

## EXPLOITER LES RESEAUX SOCIAUX COMME LEVIERS COMMERCIAUX

<b>Durée</b>	14 heures, soit 2 jours	<b>Tarif</b>	INTER : 720€ HT /pers INTRA : à partir de 3200€ HT/groupe
<b>Public visé</b>	Toute personne amenée à développer leur promotion en ligne et gérer leur e-réputation grâce aux réseaux sociaux.	<b>Pré-requis</b>	Maîtrise de la langue française Connaissances de base en communication digitale
<b>Lieu Modalité</b>	<input type="checkbox"/> ASFOREST <input type="checkbox"/> en entreprise <input type="checkbox"/> présentiel <input type="checkbox"/> distanciel	<b>Dates</b>	Voir catalogue

### OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

A l'issue de la formation vous serez apte à identifier les outils de veilles pertinents en fonction des besoin spécifiques, analyser les données de veille pour détecter les tendances, opportunités et menaces, répondre aux commentaires et aux critiques pour inverser la tendance, tout en mobilisant les fonctionnalités des principales plateformes sociales et en respectant les réglementations applicables.

Vous serez capable d'organiser une veille efficace sur les réseaux sociaux, gérer votre e-réputation de manière proactive, transformer votre présence sur les réseaux sociaux en levier de croissance, construire une image de marque positive et cohérente sur les réseaux sociaux et y mettre en œuvre des stratégies de marketing et de vente.

### CONTENU DU PROGRAMME

**Test de positionnement** : évaluation des connaissances et compétences en amont de la formation.

#### 1- Définir une stratégie de marketing efficace sur les réseaux sociaux (3h30 – 2 séquences)

- Mettre en place une stratégie de veille efficace avec les outils adaptés à son secteur
- Analyser et exploiter les données de veille : réglementation, secteur, métier, concurrence, innovation
- Adapter et développer sa stratégie de présence en ligne en choisissant les bons canaux

#### 2- Piloter la e-réputation de l'entreprise au service de son image commerciale (3h30 – 1 séquence)

- Elaborer une stratégie de maîtrise de sa e-réputation et de communication de crise efficace
- Identifier et désamorcer les crises potentielles
- Anticiper et déminer les situations critiques face au client
- Répondre aux avis négatifs grâce à l'empathie pro active

#### 3- Accroître ses ventes en exploitant le potentiel des réseaux sociaux (3h30 – 2 séquences)

- Elaborer une stratégie de contenu engageant et pertinent en fonction de sa cible
- Organiser la production et la planification du contenu pour maximiser son impact
- Lancer des campagnes publicitaires ciblées pour booster la visibilité
- Passer à l'action en ajustant continuellement la stratégie en fonction des résultats et des retours obtenus

#### 4- Maîtriser les aspects juridiques liés aux réseaux sociaux (3h30 – 1 séquence)

- Comprendre les fondamentaux juridiques applicables aux réseaux sociaux
- Appréhender rapidement les principales règles liées à la protection des données personnelles
- Respecter les droits d'auteur et les droits à l'image dans le cadre de la gestion des réseaux sociaux

**Evaluation finale** : évaluation de l'acquisition de l'ensemble des connaissances et compétences du parcours.

## SEQUENÇAGE

- **Séquence 1 (1h30) Présence en ligne** [présentiel ou distanciel] : Cette séquence débute sur une immersion dans le programme avec le formateur qui revient sur le test de positionnement et expose les enjeux d'une présence en ligne efficace au service du développement commercial de l'entreprise, notamment en combinant veille active des réseaux sociaux et analyse de leurs données pour identifier les tendances et opportunités à suivre. Les stagiaires sont amenés à définir le contexte de leur entreprise et leur expérience afin d'apporter collectivement des éléments d'information sur les pratiques actuelles de leur établissement. Le formateur synthétise l'ensemble et réalise un focus sur la définition d'une stratégie marketing en ligne qui viendra renforcer le développement commercial de l'entreprise. Il évalue l'acquisition des compétences grâce à un questionnement direct.
- **Séquence 2 (2h) Choix des outils** [présentiel ou distanciel] : Cette séquence s'organise autour de cas pratiques réalisés individuellement ou en sous-groupes, permettant de mettre en exergue les différents outils de veille et canaux de diffusion possibles et les choix à réaliser pour répondre aux besoins et aux enjeux propres à chaque entreprise, selon son secteur ou encore ses typologies de clients. Le formateur répond aux questions et alimente les réflexions en cours des participants, notamment sur les différents types de veille à réaliser (réglementaire, secteur, métiers, concurrence...) mais également la nécessaire adaptation de la stratégie marketing aux évolutions et innovations au sein de son environnement professionnel. Les corrigés permettent aux stagiaires d'évaluer leurs productions.
- **Séquence 3 (3h30) E-réputation** [présentiel ou distanciel] : Cette séquence s'ouvre sur la reprise des éléments des séquences précédentes, éléments retenus, questions/réponses. Le formateur propose une série d'exercices permettant aux stagiaires individuellement ou en sous-groupes de concevoir une communication de crise performante. L'accent est porté sur l'anticipation de crises potentielles et les manières de les désamorcer permettant de transformer une crise en opportunité non seulement pour renforcer l'image positive de l'entreprise, mais également pour vendre. Le formateur réalise un focus sur l'importance d'une stratégie d'e-réputation qui ne soit pas centrée uniquement sur la crise mais bien sur la production d'une image positive de l'entreprise. Des outils pratiques sont transmis : gabarits de réponses, formulations types, do / not do.... Les productions permettent au formateur d'évaluer l'acquisition des compétences.
- **Séquence 4 (2h) Stratégies Publicitaires Ciblées** [présentiel ou distanciel] : Cette séquence a pour objectif d'accompagner les stagiaires dans l'utilisation stratégique des réseaux sociaux pour accroître leurs ventes. Le formateur expose les fondamentaux du marketing digital et souligne l'importance des réseaux sociaux dans la conversion des prospects en clients. Il guide ensuite les stagiaires dans la création d'une stratégie de contenu engageante et adaptée à leur cible. Une attention particulière et accordée à l'organisation de la production et à la planification du contenu afin de maximiser son impact. Le formateur met à disposition divers outils et supports, tels que des fiches pratiques, des check-lists et des modèles de planification, permettant aux stagiaires de structurer efficacement leur communication. Les productions permettent au formateur d'évaluer l'acquisition des compétences.
- **Séquence 5 (1h30) Booster la Visibilité et l'Engagement** [présentiel ou distanciel] : Cette séquence s'ouvre sur la reprise des éléments des séquences précédentes, éléments retenus, questions/réponses. Le formateur expose le lancement de campagnes publicitaires ciblées pour booster la visibilité et l'engagement. A travers une série de cas pratiques les stagiaires sont amenés à analyser les performances de leurs actions et à ajuster continuellement leur stratégie en fonction des résultats et des retours obtenus. Le formateur encourage la créativité collective pour explorer des solutions adaptées aux différentes problématiques rencontrées dans la gestion des réseaux sociaux. Il évalue l'acquisition des compétences grâce à un questionnement direct.
- **Séquence 6 (3h30) Les enjeux juridiques** [présentiel ou distanciel] : Cette séquence s'ouvre sur la reprise des éléments des séquences précédentes, éléments retenus, questions/réponses. Elle s'articule autour de la présentation des concepts juridiques clés liées aux réseaux sociaux. Le formateur aborde les règles fondamentales de la protection des données personnelles, afin de clarifier les enjeux de confidentialité et de sécurité. Il alimente les réflexions des participants avec une attention particulière portée sur les droits d'auteur et droits à l'image dans la gestion des contenus. Une série de cas pratiques, réalisés individuellement ou en sous-groupes, permettent aux stagiaires d'explorer des solutions à des situations juridiques simples, faisant ainsi appel à l'intelligence collective du groupe. Une évaluation finale permet d'évaluer les éléments de la séquence et l'acquisition des compétences du parcours.

En présentiel et distanciel synchrone, des temps de pause réguliers sont aménagés entre les séquences et en fonction des activités pédagogiques. Ces temps de récupération favorisent l'assimilation des connaissances, le maintien de la concentration, la convivialité entre participants et la qualité globale des apprentissages.

## METHODES MOBILISEES

- **Méthodes pédagogiques variées** : alternance d'approches expositive, interrogative et active favorisant l'engagement, la créativité et la mémorisation. Les participants expérimentent des modalités adaptées à différents styles d'apprentissage : apports théoriques, travaux de groupe, études de cas, jeux de rôle, ateliers pratiques, discussions dirigées, apprentissage par projet, démonstrations, brainstorming, feedback et évaluations formatives. En distanciel, chaque séquence intègre au moins une activité pédagogique interactive (quiz, étude de cas, mise en situation, forum collaboratif) d'une durée moyenne d'environ 15 minutes, afin de garantir l'implication active des participants et la consolidation des acquis à distance.
- **Supports et ressources pédagogiques** : mise à disposition de ressources diversifiées pour créer un environnement d'apprentissage riche et stimulant : présentations, tableaux blancs, affiches, graphiques, fiches de travail, études de cas, supports imprimés et numériques, vidéos, quiz interactifs, sondages, applications web, plateformes d'apprentissage et équipements techniques adaptés (ordinateur, vidéoprojecteur, logiciels dédiés).
- **Accompagnement et assistance pédagogiques** : animation de l'ensemble des séquences par un formateur référent garantissant le suivi du groupe et l'adaptation aux besoins individuels. L'accompagnement comprend l'accueil et la mise en confiance, l'encadrement des activités, la gestion des dynamiques de groupe, les feedbacks réguliers et le suivi post-formation favorisant la transposition des acquis en situation de travail.

## MODALITES TECHNIQUES ET D'ACCES

- **Modalités d'accès et d'accompagnement** : Les participants peuvent s'inscrire auprès de nos équipes dans la limite des places disponibles, jusqu'à la veille de la session. L'employeur veille à respecter les éventuels délais imposés par un financeur tiers.  
L'assistance technique et administrative est assurée par nos équipes avant, pendant et après la formation : conventions, convocations, règlement intérieur, accueil, suivi administratif et financier, délivrance des attestations, traitement des réclamations... Nos équipes sont joignables du lundi au vendredi de 9h à 18h au 01 42 96 09 27 ou par mail [asforest@asforest.com](mailto:asforest@asforest.com). En cas d'indisponibilité, une réponse est apportée sous 48h ouvrés.
- **Lieux et moyens techniques mis à disposition** : Les espaces de formation ASFOREST, équipés d'écrans, tableaux, ordinateurs, accès Internet et outils numériques, offrent des conditions optimales d'apprentissage et d'échanges.
  - Nos locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite. Dans le cadre de notre politique accessibilité, nous invitons tout participant à nous informer en amont de toute situation de handicap ou besoin d'adaptation afin de prévoir les aménagements nécessaires, en lien avec notre référent handicap.
  - En cas de formation organisée hors du centre (en entreprise), ASFOREST s'assure en amont que les conditions matérielles et techniques sont adaptées au bon déroulement de la session. Cette vérification est réalisée en lien avec le lieu d'accueil, qui met à disposition les moyens nécessaires à la réalisation des activités prévues.
- **En distanciel, conditions techniques requises** : Chaque participant doit disposer d'un ordinateur connecté à Internet (connexion stable pour le visionnage de vidéos et l'accès à une plateforme en ligne), d'un micro et d'une caméra fonctionnels pour participer aux classes virtuelles, d'une adresse mail active, et d'une aisance suffisante dans l'utilisation des outils numériques de base (navigation web, visioconférence, téléchargement de documents).

## MODALITES D'EVALUATION ET SUIVI DE L'ACTION

- Evaluations pédagogiques** : Partie intégrante du parcours de formation, leurs coûts sont inclus dans le tarif global.
- **Positionnement** : évaluation initiale pour identifier le niveau de maîtrise du stagiaire, ses besoins et ses attentes afin d'adapter le parcours et, le cas échéant, de proposer un accompagnement individualisé.
  - **Continue** : évaluations formatives pour vérifier la compréhension, l'assimilation et la mise en œuvre progressive des compétences. Ces temps d'échanges et de feedback favorisent l'ancrage des apprentissages.
  - **Finale** : évaluation sommative pour mesurer l'atteinte des objectifs pédagogiques et valider les compétences acquises. Elle peut également servir à définir, le cas échéant, un plan de consolidation post-formation.

### Suivi post-formation :

- À l'issue du parcours, chaque stagiaire reçoit une attestation de fin de formation précisant la durée, les objectifs visés et leur niveau d'atteinte évalué en fin de formation. Un certificat de réalisation est transmis au financeur et à l'employeur, en justification de la réalisation effective de l'action. Un relevé de présence peut être remis sur demande, à titre d'information complémentaire sur l'assiduité des participants.
- Une enquête de satisfaction est réalisée auprès des participants (à chaud à la fin de la formation, puis à froid trois mois après) ainsi qu'auprès des employeurs. Ces retours permettent d'évaluer la satisfaction, la transférabilité des acquis en situation de travail et la contribution de la formation à la montée en compétences.

