

# Vendre de nouveaux services au travers des réseaux sociaux

## PUBLIC



Toute personne en charge de la communication, de l'animation de club, communautés, de la gestion de la relation client. Accessible aux personnes en situation de handicap.

## PRÉREQUIS

Aucun

## OBJECTIFS



Appréhender les nouveaux usages associés aux réseaux sociaux.

## APTITUDES

Capacité à diffuser de l'information.  
Capacité à répondre aux besoins de la clientèle.

## COMPÉTENCES VISÉES

Développer sa notoriété au travers des réseaux sociaux.

Se servir des réseaux sociaux comme un vecteur de communication de sa marque et de son offre. Associer les réseaux sociaux dans sa prospection commerciale.

Savoir mobiliser les acteurs et outils pour pérenniser la relation avec le dirigeant.

## MÉTHODES UTILISÉES

Supports remis aux participants en séance.  
Ateliers de mise en pratique. Ateliers réflexifs.

## MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation de l'acquisition des connaissances au travers des exercices pratiques. QCM d'évaluation en fin de formation.

## DURÉE



Durée : 1 jour | Délai d'accès : sur demande

## TARIF

A partir de 350 € par personne / jour

## MODALITÉS

Présentiel / à distance / mixte

## PROGRAMME

### Les réseaux sociaux au service de vos objectifs

- Présentation de la typologie des réseaux
- Association de leurs usages aux objectifs de chaque Dirigeant
- Présentation de la cartographie des réseaux sociaux et de leurs spécificités

### Développer une stratégie marketing orientée réseaux sociaux

- Prioriser les outils dans le cadre d'un plan Web 2.0
- Action de prospection commerciale, préparation à la prise de rendez-vous et du 1er rendez-vous
- Action de découverte d'une filière, d'un environnement (diversification), évaluation de ses produits/services
- Action de sourcing, d'organisation d'un réseau au sein des réseaux sociaux
- Action de fidélisation, de satisfaction des clients
- Action de communication, de promotion des produits/services
- Action de communication sociétale, de rattachement à une marque

### Mise en œuvre des outils associés à la portée de toute Entreprise

- Opportunités et vigilance (risques) dans l'exploitation des réseaux sociaux
- Coût et délais de mise en œuvre, intégration dans son emploi du temps
- Favoriser un ROI de votre stratégie de marketing
- Surveillance des post déposés