

Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux

DESCRIPTION

La certification donne aux personnes qui l'obtiennent une reconnaissance de leur capacité à développer l'activité commerciale par une maîtrise des réseaux sociaux (aussi bien les spécificités des canaux que les types de contenus adaptés)

COMPÉTENCES VISÉES

- Déployer la stratégie de développement de l'activité commerciale de l'entreprise par l'utilisation des réseaux sociaux
- Choisir le(s) réseau(x) social (aux) le(s) plus pertinent(s) en adéquation avec les objectifs commerciaux fixés, dans le but de développer les ventes et/ou d'acquérir de nouveaux clients
- Créer un compte entreprise sur les différents réseaux sociaux
- Définir un rythme de publication sur les réseaux sociaux afin de garantir une diffusion optimale et régulière des informations souhaitées par l'entreprise
- Elaborer des contenus rédactionnels percutants et des visuels propices à une diffusion sur les réseaux sociaux afin d'animer, d'informer et de fidéliser la communauté cible
- Concevoir des vidéos promotionnelles de son activité commerciale, adaptées aux réseaux sociaux
- Exploiter les indicateurs pour mesurer les performances et évaluer l'efficacité du social selling

PUBLIC

La certification s'adresse principalement aux dirigeants et salariés de TPE/PME et concerne aussi les plus grandes entreprises et leurs collaborateurs, en charge de leur communication, devant acquérir des compétences complémentaires en lien avec le développement de l'activité commerciale par les réseaux sociaux.

PRÉ-REQUIS

Le candidat devra présenter des connaissances en numérique. Afin de vérifier son niveau de connaissance un test sera réalisé lors de son inscription. Sa candidature sera validée dès obtention de 500 points au test de connaissances. Autre prérequis : avoir un projet de développement de son activité commerciale par les réseaux sociaux afin de rendre opérationnelles les compétences acquises.

CERTIFICAT

Ce cursus digital inclut la préparation et le passage de la certification inscrite au Répertoire Spécifique (RS6372) et est éligible au CPF.

DURÉE

5 jours / 35 heures

TARIF

Tarif entreprise : 4000 € HT (pas de tarif membre)
Tarif individuel  : 2950 € HT / 3540 € TTC

COORDINATEUR PÉDAGOGIQUE

Jehan LE CHEVOIR, Co-Fondateur - Social First
Mathieu BAUMGARTNER, Fondateur -
Agence Mediaticus

DATES

Consultez les dates sur media-institute.com

FINANCEMENT CPF

Appelez-nous pour savoir comment déposer votre demande : 06 69 05 03 79 ou aller sur notre site

MOYENS PÉDAGOGIQUES

Présentation, Atelier, Quiz

PROCESSUS DE CERTIFICATION

Evaluation en ligne portant sur les connaissances en lien avec le développement de l'activité commerciale d'une entreprise par l'utilisation des réseaux sociaux.

 **SUR PLACE OU À DISTANCE** 



Photo par Igor Miske sur Unsplash

Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux



Programme

JOUR 1

Panorama des réseaux sociaux adaptés au développement commercial

Introduction et positionnement initial

1. Fondamentaux : big picture & chiffres social media

- Les réseaux sociaux en 2023
- Chiffres monde
- Chiffres France

2. Réassurance : l'importance des réseaux sociaux au regard des objectifs de l'entreprise

- Présentation du concept de social selling et de son importance dans le contexte actuel des affaires
- Principaux avantages et inconvénients du social selling
- Les objectifs de l'entreprise et sa stratégie (prospection, engagement...)
- Focus sur les objectifs commerciaux
- Le content marketing
- La force de l'inbound marketing

3. Panorama des réseaux sociaux existants et accessibles aux entreprises

- Tour de table des réseaux sociaux disponibles
- Carte d'identité des principaux réseaux et orientations business

4. Sélection du / des réseaux pertinents pour répondre aux objectifs de l'entreprise

- Définition de l'audience cible
 - Création des personas
- Atelier n°1.1 :** donner un brief pour préparer l'amont d'une stratégie de communication social media, à savoir :
- Le ou les objectifs commerciaux pour développer le business
 - La définition du ou des persona types
 - La stratégie de diffusion social media (quels canaux et pourquoi)

JOUR 2

Optimiser sa stratégie Social media dans l'univers business

Atelier n°1.2 : adaptez et déployez votre message sur les différents canaux proposés (donner une sélection de réseaux sociaux) en justifiant à chaque fois votre choix par les forces et faiblesses de chaque canal pour développer l'activité commerciale. (1h30)

1. L'importance de la page entreprise

- Quels réseaux la proposer ?
 - Comment la créer ?
 - Assets à créer et à utiliser pour créer sa page
- Atelier n°1.3 :** créer votre Page entreprise sur la plateforme de votre choix. (1h)

2. Déployer son entreprise sur les medias sociaux pour développer l'activité commerciale

- Mettre en place une stratégie SMO
- La ligne éditoriale
- Le tone of voice
- Les différents contenus à disposition
- Les outils de gestion (planning édito, social listening, reporting, ...)

3. Amplifier sa stratégie organique pour booster son développement commercial

- Opportunités de ciblage avec les social ads
- Fonctionnement des Ads manager
- Tunnel de conversion et lien avec le CRM

JOUR 3

Quel contenu adapté aux réseaux sociaux pour rassurer, présenter, inspirer et vendre ?

1. Les règles de la conception rédaction pour les réseaux sociaux

- Trouver son style d'écriture et la bonne tonalité pour rendre son contenu attractif et professionnel

✓ SUR PLACE OU À DISTANCE



Photo par Igor Miske sur Unsplash

Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux



- Apprendre à être concis et impactant, travailler son accroche
 - Écrire pour Facebook, Instagram, TikTok
- Atelier n°2.1 :** production d'une publication pour Facebook ou Instagram

2. Choisir et produire un visuel adapté

- Les différents formats par plateforme
- Quels formats pour quels objectifs et pour développer l'activité

- Construction d'un contenu organique vs Paid Media

Atelier n°2.2 : production d'un visuel pour Facebook ou Instagram (outil : Canva)

3. Social Selling B2B : écrire pour LinkedIn

- Les spécificités de l'algorithme
- La bonne utilisation des mentions, hashtags
- Savoir choisir les bons formats

Atelier n°2.3 : production d'une publication au format carrousel / document LinkedIn

4. Social & Audio digital

- Usages et mode de consommation
- Quels usages business pour les marques ?
- Brand content et podcast natif

Atelier n°2.4 : Construire un concept original de format de contenu en audio digital

JOUR 4

Focus sur le contenu vidéo pour vendre sur les réseaux sociaux

1. La vidéo format roi des plateformes

- La verticalisation des contenus
- Short form vs long form
- Les nouveaux codes de narration vidéo
- Un format idéal pour présenter son activité

Atelier n°2.5 : En partant d'un article produire une vidéo promotionnelle de son activité professionnelle, façon Brut à destination de Facebook (outil : Lumen5)

2. Focus Youtube

- Les bases de la création d'un channel Youtube
- L'importance des vignettes / titres / description / métadonnées
- Le SEO dans Youtube
- Intérêt et usages business de Youtube

3. Production et postproduction de contenus vidéos verticaux

- Le boom des contenus UGC
- L'importance du hook en vidéo
- Adapter le rythme de la vidéo à son audience et au format

Atelier n°2.6 : Rédiger un script de vidéo promotionnelle à destination de TikTok ou Instagram Reels

JOUR 5

Optimiser sa stratégie Social media dans l'univers business (suite et fin)

Rappel sur la stratégie et sur les notions vues sur les Jours 1 et 2 (session Q&A)

Atelier n°1.4 : créer une stratégie SMO (light) pour développer son activité commerciale puis déployer son plan media planning en fonction des contraintes.

1. Monitoring, reporting et optimisation

- Définir les KPIs et extraire les metrics clés pour mesurer les performances et évaluer l'efficacité du social selling

- Les analyser et les interpréter

- Les optimiser

Atelier n°1.5 : analyse d'un reporting guidé par quelques questions. Les candidats devront trouver les bonnes informations, les interpréter et proposer des pistes d'optimisation.

À L'ISSUE DES 5 JOURS

Passage de la certification (test à distance)

SUR PLACE OU À DISTANCE



Photo par Igor Miske sur Unsplash