

DEVELOPPER UNE STRATEGIE DE COMMUNICATION ET COMMERCIALISATION AVEC LES RESEAUX SOCIAUX

Durée	14 heures, soit 2 jours	Tarif	INTER : 720 € HT /pers INTRA : 3600 € HT/groupe						
Public visé	Toute personne amenée à participer à la stratégie commerciale de son établissement sur internet	Pré-requis	Compréhension du français						
Modalités	<table border="0"> <tr> <td>Présentiel</td> <td>Distanciel</td> </tr> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> ASFOREST</td> <td><input type="checkbox"/> en ligne</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> en entreprise</td> <td><input type="checkbox"/> mixte</td> </tr> </table>	Présentiel	Distanciel	<input checked="" type="checkbox"/> ASFOREST	<input type="checkbox"/> en ligne	<input type="checkbox"/> en entreprise	<input type="checkbox"/> mixte	Session	Voir catalogue Nous contacter
Présentiel	Distanciel								
<input checked="" type="checkbox"/> ASFOREST	<input type="checkbox"/> en ligne								
<input type="checkbox"/> en entreprise	<input type="checkbox"/> mixte								

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

A l'issue de cette formation, vous serez apte à comprendre les enjeux de visibilité et les leviers que sont internet et les réseaux sociaux, à utiliser des outils simples, efficaces peu chronophages pour créer des contenus, à élaborer une stratégie dédiée au web et à établir des tableaux de performance de suivi.

Vous serez capable de mettre en place une stratégie de communication efficace sur les réseaux sociaux afin de renforcer votre stratégie de commercialisation, développer votre notoriété, maîtriser l'e-réputation de votre établissement et répondre aux critiques le cas échéant.

CONTENU DU PROGRAMME

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

1- Site web, réseaux sociaux ou les deux ? (3h30 – 2 séquences)

- Utiliser Internet et les réseaux sociaux, pourquoi ? identité numérique, e-réputation...
- S'approprier l'avis client : prescripteur ou bourreau ?
- Comprendre comment s'opère le choix des clients
- Développer son site web et/ou ses réseaux sociaux ? Quels réseaux sociaux pour le tourisme ?

2- Les fondamentaux d'une stratégie de communication web efficace (3h30 – 1 séquence)

- Définir une stratégie de communication simple
- Choisir les bons canaux : atouts, outils de promotion...
- Organiser son temps pour la mise en œuvre
- Intégrer la stratégie web à un tout

Evaluation continue à la fin de chaque séquence pour validation des modules et/ou suivi et accompagnement individualisé pour l'acquisition des connaissances ou compétences non maîtrisées.

3- Les outils d'une communication efficace et prenant peu de temps (3h30 – 2 séquences)

- Prendre vous-même de belles photos : « kit agile », prises de vue, retouches simples...
- Ecrire pour les réseaux : profil, description, posts courts et impactants...
- Créer du contenu : posts, stories, réels...

4- Gestion, suivi, et situation de crise sur les réseaux (3h30 – 1 séquence)

- Organiser votre stratégie grâce à un tableau de bord de gestion, de suivi, voire d'automatisation
- Analyser les statistiques et principaux indicateurs pour ajuster votre stratégie
- Anticiper et déminer les situations critiques face au client
- Répondre aux avis négatifs grâce à l'empathie pro active

TOURISME / HOTELS / RESTAURANTS / CAFES / TRAITEURS / RETAIL

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

SEQUENÇAGE

- **Séquence 1 (1h30) Client bourreau** [présentiel ou classe virtuelle] : 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 visibilité travaillée sur internet et les réseaux sociaux et les leviers qu'ils offrent. Les stagiaires sont amenés à définir le contexte de leur entreprise en matière de communication et commercialisation en ligne, et leur expérience afin d'apporter collectivement des premiers éléments de définition d'une stratégie de communication web efficace : identité numérique, avis client, plateformes connues, e-réputation... Le formateur synthétise l'ensemble, fait un focus sur la peur de l'avis client, et expose comment les clients opèrent leurs choix en ligne. Il évalue l'acquisition des compétences grâce à un questionnaire direct.
- **Séquence 2 (2h) Choix des plateformes** [présentiel ou classe virtuelle] : Cette séquence s'organise autour de cas pratiques réalisés individuellement ou en sous-groupes, permettant de mettre en exergue les différentes plateformes en fonction de l'activité de l'établissement. Le formateur répond aux questions et alimente les réflexions en cours des participants, notamment sur le choix d'un site web, les possibilités des réseaux sociaux, les liens entre site web et réseaux associés, quel réseau pour quel contenu... Les corrigés permettent aux stagiaires d'évaluer leurs productions.
- **Séquence 3 (3h30) Stratégie web** [présentiel ou classe virtuelle] : Cette séquence démarre 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 définir leur stratégie de communication web, intégrée à une stratégie globale de commercialisation « une partie d'un tout ». L'accent est notamment porté sur la présence numérique, les atouts à mettre en avant, les outils de promotion disponibles... Une réflexion est ouverte sur la possibilité de dédier une personne entièrement ou partiellement à la mise en œuvre de cette stratégie : veille, publications... Des outils pratiques sont transmis (fiches réseaux sociaux, comparatif selon les activités...). Le formateur évalue l'acquisition des compétences grâce à un questionnaire direct.
- **Séquence 4 (1h30) Kit photo** [présentiel ou classe virtuelle] : Dans cette séquence, le formateur présente un kit agile de prise de photos et une série de conseils : prise de vue, retouche simple d'image... A travers une série d'exercices, les stagiaires sont amenés à prendre en main ce kit et définir les occasions d'utilisation en temps ouvrés. Le formateur synthétise l'ensemble en mettant en exergue les points essentiels : efficacité, agilité et gain de temps et transmet des outils pratiques (fiches-outils, check-list...). Il évalue l'acquisition des compétences grâce à un questionnaire direct.
- **Séquence 5 (2h) Contenus** [présentiel ou classe virtuelle] : Cette séquence s'organise autour d'exercices réalisés individuellement ou en sous-groupes virtuels, permettant de travailler l'écriture sur le web et les différents types de contenus et leurs utilisations. Les stagiaires sont notamment invités à retravailler collectivement les profils et descriptions pour leurs réseaux sociaux, et à produire quelques contenus : posts, stories, réels... Le formateur s'appuie sur l'expérience des stagiaires pour répondre aux questions et alimente les réflexions, notamment sur le gain en efficacité et donc en temps dans sa communication sur les réseaux sociaux. Les corrigés permettent aux stagiaires d'évaluer leurs productions.
- **Séquence 6 (3h30) E-réputation** [présentiel ou classe virtuelle] : Cette séquence s'ouvre sur la reprise des éléments des séquences précédentes, éléments retenus, questions/réponses. Le formateur présente plusieurs outils, permettant aux stagiaires individuellement ou en sous-groupes d'élaborer leurs tableaux de gestion et de suivi de leur communication sur les réseaux sociaux. Un focus est réalisé sur l'automatisation des posts (atouts et risques), et sur le bon choix des indicateurs de performance. Une série de cas pratiques présentant diverses situations de crise est ensuite proposée aux stagiaires. Le formateur s'appuie sur l'intelligence collective des stagiaires pour proposer des solutions d'anticipation et de déminage des situations critiques, L'accent est porté sur la mise en place de process, de réponses adaptées à chaque situation, et sur la pratique de l'empathie pro-active. Une évaluation finale permet d'évaluer les éléments de la séquence et l'acquisition des compétences du parcours.

En temps synchrone, en fonction de la durée des séquences et parfois de leur enchaînement, des temps de pauses réguliers sont bien évidemment inclus : entre chaque séquence si enchaînement, et au sein d'une même séquence toutes les heures ou heures et demie suivant les activités pédagogiques. En temps asynchrone, les stagiaires peuvent se connecter à leur rythme sur une période déterminée par le planning de formation.

METHODES MOBILISEES

- Utilisation de méthodes pédagogiques expositives, interrogatives et actives (apports théoriques et pratiques, tests, mises en situation, cas pratiques, jeux de rôle, quizz...) permettant d'acquérir ou actualiser connaissances et compétences
- Supports pédagogiques : powerpoint, paperboard, cas pratiques, mises en situation, check-list, quizz...
- Accompagnement pédagogique : L'ensemble des séquences est animé par un seul formateur qui assure l'assistance pédagogique en mode synchrone (présentiel ou classe virtuelle), et en mode asynchrone par mail ou plateforme dédiée.

MODALITES TECHNIQUES ET D'ACCES

- **Assistance** : L'assistance technique et administrative en amont et au démarrage de la formation est assurée par notre équipe administrative et de coordination (convention, convocation, accueil physique et en ligne...). Elle reste également disponible à tout moment et post-formation par mail et téléphone pour assurer le suivi de l'exécution. Si l'aide n'est pas immédiate, une réponse est apportée dans les 24h ouvrées.
- **Équipement nécessaire à distance : Un ordinateur ou un smartphone avec caméra, micro et connexion illimitée.** Après traitement de leur inscription, les stagiaires reçoivent leur convocation avec lien vers le test de positionnement. La veille de la formation, les stagiaires reçoivent un mail avec un lien de connexion (et un tutoriel) vers leur salle de formation virtuelle. L'équipe d'assistance est présente en début de session pour accueillir et répondre aux difficultés techniques le cas échéant.
- Si la formation se déroule dans l'entreprise, l'employeur s'engage à mettre à disposition de ses salariés tous les moyens nécessaires pour suivre sa formation en ligne (bureau, ordinateur, connexion internet...)

Délai d'accès : Inscription dans la limite des places disponibles jusqu'à la veille de la formation

Accessibilité : Nos locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite. N'hésitez pas à nous faire part de toute demande d'adaptation afin que nous puissions y répondre en amont de l'entrée en formation.

MODALITES D'EVALUATION ET SUIVI DE L'ACTION

Les coûts des évaluations sont inclus dans le coût global du parcours.

- **Positionnement** : Test d'évaluation des connaissances et compétences en amont de la formation permettant le cas échéant d'ajuster le parcours de formation et de proposer un accompagnement individualisé.
- **Continue** : Test d'évaluation entre les séquences suivant progression pédagogique.
- **Finale** : Test d'évaluation des connaissances et compétences à l'issue de la formation permettant de définir le cas échéant un accompagnement individualisé.

A l'issue de la formation, le stagiaire reçoit une attestation de fin de formation et un certificat de réalisation. Un relevé de présence et une attestation de suivi et d'encadrement où figureront la durée des séquences et les dates d'évaluation pourront également être établis à l'issue de la formation. Un questionnaire d'appréciation à chaud et à froid (3 mois après la fin de la formation) sera envoyé au stagiaire.

mise à jour : 12/04/2022

