PROGRAMME DE FORMATION

Social selling

DURÉE : 2 jours | 14 heures

MODALITÉ D'ORGANISATION : Mixte

Informations

PUBLIC VISÉ

Chargés de communication ou de marketing, commerciaux et assistants commerciaux

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Organiser une veille sur les réseaux sociaux.

Gérer son e-réputation.

Utiliser les réseaux sociaux pour développer son chiffre d'affaires.

PRÉREQUIS

Aucun prérequis. Formation à destination des chargés de communication ou de marketing, des commerciaux et assistants commerciaux.

ACCESSIBILITÉ

Si vous êtes en situation de handicap, merci de nous contacter afin que nous puissions vous accompagner et vous orienter au mieux dans votre demande et vos démarches.

Modalités pédagogiques

MODALITÉS

Formation dispensée en présentiel ou à distance, sur demande, par un formateur expert dans ce domaine.

Pédagogie active et participative : apports théoriques, échanges, cas pratiques, quiz et mises en situation.

Ressources pédagogiques : paperboard, vidéoprojecteur ou écran TV, contenus multimédias et vidéos.

Programme, supports et fiches pratiques remis aux stagiaires. Supports pédagogiques utilisés : vidéos, documents PDF, PowerPoint et quiz.

MOYENS ET SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

Moyens pédagogiques

Formateur expert en relation client et techniques commerciales, expérimenté en formation pour adultes.

En présentiel : salle de formation équipée d'un vidéoprojecteur et d'un paperboard, adaptée aux travaux en sous-groupes et aux mises en situation.

À distance : classe virtuelle (Teams ou Zoom) avec partage d'écran et outils collaboratifs (tableau blanc, sondages).

Assistance pédagogique et technique joignable par mail (assistance@modula-formation.com) ou par téléphone (05 56 44 58 68), avec un délai de réponse sous 48 h, du lundi au vendredi de 8 h à 18 h.

Supports pédagogiques

Support de cours numérique remis à chaque stagiaire en fin de formation.

Études de cas, jeux de rôle et mises en situation tirés de situations professionnelles.

Fiches outils et fiches mémo récapitulatives.

Accès aux ressources complémentaires après la formation.

Plateforme Modula

Tout au long de sa formation, chaque stagiaire dispose d'un accès personnel à la plateforme Modula : suivi de son inscription, consultation du calendrier et du lieu de formation, réalisation du test de positionnement, des évaluations et du questionnaire de satisfaction, et téléchargement de ses attestations et certificats de formation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION ET DE SUIVI

Avant la formation : audit des besoins et du niveau

En cours de formation : Évaluation en continu de la compréhension et de l'assimilation des savoirs et savoir-faire par le formateur lors de mises en situation et cas pratiques.

À la fin de la formation : évaluation de la compréhension et de l'assimilation des savoirs et savoir-faire par le formateur, évaluation des acquis : Quiz/QCM de fin de module.

Formation qualifiante : certificat de réalisation en fin de formation

Contenu pédagogique

01 - Introduction et tour de table

- Présentation des étapes et thématiques abordées : sommaire du module/parcours de formation.
- Validation des objectifs avec chaque apprenant.
- Tour de table guidé : échanges et positionnement des acquis et des besoins de chacun.

02 - Introduction aux réseaux sociaux et organiser sa veille sur les réseaux sociaux

- Importance du digital dans la communication : définition de la veille et importance.
- Discussion, Quels réseaux sociaux utilisent déjà les stagiaires ?
- Introduction à la veille sur les réseaux sociaux : Définition et importance de la veille.
- Types de veille, concurrentielle, technologique…
- Outils de veille sur les réseaux sociaux, outils gratuits et payants (Hootsuite, Mention, Google Alerts), démonstration pratique de l'utilisation de ces outils.
- Mise en place d'une stratégie de veille : Identification des mots-clés et des sources pertinentes, création de tableaux de bord de veille.
- Quiz, Identifier les types de veille et leurs spécificités, outils existants.

03 - Gérer la e-réputation

- Comment surveiller ce qui se dit sur soi ou son entreprise.
- Impact de la e-réputation sur l'image de marque.
- Protéger son image de marque : cohérence, charte éditoriale, bonnes pratiques.
- Répondre aux avis et aux commentaires (positifs comme négatifs).
- Exercice : Gérer et répondre à une critique en ligne.
- Les stagiaires doivent rédiger des réponses argumentées à des avis négatifs.

04 - Créer sa charte de communication sociale

- Ton, ligne éditoriale, fréquence, format des réponses : bonnes pratiques en matière d'engagement, confidentialité, modération.
- Exercice : Formaliser les bases de sa communication sur les réseaux.
- Chaque participant crée un document synthétique qui définit, ton utilisé, formats privilégiés, fréquence de publication, consignes en cas de crise, engagements éthiques.
- Impact des réseaux sociaux sur les ventes : présentation des principales plateformes (Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, etc.).
- Importance de la stratégie de contenu et ligne éditoriale.
- Objectifs SMART, définition du public cible.

05 - Créer des contenus engageants : visuels, stories, vidéos

- Créer des contenus engageants : visuels, stories, vidéos, IA, une aide pour les réseaux sociaux + sensibilisation éthique de l'IA.
- Exercice : Définir des idées de publication alignées avec ses objectifs commerciaux.
- Les stagiaires définissent les contours de leur communication sur les réseaux sociaux et listent 3 idées de posts.

- Présentation des différentes plateformes publicitaires (Facebook Ads, Instagram Ads, LinkedIn Ads, etc.).
- Techniques pour créer des annonces performantes.
- Mesure et analyse des performances avec des outils spécifiques.
- Interprétation des données et ajustements stratégiques : exercice, Concevoir une mini-campagne cohérente et engageante.
- Les apprenants choisissent une plateforme publicitaire en phase avec leurs objectifs commerciaux et soumettent une idée de campagne et de ciblage.

06 - Valider les acquis et clôturer la formation

- Bilan et évaluation finale de la formation.
- Enquête de satisfaction à chaud.

Modalités d'évaluation

Avant la formation : audit des besoins et du niveau

En cours de formation : Évaluation en continu de la compréhension et de l'assimilation des savoirs et savoir-faire par le formateur lors de mises en situation et cas pratiques.

À la fin de la formation : évaluation de la compréhension et de l'assimilation des savoirs et savoir-faire par le formateur, évaluation des acquis : Quiz/QCM de fin de module.

Formation qualifiante : certificat de réalisation en fin de formation