



# FORM'LOCALE

RÉVÉLATEUR DE COMPÉTENCES,

SPÉCIALISTE DES FORMATIONS PERSONNALISÉES

Form'Locale réunit des femmes et des hommes passionnés par la transmission de savoir, la montée en compétence et riches d'une forte expérience en entreprise et en administration.

Dirigé par Malik Benakcha, diplômé de Sciences Po Paris, Form'Locale est spécialisé dans les formations bureautique, commerciale et communication.

Entourés de formateurs diplômés et imprégnés d'une longue expérience, nous avons à cœur d'accompagner les collaborateurs dans leur montée en compétences face à un monde du travail en constante évolution.



**FORM'LOCALE**  
**ORGANISME DE FORMATION PROFESSIONNELLE ET CONTINUE**  
6 Rue Saint-Honoré - 41 000 Blois  
02.54.56.16.74 - [contact@formlocale.fr](mailto:contact@formlocale.fr)  
[www.formlocale.fr](http://www.formlocale.fr)

## FORMATION

---

### LE MARKETING COLLABORATIF

#### DURÉE

---

2 Jours  
(14 heures)

#### OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

---

- . Moderniser son marketing à l'heure du digital
- . Intégrer les médias sociaux dans son action marketing
- . Créer une communauté de marque

#### NIVEAU REQUIS

---

Pas de prérequis

#### PUBLIC CONCERNÉ

---

Chefs d'entreprise, directeurs marketing, auto-entrepreneurs, directeurs commerciaux, commerciaux, directeurs de la communication, chargé de communication ou toute personne en lien avec le service communication, commercial ou marketing.

#### TARIF INTERENTREPRISE

---

1400 € HT / stagiaire

Formation animée par un formateur-consultant expert approuvé par Form'Locale.  
Suivi d'exécution assuré par une feuille de présence émargée par demi-journée par le formateur et les stagiaires.

## VOTRE FORMATION EN DÉTAIL

## PROGRAMME

**1ÈRE JOURNÉE****MATINÉE :****ADAPTER SA STRATÉGIE MARKETING AU DIGITAL**

Passer de l'univers de consommation à l'univers de signification et d'idéaux partagés avec le client

Créer l'univers symbolique nécessaire à l'attachement du client

Collecter l'information client pour personnaliser son parcours

Maîtriser le Big Data pour utiliser le Smart Data

**APRÈS-MIDI :****INTÉGRER LES MÉDIAS SOCIAUX DANS SA STRATÉGIE MARKETING**

Quels médias sociaux pour quels usages

Les différentes communautés selon les médias

Construire une communauté

Identifier sa communauté

Animer sa communauté

Utiliser la publicité sur les réseaux sociaux

**2ÈME JOURNÉE****MATINÉE :****METTRE EN PLACE LE MARKETING COLLABORATIF**

Du consommateur au consom'acteur

Faire de vos clients vos ambassadeurs

Améliorer l'engagement des clients

Utiliser l'avis client

**APRÈS-MIDI :****FAIRE DU CLIENT UN CO-CRÉATEUR DE VOTRE PRODUIT**

Etude de cas sur les différentes stratégies

Définir une stratégie selon son environnement concurrentiel

Appliquer sa stratégie

Développer le C to B

**CLÔTURE DE LA FORMATION**

Etude personnalisée des outils et moyens que chaque apprenant aura l'opportunité de développer au sein de son entreprise

Bilan écrit (QCM) et oral de la formation par les apprenants et le formateur