

# Prospecter et vendre grâce aux réseaux sociaux

## Programme

2 jours

### ▼ Objectifs

- Comprendre les enjeux, les tendances et les comportements sur les réseaux sociaux
- Optimiser sa démarche sur les réseaux sociaux
- Mettre en place une stratégie pour communiquer sur les réseaux sociaux

### ▼ Public

Chefs d'entreprise, conjoints, salariés de tous secteurs, créateur d'entreprise.

### ▼ Méthodes pédagogiques

Recueil et analyse des besoins  
Alternance d'apports théoriques et d'exercices pratiques.  
Echanges d'expériences et illustrations à partir de cas soumis par les participants.

### ▼ Durée et calendrier

2 jours soit 14 h.  
18 et 25 mars 2019

### ▼ Coût

520 € /stagiaire pour 2 jours de formation  
Non assujetti à la TVA

### ▼ Contact

Service Formation  
Professionnelle Continue  
Sandrine SEGADÉ  
Tel 04 68 56 84 21 - Fax 04 68 56 23 06  
sandrine.segade@perpignan.cci.fr  
Sud Formation CCI  
Avenue Paul Pascot – BP 90443  
66004 PERPIGNAN Cedex  
www.perpignan.cci.fr

### I - Posture et Stratégie :

- Apprendre à animer une communauté de façon professionnelle dans les réseaux sociaux.
- Faire la différence entre utilisation personnelle et professionnelle des réseaux sociaux
- Comprendre les attentes de sa communauté
- Adopter une posture d'échange, de questionnement et d'écoute autant que d'animateur
- Gérer sa é-réputation par une écoute et une posture
- Organiser ses actions pour gagner du temps
- Rédiger sa ligne éditoriale et son planning d'action annuel

### II - Les outils :

- Maîtriser l'utilisation du profil Facebook et de la page Facebook
- Maîtriser l'utilisation de Facebook Ads
- Maîtriser Hootsuite, Google Alert
- Utiliser YouTube et/ou Dailymotion
- Utiliser WhatsApp
- Utiliser Instagram

### III - Le contexte

- Comprendre le contexte actuel du Web 3.0 en analysant son évolution
- Comprendre les enjeux des réseaux sociaux
- Découverte des tendances actuelles et des typologies des différents réseaux Facebook, Instagram, Pinterest, LinkedIn, Viadeo, ...
- Définitions et études de cas

### IV - L'environnement technique

- Comprendre et utiliser les outils proposés par les 3 réseaux sociaux les + importants (Facebook, Instagram & Twitter)
- Comprendre le fonctionnement du reach et des algorithmes d'utilisation
- Comment analyser les statistiques des campagnes Facebook Ads
- Savoir lire les tableaux statistiques sur l'utilisation et la viralité des pages
- Paramétrer son smartphone et sa messagerie pour gérer les réseaux

### V - Comment rédiger son storytelling

- Appréhender les attentes de vos cibles sur les réseaux sociaux :
  - Définir ses cibles et son client « idéal » (persona)
  - Bâtir sa stratégie web Marketing
  - Savoir élaborer un plan d'action sur 12 mois et prévoir les différentes tâches qui seront nécessaires pour : Animer & développer la communauté, transformer vos fans en client.

