



FORMATION  
À LA RELATION CLIENT  
WWW.MBACTION.FR

# FORMATION PROSPECTER EFFICACEMENT PAR LES RÉSEAUX SOCIAUX

UN DIAGNOSTIC, UNE STRATÉGIE, DES PLANS D'ACTIONS :  
UNE FORMATION COMPLÈTE ET PERSONNALISÉE



À PARTIR DE  
**700 € HT**  
EN INTER  
OU EN INTRA



#### PUBLICS :

Dirigeant, Commercial, Assistant commercial et/ou administratif et/ou communication, Demandeur d'emploi, Salarié en reconversion.



#### DURÉE ET LIEU :

**14 heures.** En **PRÉSENTIEL** ou **DISTANCIEL**.  
Dans vos locaux ou les nôtres à Bouaye (44)  
à 15 minutes de Nantes. Accessible PMR.



#### OBJECTIFS :

- Positionner son activité dans l'environnement des réseaux sociaux.
- Optimiser son ciblage.
- Organiser ses actions.
- Rendre son contenu attractif.
- Evaluer et exploiter les retours



#### PÉDAGOGIE :

Active alliant théorie et opérationnel. Accompagnement adapté à votre structure. Réalisations de vos cas pratiques pendant la formation. Des sessions en présentiel ou distanciel. Repartez avec votre plan d'action maîtrisé à l'issue de la formation.



#### ELIGIBLE AUX DISPOSITIFS DE FINANCEMENTS :



Datadock



processus certifié

# PROGRAMME

## PROSPECTER EFFICACEMENT PAR LES RÉSEAUX SOCIAUX

1

### COMPRENDRE L'ENVIRONNEMENT DES RÉSEAUX SOCIAUX (RS)

- Sensibiliser sur l'intérêt des réseaux sociaux dans une démarche de prospection.
- Définir les réseaux sociaux (Facebook, LinkedIn, Instagram).
- Zoom sur les outils pertinents par rapport à votre activité.
- Maîtriser les notions Outbound et Inbound Marketing.
- Faire un état des lieux de sa démarche sur les réseaux sociaux (audit de l'existant).

4

### METTRE EN PLACE SON PLAN D'ACTION

- Se fixer des objectifs SMART.
- Ecrire son plan d'action dans la durée.
- Créer un tableau de bord de prospection et s'y tenir.
- Se tenir informé des évolutions quotidiennement.
- Organiser les ressources humaines de l'entreprise.
- Exploiter toutes les fonctionnalités des différents réseaux.

2

### CONNAÎTRE LES CLEFS D'UNE RELATION CLIENT PLUS EFFICACE PAR LE DISC

- Définir ses cibles (Persona).
- Savoir attirer des contacts (de manière naturelle et sensibilisation aux publicités).
- Faire vivre sa page (attirer plus que pousser), appeler à l'action des contacts.
- Définir le process de sourcing des contacts par rapport aux systèmes existants dans l'entreprise.
- Adapter sa prise de contacts (message) aux différents personas et RS utilisés.

5

### RÉDIGER DES CONTENUS PERTINENTS

- Le contenu est roi, il doit toujours primer sur le reste.
- La curation de contenu : Qu'est-ce que c'est? Comment l'utiliser?
- Choisir une date de publication cohérente.
- Adapter son contenu à la plateforme.
- Connaître les tendances pour viser juste immédiatement.
- Agrémenter ses contenus avec des messages et commentaires percutants.

3

### ASSURER SA « FIABILITÉ NUMÉRIQUE »

- Savoir se créer une identité numérique sur les RS (Facebook, LinkedIn, Instagram).
- Créer des interactions entre le Community manager et les équipes internes.
- Animer son réseau (le fiabiliser, gagner en légitimité).
- Publier, partager, commenter.

6

### ANALYSER LES RETOURS DE SA CIBLE

- Analyser son audience.
- Vérifier les statistiques de ses pages.
- Définir l'heure et les canaux selon ses cibles.
- Interagir avec son audience pour mieux la comprendre.
- Etudes sur la psychologie du partage.
- Diversifier et augmenter les points d'entrée.

**MBAction**

15 place du Pays de Retz - 44830 BOUAYE

02 51 70 59 59 - [contact@mbaction.fr](mailto:contact@mbaction.fr)

Siret 804 070 399 00022 - Agréé centre de formation 52440738744