



LES RÉSEAUX SOCIAUX, LEVIERS DE BUSINESS

OBJECTIF

Appréhender les réseaux sociaux, les usages et les codes en vigueur, pour les utiliser comme des outils de développement commercial.

Pour cela, la formation dispensée permettra aux participants d'acquérir les capacités suivantes :

- Identifier les réseaux sociaux utiles pour leur business, les comprendre et les prendre en main
- Élaborer une stratégie de contenus sur les réseaux sociaux et des objectifs commerciaux associés
- Définir une ligne éditoriale
- Créer des campagnes de publications payantes pour cibler au mieux les prospects et obtenir des conversions
- Analyser et mesurer la performance des actions mises en place sur leur communication sur les réseaux sociaux

DURÉE

Une journée (7h) à une journée et demi (10.5h).

TARIFS

380 €HT par pers / jour soit 456 € TTC. Possibilité de prise en charge par votre O.P.C.A.

FORMAT

Session de groupe de 3 à 6 pers.

PUBLIC VISÉ

Chefs d'entreprise, artisans, chargés de communication et toute personne en charge de conduire la communication sur les réseaux sociaux d'une entreprise.

PRÉREQUIS

Une sensibilité à l'utilisation des réseaux sociaux est un plus. La formation s'adapte néanmoins à tous les niveaux d'usage.

QUALITÉ DU FORMATEUR

Disposant d'une expertise acquise en agence de communication ou chez l'annonceur, votre formateur accompagne quotidiennement les marques et les entreprises sur les réseaux sociaux. Il s'adapte à vos objectifs commerciaux pour vous proposer une formation personnalisée.

Contact :

📍 203 avenue des Etats-Unis
31200 TOULOUSE

☎ Tél : +33 (0)5 82 95 59 92

✉ Email : conseil@codeaf.net

🌐 www.codeaf.net

PROGRAMME

Module 1 : Comprendre les usages et les codes des réseaux sociaux

Appréhender les réseaux sociaux dans une logique business :

- Présentation des différents réseaux sociaux : typologies de public présent sur chaque réseau, fonctionnalités et utilité
- La notion d'algorithme : contrainte ou opportunité ?
- L'engagement : le but de toutes les prises de paroles

Définir une stratégie de contenus et une ligne éditoriale adaptées à votre entreprise :

- Analyse de vos cibles et identification des leviers psychologiques pour engager
- Quel contenu sont à créer pour engager vos cibles ?

Exercices pratiques :

Rédiger des posts sur Facebook et Instagram pour votre entreprise en respectant les contraintes des algorithmes.

Module 2 : Transformer des prospects en clients grâce aux réseaux sociaux

Utiliser les outils publicitaires des réseaux sociaux pour obtenir des conversions

- Présentation des outils publicitaires et des objectifs de campagnes marketing,
- Créer une campagne sponsorisée à destination des cibles de l'entreprise,
- Définir un tunnel de conversions et des contenus pour transformer,

Mesurer la performance des actions

- Présentation des indicateurs de performance sur les réseaux sociaux,
- Créer ses propres KPI,
- Créer son reporting mensuel d'analyse de performance,
- Comment réagir après un reporting et adapter le contenu en conséquence,

Exercices pratiques :

- Créer un tunnel de conversion sur les réseaux sociaux et définir des métriques d'analyses de la performance.