

# DEVELOPPER SES VENTES GRACE AUX RESEAUX SOCIAUX



## PARTICIPANT(S) :

Tout public.

## ORGANISATION :

Durée : 14 heures

Lieux : Campus du lac ou Campus de Libourne

## INTERVENANT(S) :

Formateur expert sur les Réseaux sociaux et le Web.

## VALIDATION DE LA FORMATION :

L'intervenant mesurera, tout au long de la formation, l'acquisition des connaissances des participants à travers la mise en place de situation in situ.

Délivrance d'une attestation de formation conforme à la législation en vigueur.

Un support de cours sera remis à chaque participant.

### CAMPUS DU LAC

N° SIRET 410 581 102 00010  
Code APE-NAF 8542Z  
N° Existence 7233 042 4333

### Site de Bordeaux

10 rue René Cassin - CS 31996 -  
33071 Bordeaux Cedex  
Tél. 05 56 79 52 00  
campus@formation-lac.com

### Site de Libourne

7 Bis rue Max Linder  
33504 Libourne Cedex  
Tél : 05 57 25 40 40  
campus@formation-lac.com

## OBJECTIFS

### Nature de l'action : Acquisition de compétences

- Connaître le fonctionnement et l'utilité des réseaux sociaux.
- Accroître sa visibilité sur les réseaux sociaux.
- Générer du trafic client dans son magasin et fidéliser sa clientèle.

## MÉTHODES ET OUTILS PEDAGOGIQUES

Apports théoriques en groupe complétés par des exercices personnalisés.

Méthodologie communicative, dynamique et interactive avec les participants.

Mise en pratique live avec des créations.

Idéalement, les stagiaires viendront avec une clé USB contenant des photos de leur devanture de magasin, de leurs produits, de quelques écrits, articles pour une personnalisation de la mise en application.

Un support par participant

## CONTENU DU PROGRAMME

### TOUR DE TABLE ET DEFINITION DES OBJECTIFS ET PROBLEMATIQUES DE CHAQUE PARTICIPANT.

### ETRE VISIBLE LORSQU'ON ME CHERCHE SUR INTERNET.

- Les différents modes de recherche dans les moteurs.
- Les résultats.
- Google Business.

### APPREHENDER LES DIFFERENTS RESEAUX SOCIAUX.

- Les réseaux professionnels.
- Les réseaux publics.
- Les Images et les vidéos.

### CREER SES PAGES SUR LES RESEAUX SOCIAUX : MISE EN PRATIQUE (1/2 journée).

- Facebook (page pro / page fan).
- Instagram.
- Pinterest.
- You Tube.

### LE PICTURE MARKETING COMME LEVIER D'ENGAGEMENT.

- Quelques chiffres sur les réseaux sociaux liés à l'image.
- Le storytelling par l'image.

### CONNAITRE LES BONNES PRATIQUES AFIN DE CREER UNE COMMUNAUTE.

- Les types de message.
- La ligne éditoriale, le ton, le storytelling.
- Les bonnes heures de publication.
- Les choix : textes, photos ou vidéos ?
- Les post : combien par semaine.

### FIDELISER MES CLIENTS ET MA COMMUNAUTE SUR LES RESEAUX SOCIAUX.

- Le contenu participatif.
- Les jeux concours.
- La création d'évènements.
- Les coupons réponses.
- L'acquisition de leads pour d'autres actions marketing possibles.

### CREER DES POSTS, DES PUBLICATIONS, DES IMAGES ET DES VIDEOS SUR FACEBOOK ET AUTRES RESEAUX SOCIAUX- MISE EN PRATIQUE (1/2 journée).