

Thématique : **RESEAUX SOCIAUX**

RS2 - REALISER DES VENTES VIA VOS RESEAUX SOCIAUX (Niveau Intermédiaire / Avancé)



Comment transformer vos abonnés en clients fidèles ? Grâce à cette formation, vous apprendrez à créer des stratégies de marketing efficaces, à concevoir des contenus engageants et à utiliser les outils de vente intégrés aux plateformes sociales. Une formation pratico-pratique, sans blabla et riche en exemples concrets !.



PUBLIC

Tout professionnel du tourisme et des loisirs en Pays de la Loire



PRÉ-REQUIS

- Avoir déjà au moins un compte réseau social pour son activité (Facebook, Instagram, LinkedIn...)
- Alimenter régulièrement son ou ses comptes réseaux sociaux
- Avoir identifier des objectifs commerciaux



PARTENAIRE

-



DURÉE

9h sur 3 jours dont 2 jours consécutifs : Jour 1 : 3,5h en distanciel + jour 2 : 3,5h en distanciel + jour 3 (7 à 10 jours après) : 2 h en distanciel



DATE ET LIEU

En distanciel – via Zoom

Mardi 12 et mercredi 13 novembre matin (9h-12h30) + Lundi 25 novembre 14h-16h



INTERVENANT

Dominique DUFOUR – CoManaging



EFFECTIF

6 minimum / 10 maximum



HANDICAP

Nous contacter préalablement, dès votre inscriptoin, pour pouvoir vous contacter et échanger afin d'identifier vos besoins et mettre en œuvre les compensations nécessaires ; Référente handicap : fc@comanaging.net



TARIF PAR PARTICIPANT

- Early booking (jusqu'à 15 jours avant la formation) : 110 € HT (132 € TTC)
- Entre 5 et 14 jours avant la formation : 125 € HT (150 € TTC)



INFORMATION / CONTACT

Academie e-Tourisme : contact@academie-etourisme-pdl.fr

OBJECTIFS DE LA FORMATION



1. Maîtriser les techniques de création de contenus vendeurs sur les réseaux sociaux
2. Utiliser les outils marketing et de vente pour augmenter vos ventes
3. Développer des stratégies de fidélisation de vos clients

PROGRAMME DÉTAILLÉ

JOUR 1 : MARDI 12/11/24 – MATIN (distanciel) : 9h00-12h30

Partie 1 : Réseaux sociaux et stratégie commerciale

- L'importance des réseaux sociaux dans sa stratégie commerciale
- Comment appliquer sa stratégie commerciale sur les réseaux sociaux : objectifs, cibles, messages.
- Exemples et cas d'usage

→ **Atelier individuel** : A partir d'un gabarit, analyse de la stratégie commerciale et sociale d'acteurs du tourisme + mise en commun en collectif

Partie 2 : Adapter sa stratégie de contenu à ses objectifs commerciaux

- Quels sont les contenus qui font vendre sur les réseaux sociaux ?
- La typologie des contenus existants : visuels, vidéos, interactifs, éducatifs et informatifs
- Comment adapter sa stratégie de contenus au service de sa stratégie commerciale ?

→ **Atelier individuel** : Création de contenus visuels pour un produit ou un service

JOUR 2 : MERCREDI 13/11/24 – MATIN (distanciel) : 9h00-12h30

Partie 3 : Rédiger pour vendre

- 5 techniques de rédaction pour capter son audience, du storytelling au copywriting
- Le choix des mots et l'importance des appels à l'action
- Utiliser l'IA pour vous assister dans vos contenus

→ **Atelier individuel** : Création de contenus incluant du copywriting, du storytelling et un appel à l'action pour vendre

Partie 4 : Utiliser les fonctionnalités commerciales des réseaux sociaux

- La publicité sur les réseaux sociaux, du ciblage à l'analyse des résultats
- Création d'une campagne, de A à Z
- Utilisation des outils de vente intégrés : boutiques en ligne sur Facebook, Instagram et Tiktok

→ **Atelier individuel** : Création d'une campagne publicitaire + identification de 3 actions commerciales à réaliser à court terme sur ses réseaux sociaux (à faire pour la prochaine classe virtuelle)

BILAN DE LA 1^{ère} PARTIE DE LA FORMATION

- Tour de table à chaud
- Questions/réponses

JOUR 3 : LUNDI 25/11/24 – APRÈS-MIDI (distanciel) : 14h00-16h00

Partie 5 : Debrief et mise en commun

- Debrief par chacun des participants des actions menées
- Conseils et astuces avancés par le formateur
- Stratégies de fidélisation et d'engagement continu

→ **Atelier individuel** : Points clés de votre stratégie de fidélisation (à partir d'un gabarit sur Google Drive)

BILAN FINAL DE LA FORMATION

- Les points clés à retenir
- Questions/réponses
- Évaluation des acquis

MÉTHODES, MOYENS ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

METHODES

- Informative : apport de concepts, méthodes et outils illustrées (bonnes pratiques), partage d'expériences
- Active/participative : appropriation par des ateliers individuels et collectifs, analyse collective, pistes d'actions

MOYENS

- Questionnaire préalable pour connaître votre niveau, vos pratiques & vos attentes
- Jeu de questions réponses : vérifier les acquis des participants
- Atelier individuel : mettre en pratiques les éléments étudiés et les appliquer à son activité

OUTILS

- Présentation Powerpoint
- Distanciel via l'outil Zoom
- Dossier Google Drive pour les travaux individuels
- Réseaux sociaux

MISE A DISPOSITION DE SUPPORTS PEDAGOGIQUES

- Fiches de travail et d'analyse à remplir en séance
- Support de cours au format PDF envoyé après la formation

MATERIEL RECOMMANDE

- En distanciel : Une bonne connexion Internet, un ordinateur avec micro et caméra, un poste au calme, éventuellement un casque pour plus de tranquillité, un smartphone, avoir téléchargé l'application Zoom (dernière version)

ÉVALUATION DES ACQUIS / Une évaluation en 2 parties

- Un tableau d'évaluation des acquis par objectif pédagogique rempli par le formateur à partir des exercices et travaux personnels réalisés
- Une auto-évaluation du stagiaire

ÉVALUATION DE LA SATISFACTION

Un questionnaire à remplir à chaud en ligne par le participant en fin de session (questionnaire obligatoire)

SUIVI À 6 MOIS

Un questionnaire sur l'impact de la formation

auprès des participants et de leur entreprise sera réalisé via un questionnaire en ligne.

CONTACT

contact@academie-etourisme-pdl.fr - 06 64 24 91 07 (CoManaging)

Retrouvez l'ensemble de nos formations sur le site de L'Académie eTourisme :

<https://www.solutions-pro-tourisme-paysdelaloire.fr/solutions/academie-e-tourisme/>