



# FORM'LOCALE

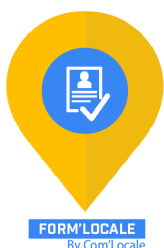
RÉVÉLATEUR DE COMPÉTENCES,

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

---

### UTILISER LES RÉSEAUX SOCIAUX EN TANT QUE COMMERCIAL : DÉCOUVERTE

## DURÉE

---

2 Jours  
(14 heures)

## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

---

- . Identifier les enjeux du web social
- . Découvrir la pratique des réseaux sociaux
- . Distinguer les différents réseaux sociaux et leurs usages
- . Mettre en place une stratégie commerciale sur les réseaux sociaux

## NIVEAU REQUIS

---

Avoir un usage régulier d'internet

## PUBLIC CONCERNÉ

---

Managers, Commerciaux, Professionnels découvrant les usages des réseaux sociaux au sein des entreprises et des administrations, chargés de communication.

## 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

### 1ÈRE JOURNÉE

#### MATINÉE :

#### COMPRENDRE LES ENJEUX DU WEB ET DES RÉSEAUX SOCIAUX

##### **Le web, un outil de veille pour commerciaux**

- Quelles stratégies de veille sur le web
- Les outils de veille
- Mettre en place individuellement sa veille web - (Atelier en groupe)

##### **Du web aux réseaux sociaux**

- Les principales évolutions historiques du web
- Les principaux réseaux sociaux aujourd'hui
- Les réseaux sociaux au service du commercial - (Atelier en groupe)

##### **Principes de base des réseaux sociaux**

- Qu'est-ce qu'un réseau social ?
- Qu'est-ce qu'une communauté
- Les bases de l'engagement (Atelier individuel)

#### APRÈS-MIDI :

#### UTILISER LES RÉSEAUX SOCIAUX COMMERCIALEMENT

##### **Initiation aux réseaux sociaux : création de compte**

- Créer son compte sur les principaux réseaux
- Gérer les différents niveaux de confidentialité
- Poster du contenu sur les réseaux sociaux - (Atelier individuel)

##### **Gérer la e-reputation**

- Suivre l'e-reputation de sa société
- Suivre l'e-reputation de ses concurrents
- Suivre son e-reputation personnelle - (Atelier en groupe)

##### **Prospecter sur les réseaux sociaux**

- Quels réseaux sociaux choisir
- Trouver les bons interlocuteurs
- Choisir les bons messages pour prospecter - (Atelier en groupe)

## 2ÈME JOURNÉE

### MATINÉE :

#### ASSURER LE SUIVI COMMERCIAL

##### Gérer la relation client

- Créer une proximité avec le client
- Echanger avec le client
- Des réseaux sociaux aux outils traditionnels

#### DÉVELOPPER ET ANIMER SON RÉSEAU

Se connecter à son réseau personnel/professionnel

Animer son réseau

Agrandir son réseau - (Atelier individuel)

#### LE POIDS DES INFLUENCEURS DANS UNE COMMUNAUTÉ

La technique des personas pour définir sa cible

Fidéliser autour de sa marque

Repérer et gérer les influenceurs

### APRÈS-MIDI :

#### METTRE EN PLACE UNE STRATÉGIE INDIVIDUELLE

##### Quel objectif ? Quelle démarche ? Quel outil ?

- Définir des objectifs à la hauteur de sa maîtrise des outils
- Mettre en place un calendrier éditorial - Atelier individuel
- Maîtriser les méthodes de gestion des réseaux sociaux

##### Choisir les supports

- Tous les supports ne se valent pas
- Optimiser son action sur les réseaux sociaux
- Définir le ton à adopter selon le support - (Atelier en groupe)

##### Evaluer l'efficacité de son action sur les réseaux sociaux

- Découverte des statistiques
- Analyser et suivre les bons repères
- Améliorer progressivement son efficacité

#### 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