Optimiser votre communication via les réseaux sociaux

Domaine : Bureautique / Informatique

Réf. : 2529B

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Être capable d'utiliser les réseaux sociaux efficacement au sein de l'entreprise.
- Savoir créer une stratégie de contenus
- Animer sa communauté

PRÉ-REQUIS

Connaître l'environnement Windows et Internet

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET MODALITÉS D'ÉVALUATION

Moyens pédagogiques : Alternance entre théorie et exercices pratiques. Un support de cours adapté remis à chaque participant. Salle de cours équipée d'un ordinateur par stagiaire / réseau informatique haut-débit / connexion internet / matériels de projection / Tableaux.

Modalités d'évaluation : Evaluation au fur et à mesure des exercices pratiques / Questionnaire de satisfaction / Attestation de stage / Evaluation sommative par le formateur sur 5 questions.

Formation en présentiel : A l'aide de l'application EDUSIGN, les stagiaires ont un accès afin d'émarger pendant la formation et de répondre à une opinion qualité lors de la fin de la formation.

Formation en distanciel : A l'aide d'un logiciel, les stagiaires interagissent entre eux et avec le formateur / Accès à l'environnement d'apprentissage (supports,...)et aux preuves de suivi (émargements, évaluation,opinion qualité...) via la plateforme Edusign / Convocation avec lien de connexion.

CONTENU ET MÉTHODES MOBILISÉES

Un test de positionnement est réalisé en amont de la formation.

- **Appréhender l'impact des réseaux sociaux**

La nouvelle dimension sociale d'Internet
La dimension sociale des services en ligne
La construction de l'identité numérique
Du réseau traditionnel et limité aux réseaux sociaux illimités et pour tous
Est-il possible de créer du lien social par internet ?

- **Les différents réseaux sociaux existants**

Les réseaux internationaux
Les réseaux francophones
Les réseaux sociaux thématiques

- **Les étapes de la réussite via les réseaux professionnels**

1ère étape : y être car pour voir, il faut être vu !
2ème étape : se constituer un réseau de contacts directs
3ème étape : développer son réseau
4ème étape : exploiter les hubs

- **Promouvoir son image ou sa marque**

Les particularités de Facebook
La bonne utilisation des Pages
Créer une page personnalisée
Monter un groupe Facebook
Utiliser le service de promotion interne
Les usages et fonctionnalités de Twitter
Créer et personnaliser un profil Twitter

- **Les réseaux professionnels (LINKEDIN)**

PUBLIC CONCERNÉ

Personne chargée de la communication dans l'entreprise

DURÉE ET DATES

-Durée :
2 journées soit 14 heures

-Délai d'accès :
Réponse par mail dans les 72h.
En inter : inscription à la prochaine session suivant le nombre de places disponibles.
En intra et en individuel : en fonction du planning déterminé par le client.

-Dates des inter-entreprises :
.En présentiel
30-31 Mai 2024
03-04 Octobre 2024
.En classe virtuelle
30-31 Mai 2024

.En Intra ou Individuel :
Nous contacter

FORMULES ET TARIFS

Nous consulter

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Présentiel, Distanciel.

BESOIN D'AIDE POUR CHOISIR VOTRE FORMATION ?
02 32 74 56 94 Numéro unique d'appel

Mise en place d'un profil pro
Le bon usage des recommandations et des témoignages
Utilisation des outils de diffusion (hubs et groupes)

- **Utiliser les réseaux sociaux dans une démarche business**

Maîtriser les fondamentaux du social selling : détecter et saisir les opportunités business
Comprendre les codes et usages des relations business sur les réseaux sociaux
Identifier ses cibles et leurs pratiques des réseaux
S'approprier les outils et méthodes clés pour optimiser sa démarche commerciale

- **Trouver et contacter des prospects sur les réseaux sociaux**

Entretenir et développer une relation personnalisée avec ses clients et prospects
LinkedIn, Twitter, Facebook... pratique
Trouver des prospects : cartographier son réseau, utiliser les moteurs de recherche desdiff érents réseaux
Entrer en contact avec un prospect : trouver le bon ton, choisir les mots justes
Relancer avec tact et analyser des retours
Créer un fichier de contact et suivre ses prospects

- **Mettre en place une stratégie pour développer son réseau professionnel :** les bestpractices et erreurs à éviter

Publier et partager des contenus pertinents pour ses clients / prospect : la forme et fond
Transformer un contact en lead : présenter un service ou une off re
De l'expertise à l'interaction : les moments clés où se noue la relation commerciale
LinkedIn, saisir les opportunités d'un réseau au service du business
Faire de la veille sectorielle et concurrentielle sur Twitter
Utiliser Facebook en professionnel

Fiche mise à jour le 19/04/2024

NOS CERTIFICATIONS

© FORCE 7 Formation / Conseil / Coaching - Tous droits de reproduction réservés - contact@force7-formation.fr