



STRATÉGIE SOCIAL SELLING POUR LES MARKETEURS

Allier leviers marketing et réseaux sociaux au service des ventes

Le développement des réseaux sociaux constitue un potentiel de ventes additionnelles pour les marques. Mais cela nécessite de sortir des schémas traditionnels. Cette formation vous aide à cerner les enjeux de la vente via les réseaux sociaux et vous donne les méthodes pour déployer une stratégie de social selling efficace.

FORMATIONS COURTES

PERFECTIONNEMENT

Ref. : C19SOCIALCO

Durée :
2 jours - 14 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 1490
€ HT

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.

EVALUATION

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

POUR QUI ?

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

PRÉREQUIS

Connaître les bases des réseaux sociaux et leurs usages.

COMPÉTENCES ACQUISES

Élaborer et déployer une expérience sociale de marque propice au développement de ses ventes.

PARCOURS PÉDAGOGIQUE

Communauté d'apprenants
E-quiz amont
Présentiel
E-quiz aval

PROGRAMME

Stratégie social selling pour les marketeurs

Modules distanciels :

- E-quiz en amont/aval de la formation.

Comprendre les enjeux et bénéfices marketing du social selling

- Distinguer le social selling en B2B et en B2C.
- 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.
- Atelier : socialiser l'expérience et l'acte d'achat.

Alimenter la démarche social selling en données client

- Pratiquer le social listening pour identifier ses cibles et leurs attentes sur les réseaux sociaux.
- Établir le profil de ses prospects en social selling : les personas.
- Construire des insights sociaux pour positionner son offre social selling.
- Identifier, constituer et mobiliser son réseau d'influenceurs.
- Atelier : utiliser les fonctionnalités de veille et de recherche des réseaux sociaux pour





cartographier les leads.

Stimuler le social selling grâce à l'inbound marketing

- Optimiser ses profils, développer ses relations : créer sa marque professionnelle sur les réseaux sociaux.
- 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.
- Favoriser le partage et l'interactivité sur les réseaux sociaux pour développer l'engagement.
- Étude de cas : benchmark des opérations et matrice de supports en fonction du mode d'achat.

Social commerce : développer ses ventes directes sur les réseaux sociaux

- Étude de cas : analyser les bonnes pratiques du social commerce.
- Panorama des fonctionnalités de vente sur les réseaux sociaux : Facebook, Twitter, Instagram.
- Connaître les solutions techniques à disposition : boutique, API, Facebook, boutons call to action...
- Identifier sa cible et définir ses objectifs social commerce.
- Adapter son offre, sa présentation et son discours aux spécificités de chaque réseau social.
- Atelier : construire un dispositif social commerce sur Facebook et Instagram.

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

- Choisir les outils adaptés pour garantir un partage d'informations fluide.
- S'accorder sur un objectif et des preuves de succès communs.
- Lier actions marketing et parcours d'achat sur les réseaux sociaux.
- Atelier : personal branding, faire des commerciaux des ambassadeurs.
- Encourager les marketeurs à devenir des social sellers.

MOYENS HUMAINS, TECHNIQUES ET PÉDAGOGIQUES

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.

Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur [votre espace apprenant](#).

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre [plateforme](#) dédiée.

