

100%

FORMATION

Découvrez les nouveautés
du dispositif 2018 - 2019

100 %

FORMATIONS

- ♦ PRÉSENTIELLES
- ♦ DIGITALES TUTORÉES
- ♦ CLASSES VIRTUELLES
- ♦ BLENDED LEARNING

FORMATS VARIÉS

- ♦ CONTINUS
DISCONTINUS
- ♦ EN CENTRE
DE FORMATION
- ♦ EN ENTREPRISE

FORMAT DE LA FORMATION (*Présentiel, Blended, Distanciel, Intra, Inter...*)

Formation présentielle en intra ou inter

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Innover, évoluer avec les nouveaux outils et les nouvelles pratiques du social selling et maintenir ainsi un réel avantage compétitif ;
- Maîtriser les enjeux, les codes, les règles, les formats des différents Médias Sociaux pour aller plus loin qu'une simple utilisation opérationnelle et créer une vraie dynamique de communauté ;
- Maîtriser les pratiques d'identification des prospects et des événements déclencheurs d'achat ;
Construire et piloter des campagnes de prospection digitale

PRÉ REQUIS

Toute personne ayant en charge la stratégie commerciale et marketing

DURÉE

14 heures

PROGRAMME DÉTAILLÉ

Jour 1 Le social selling : exploiter les réseaux sociaux pour se donner un avantage compétitif

Matin :

Découvrir les dernières tendances des médias sociaux

- L'ère de l'éphémère et du « live »
- Le règne du visuel (photo, gif, vidéos, icônes)
- La prépondérance du relationnel dans l'expérience utilisateur

Cerner Facebook et l'évolution du marketing digital

- L'art de compléter sa relation client
- Reach, engagement, boost...le nouveau métalangage du géant web
- Facebook Ads : construire une stratégie centrée ROI
- Définir ses objectifs et mesurer l'impact de ses publications

Après-midi :

Tweeter comme un professionnel

- La place de Twitter dans l'écosystème des Réseaux Sociaux
- Exploiter les fonctionnalités avancées
- Développer la portée de ses publications et interactions

Identifier les opportunités liées à Instagram et Snapchat

- Comprendre les enjeux de la présence de marque
- Fonctionnement, bonnes pratiques, rythme et fréquence d'utilisation
- Messages éphémères : l'opportunité du storytelling et du branding
- Constituer et fidéliser une communauté sur Instagram

Exploiter le potentiel Youtube

- La place de Youtube dans l'écosystème des réseaux sociaux
- Les bonnes pratiques
- La publicité su Youtube

LIEU

Dans notre centre au 21 rue Charles Fourier 75013 Paris, possibilité dans vos locaux en intra

ÉVALUATION

Questionnaire de validation d'acquisition des connaissances

CONTACTS

Thomas Kocinski
Chargé du développement commercial
01 45 88 15 40
Thoms.kocinski@asfored.org