



# Stratégie de médias sociaux

Formation et accompagnement  
20 hrs

# STRATÉGIE DE MÉDIAS SOCIAUX POUR LES ORGANISATIONS

**63 % des Canadiens qui utilisent les médias sociaux suivent des organisations, des marques ou des pages de produits sur un réseau social.**



*Tirez avantage des médias sociaux pour votre organisation ! Vous pourrez...*

- fidéliser une clientèle établie;
- attirer de nouveaux clients;
- recruter des employés;
- créer des liens;
- être actif dans la communauté.

Les médias sociaux vous permettent de démontrer que votre entreprise est dynamique, à jour et connectée. Toutefois, avant de vous promouvoir dans les médias sociaux, il est primordial de déterminer avec soin vos objectifs et votre champ d'action. Une bonne préparation vous assurera de meilleurs résultats et vous fera gagner du temps !

# LES DIFFÉRENTES FACETTES DE LA VENTE !

Ultra-équipé, ultra-connecté, un client n'a pas de temps à perdre. Les produits qu'il compte acheter, s'il n'a pas déjà comparé les prix avec ceux de la concurrence, il peut le faire en trois clics depuis son ordinateur ou téléphone.

Le plus souvent, il connaît déjà les fonctionnalités de tous les produits pour les avoir étudiées en ligne... S'il a besoin d'un vendeur, ce n'est pas pour savoir si tel produit existe en un autre modèle (il détient déjà l'information) mais plutôt pour savoir s'il est en stock, dans combien de temps il pourra être livré, si d'autres produits complémentaires peuvent le compléter, quelles sont ses performances par rapport à tel ou tel autre produit de la même gamme... Dans ce nouveau contexte, pour avoir sa raison d'être, le vendeur doit pouvoir établir une relation continue avec sa clientèle et adhérer à l'approche de former une équipe avec son client. Être la personne de confiance afin d'avoir en tout temps les détails qui lui permettront d'être au-devant du client en lui proposant des solutions qu'il n'aura pas encore considéré ou même imaginé !

**Plus près du client = plus de ventes et moins  
de place pour les concurrents...**

# STRATÉGIE DE MÉDIAS SOCIAUX POUR LES ORGANISATIONS

**Nos formations en médias sociaux vous aideront à bâtir une stratégie de marketing digital complète grâce à une présence planifiée sur les médias sociaux.**



*À la fin de la formation, les participants seront en mesure ;*

- D'établir les objectifs du projet de relance & maintien de la présence en ligne ;
- D'instaurer des protocoles de recherche & normes de conduite ;
- De créer une cartographie pour la bibliothèque de contenus, avec liens web pour « sourcing » ;
- De concevoir l'approche de présence de notoriété sur les médias sociaux ;
- D'établir la clientèle cible ;
- Délaborer la stratégie médias sociaux sur 12 mois ;
- Délaborer la stratégie d'une Infolettre sur 12 mois ;
- D'établir le calendrier des publications (statiques ou vidéos) ;
- Suivre une formation sur Canva (4 hrs) & Hootsuite (2 hrs) ;
- La rédaction et conception de 24 publications avec visuels (la correction sera la responsabilité du participant).

# STRATÉGIE DE MÉDIAS SOCIAUX POUR LES ORGANISATIONS



*Inscrivez-vous sans plus tarder afin de vous placer rapidement et efficacement devant votre audience cible !*

- Formation/Coaching 1-on-1 en vidéo-conférence 20 hrs (2 x 2,5 heures par semaine pour 4 semaines) 3 000 \$ plus taxes
- Frais de formation 395 \$ par participant  
Le montant de 395 \$ est réparti comme suit :
  - l'analyse des différentes plateformes et outils numériques déjà en place de l'organisation (Site Internet, Facebook, Instagram, LinkedIn, etc)
  - les frais des logiciels utilisés lors de la formation
  - les outils et gabarits personnalisés et adaptés à l'organisation

# STRATÉGIE DE MÉDIAS SOCIAUX POUR LES ORGANISATIONS



## *Plan de formation*

### Semaine #1 (5 hrs).

- Définir les objectifs
- Définir son personas type
- Définir son budget marketing
- Elaboration du plan marketing
- Identité visuelle

### Semaine #2 (5 hrs).

- Comprendre les outils numériques
- Optimiser sa présence sur le web
- Comprendre les enjeux négatifs du numérique
- Comprendre le pourquoi de cycles
- Elaboration du plan de communication

### Semaine #3 (5 hrs).

- Campagnes marketing partie #1 - Direction
- Campagnes marketing partie #2 - Rédaction
- Campagnes marketing partie #3 - Appel à l'action
- Création des audiences et analyses statistiques

### Semaine #4 (5 hrs).

- Création d'une publicité étape par étape
- Optimiser le référencement organique
- Comprendre la publicité Google
- Analyser la publicité payante Google