

# Stratégie social selling pour les marketeurs

Allier leviers marketing et réseaux sociaux au service des ventes

À l'issue de cette formation, vous serez en mesure d'élaborer et de déployer une expérience sociale de marque propice au développement de vos ventes.

## PROGRAMME

### Comprendre les enjeux et bénéfices marketing du social selling

- Comprendre l'environnement des réseaux sociaux, les enjeux et les tendances dans le parcours d'achat.
- Personnalisation, innovation, recommandation : identifier les leviers marketing clés du social selling.

### Alimenter la démarche social selling en données client

- Établir le profil de ses prospects en social selling : les personas.
- Construire des insights sociaux pour positionner son offre social selling.

### Stimuler le social selling grâce à l'inbound marketing

- Établir une stratégie éditoriale diversifiée sur les réseaux sociaux au service du social selling.
- Produire du contenu social différenciant adapté à ses buyer personas et au tunnel d'achat.

### Social commerce : développer ses ventes directes sur les réseaux sociaux

- Connaître les solutions techniques à disposition : boutique, API, Facebook, boutons call to action...
- Adapter son offre, sa présentation et son discours aux spécificités de chaque réseau social.

### Social selling & Smarketing : optimiser l'alignement du marketing et des ventes

- Choisir les outils adaptés pour garantir un partage d'informations fluide.
- Lier actions marketing et parcours d'achat sur les réseaux sociaux.

## MODULES DISTANCIELS

- **E-quizz** en amont/aval de la formation.

**Retrouvez le programme complet de cette formation sur [ism.fr](http://ism.fr)**

## PERFECTIONNEMENT

Code : SOCIALCO

• 2 jours - 14 heures

• Prix HT : 1480 € (repas inclus)

## OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux et les perspectives du social selling.
- Élaborer une stratégie permettant de vendre via les réseaux sociaux.
- Promouvoir efficacement son offre sur les réseaux sociaux.

## PRÉREQUIS

Connaître les bases des réseaux sociaux et leurs usages.

## PUBLIC CONCERNÉ

Responsables médias sociaux et community management, responsables e-commerce, m-commerce, marketing digital.

## PLANNING

Paris

28 - 29 janvier 2019

1er - 2 avril 2019

8 - 9 juillet 2019

7 - 8 octobre 2019

2 - 3 décembre 2019

30 - 31 mars 2020