Des réseaux sociaux comme Facebook, Instagram..., sont utilisés au quotidien par des millions de personnes, pour échanger, partager une multitude d'informations sur leurs centres d'intérêts, activités, profils avec des objectifs très variés.

Cette richesse d'informations, de données vous permet de cibler des opportunités commerciales, des prospects pour votre activité commerciale. Cette formation vous propose d'acquérir les règles de communication et les outils pour prospector avec efficacité sur des réseaux sociaux.

Compétences visées :

- > Savoir bâtir une stratégie de prospection digitale BtoC
- > Savoir développer l'impact d'une « *marque professionnelle* » sur Facebook et Instagram, créer des Posts attractifs.
- > Connaître les outils de prospection et recherche sur Facebook, Instagram.

Programme :

Les enjeux du Social Selling :

Définition du social selling.
Évolution des pratiques.
Présentation des différentes plateformes.
Comment vos cibles utilisent ces plateformes.

Créer son image de marque pour communiquer :

Les notations et leurs gestions.
Définition de son image de marque.
Créer/optimiser sa page professionnelle.
Communiquer sur les réseaux sociaux : publications, posts...

Construire sa marque personnelle :

Création/optimisation de son compte personnel (Personal Branding).
Animation et développement de son réseau (les différents statuts & rédiger les publications).
La sécurité de ses profils.

Trouver ses clients et prospects :

Les moteurs de recherches Facebook et Instagram.
Les pages et les groupes à intégrer.
Les communautés et Hashtag à suivre.
Outils de prospections sur Facebook, Instagram et Google.

Fédérer et fidéliser vos clients :

La communication pour faire interagir sa communauté.
Le traitement des réactions.
La gestion des commentaires.
Gérer les invitations à vos pages professionnelles.

Veille et suivi :

Utilisation d'outils de suivi sur les réseaux sociaux.
Recherche de contenu et veille.
Indicateurs d'efficacité.

Choix pédagogiques :

Le groupe limité à 4 stagiaires permet une pédagogie active et personnalisée. Formation opérationnelle ponctuée d'apports théoriques et composée de nombreux exercices pratiques sous forme d'atelier de création ou d'amélioration de comptes sociaux, de recherches de prospects grâce aux outils abordés, permettant de valider et d'évaluer les acquis.

L'attestation de formation et la fiche d'évaluation des acquis délivrées à l'issue de la formation.