

## Objectifs

**Savoir identifier les médias sociaux pertinents. Comprendre les règles de comportement de chaque support. Définir et intégrer sa stratégie de communication commerciale avec les réseaux sociaux. Appliquer les méthodes de prospection efficaces au travers ces réseaux.**

## Participants

**Commerciaux/Responsables Commerciaux, Responsables Marketing, Dirigeants de PME**

## Pédagogie

**La pédagogie est basée sur le principe de la dynamique de groupe avec alternance d'apports théoriques, de phases de réflexion collectives et individuelles, d'exercices, d'études de cas et de mises en situations observées. Formation / Action participative et interactive : les participants sont acteurs de leur formation notamment lors des mises en situation car ils s'appuient sur leurs connaissances, les expériences et mettront en oeuvre les nouveaux outils présentés au cours de la session.**

## Profil de l'intervenant

**Consultant-formateur expert sur cette thématique. Suivi des compétences techniques et pédagogiques assurée par nos services.**

## Moyens techniques

**Encadrement complet des stagiaires durant la formation. Espace d'accueil, configuration technique des salles et matériel pédagogique dédié pour les formations en centre. Remise d'une documentation pédagogique papier ou numérique à échéance de la formation.**

## Méthodes d'évaluation des acquis

**Exercices individuels et collectifs durant la formation. Evaluation des acquis et attestation de fin de stage adressés avec la facture.**

## Programme

### Les réseaux sociaux

**Chiffres clés et les tendances,**

**Spécificités de chacun des réseaux : Viadéo, LinkedIn, Facebook, Twitter et réseaux et spécialisés...**

**Possibilités et les limites des réseaux choisis.**

### Mettre en valeur son entreprise dans ses présentations

**Maîtriser son identité numérique,**

**Rendre sa présentation attractive : expressions pertinentes, photos, accroche,**

**Se rendre visible efficacement au travers les réseaux sociaux,**

**Usages et codes pour communiquer efficacement sur ces réseaux.**

### Définir sa stratégie commerciale

**Définir les approches commerciales pour chaque support,**

**Diffuser ses informations sur les réseaux de manière pertinente.**

### Techniques de communication sur les réseaux sociaux

**Identifier, rechercher et communiquer auprès de ses prospects,**

## Prospecter avec les réseaux sociaux



2 jours - 14 heures

Code formation : COMF190

[www.adhara.fr](http://www.adhara.fr)

**Chercher et analyser les informations utiles sur ses prospects,**

**Etre identifié comme expert pour convaincre,**

**Faire la promotion de ses évènements marketing,**

**Connaître les outils complémentaires aux réseaux sociaux**

### **Développer et concrétiser sa prospection**

**Cibler et organiser ses appels sortants,**

**Gérer et transformer des appels entrants en leads qualifiés,**

**Développer vos contacts en dehors des réseaux sociaux,**

**Relayer votre prospection avec les autres outils du web**

### **Organiser votre communication quotidienne sur les réseaux sociaux**

**Adopter une organisation de son travail efficace avec ces nouveaux outils,**

**Éviter les pièges pour ne pas perdre de temps inutilement,**

**Gérer son e-réputation**