

# **Déroulé pédagogique détaillé :** **Développer son entreprise avec les Réseaux** **Sociaux.**

## Objectif général :

Acquérir les compétences nécessaires pour utiliser efficacement les réseaux sociaux afin de développer et entretenir un portefeuille clients.

## Prérequis:

Une connaissance de base des principaux réseaux sociaux est recommandée, mais pas obligatoire. Les participants doivent disposer d'un accès à un ordinateur portable ou une tablette pour les exercices pratiques.

## Public Cible :

Professionnels du marketing, commerciaux, entrepreneurs et toute personne souhaitant améliorer sa présence et ses performances sur les réseaux sociaux pour développer son entreprise.

**Moyens pédagogiques :** support de cours PDF fournis par le formateur, réflexion collective, apport du formateur

**Suivi de l'exécution :** Feuille d'émergence

**Sanction :** Attestation de formation

**Évaluations :** 2 Quiz (entrée et sortie de formation permettant de suivre l'acquisition des connaissances

## Durée totale de la formation :

60 heures

## Rythme :

en continue

## Modalité de déroulement :

Présentiel

## **Objectifs Pédagogiques :**

- Être capable d'analyser les tendances et les statistiques des réseaux sociaux pour identifier des opportunités de croissance.
- Être capable de construire et d'optimiser un profil professionnel percutant sur les réseaux sociaux.
- Être capable de développer une stratégie de contenu adaptée aux objectifs commerciaux.
- Être capable de créer du contenu attractif et engageant pour susciter l'intérêt des clients potentiels.
- Être capable de mettre en place et de gérer des campagnes publicitaires ciblées sur les réseaux sociaux.
- Être capable d'utiliser des outils d'analyse pour évaluer les performances des campagnes publicitaires.
- Être capable d'initier et d'entretenir des conversations avec des prospects qualifiés sur les réseaux sociaux.
- Être capable de convertir les prospects en clients à travers une stratégie bien définie sur les réseaux sociaux.
- Être capable de gérer la réputation en ligne et de résoudre les problèmes potentiels de manière proactive.

**Déroulé pédagogique :**

<u>Jour</u>	<u>Module</u>	<u>Détails du module</u>	<u>Méthode pédagogique</u>	<u>Durée</u>
Jour 1	QUIZZ entrée de formation	<ul style="list-style-type: none"><li>• 30 questions sous forme de questions à choix multiples ( plusieurs réponses valides ) , questions à choix unique ( une seule réponse valide ) et des questions ouvertes , permettant d'apprécier le niveau de l'apprenant au début de la formation : ⇒ <b>Acquis</b> : + 25 bonnes réponses. ⇒ <b>En cours d'acquisition</b> : +/- 15 bonnes réponses. ⇒ <b>Non acquis</b> : - de 15 bonnes réponses.</li></ul>	Evaluation ( activité pédagogique)	60 min
Jour 1	Comprendre les Fondements des Réseaux Sociaux	<ul style="list-style-type: none"><li>• Introduction aux principaux réseaux sociaux professionnels et leur impact sur le développement commercial.</li><li>• Les avantages de l'utilisation des réseaux sociaux pour le développement du portefeuille clients.</li><li>• Analyse des tendances et des statistiques des réseaux sociaux pour identifier les opportunités de croissance.</li></ul>	Réflexion collective et apport du formateur	360 min
Jour 2	Analyse de Marché et Définition des Objectifs	<ul style="list-style-type: none"><li>• Identification des segments de marché pertinents pour votre entreprise.</li><li>• Analyse de la concurrence et des meilleures pratiques sur les réseaux sociaux.</li><li>• Définition des objectifs SMART (spécifiques, mesurables, atteignables, pertinents, temporellement définis) pour la stratégie de développement du portefeuille clients.</li></ul>	Réflexion collective et apport du formateur	420 min

Jour 3	Stratégies de Contenu et Calendrier Éditorial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Développer une stratégie de contenu adaptée aux objectifs commerciaux.</li> <li>• Création d'un calendrier éditorial pour planifier et organiser les publications sur les réseaux sociaux.</li> <li>• Techniques avancées pour créer des contenus variés et engageants (articles, vidéos, infographies, etc.).</li> </ul>	Réflexion collective et apport du formateur	420 min
Jour 4	Engagement Client et Gestion de la Communauté	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Techniques pour susciter l'interaction et l'engagement des clients potentiels.</li> <li>• Gestion efficace des commentaires, messages privés et autres interactions sur les réseaux sociaux.</li> <li>• Études de cas et exercices pratiques pour améliorer la gestion de la communauté en ligne.</li> </ul>	Réflexion collective et apport du formateur	420 min
Jour 5	Publicité sur les Réseaux Sociaux (Partie 1)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Introduction aux campagnes publicitaires sur les principaux réseaux sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn, etc.).</li> <li>• Stratégies de ciblage avancées pour atteindre les prospects qualifiés.</li> <li>• Création et optimisation des annonces pour maximiser le retour sur investissement.</li> </ul>	Réflexion collective et apport du formateur	420 min

Jour 6	Publicité sur les Réseaux Sociaux (Partie 2)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suivi et analyse des performances des campagnes publicitaires.</li> <li>• Optimisation des budgets publicitaires pour améliorer les résultats.</li> <li>• Utilisation d'outils d'analyse pour mesurer l'efficacité des campagnes et ajuster les stratégies en conséquence.</li> </ul>	Réflexion collective et apport du formateur	420 min
Jour 7	Construction et Gestion du Réseau Professionnel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Construction et optimisation d'un profil professionnel percutant sur les réseaux sociaux.</li> <li>• Utilisation des outils de recherche avancée pour identifier et cibler les prospects qualifiés.</li> <li>• Approches efficaces pour initier et entretenir des conversations avec les prospects.</li> </ul>	Réflexion collective et apport du formateur	420 min
Jour 8	Conversion et Suivi des Prospects	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilisation d'outils d'analyse pour évaluer les résultats de la stratégie sur les réseaux sociaux.</li> <li>• Révision des objectifs initiaux et des KPIs (indicateurs de performance clés).</li> <li>• Développement d'un plan d'action pour continuer à développer et optimiser le portefeuille clients grâce aux réseaux sociaux.</li> </ul>	Réflexion collective et apport du formateur	420 min
Jour 9	Analyse des Résultats et Plan d'Action	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revue des progrès réalisés depuis la formation.</li> <li>• Résolution des problèmes rencontrés lors de la mise en œuvre des stratégies.</li> <li>• Partage des succès et des meilleures pratiques entre les participants.</li> </ul>	Réflexion collective et apport du formateur	180 min
Jour 9	QUIZZ fin de formation	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 30 questions sous forme de questions à choix multiples (plusieurs réponses valides),</li> </ul>	Evaluation (activité pédagogique)	60 min

		<p>questions à choix unique ( une seule réponse valide ) et des questions ouvertes , permettant d'apprécier le niveau de l'apprenant à la fin de la formation :</p> <p>⇒ <b>Acquis</b> : + 25 bonnes réponses.</p> <p>⇒ <b>En cours d'acquisition</b> : +/- 15 bonnes réponses.</p> <p>⇒ <b>Non acquis</b> : - de 15 bonnes réponses.</p>		
--	--	---	--	--