



Pour optimiser les compétences
FORMATIONS HYGIÈNE ET MULTI-SERVICES

DEPLOYER SA COMMUNICATION PAR LES RESEAUX SOCIAUX

DUREE : 3 jours **Prérequis :** aucun **Méthodes et moyens pédagogiques :** Exposé théorique, interactions formateur/stagiaires, entraînements pratiques, mises en situation par jeux de rôles. **Modalités d'évaluation :** QCM avant/fin formation et entraînements intermédiaires **Validation des acquis :** une attestation individuelle de formation sera délivrée

OBJECTIFS

Construire une stratégie de communication efficiente en fonction de son domaine d'activité sur les réseaux sociaux. Maîtriser les différents outils et savoir mettre en application

PROGRAMME

Les bases de la communication et du marketing :

- Connaître les enjeux du marketing : comprendre la valeur et le rôle de la communication

Le territoire de marque :

- Optimiser le territoire de sa marque pour le rendre plus attractif
- Apprendre à formaliser les éléments essentiels d'un territoire (valeurs, charte graphique, mood board...)
- Connaître sa cible et savoir comment lui parler
- Connaître sa création de valeur : comment me différencier de mes concurrents et capitaliser sur ces différences

Les différents réseaux sociaux :

- Connaître les différents réseaux sociaux
- Mobiliser ces réseaux afin d'être plus performant
- Apprendre à développer une communauté autour de son entreprise
- Apprendre à créer du contenu intéressant pour ses cibles et différenciant
- Apprendre à étendre son réseau et à trouver de nouveaux prospects

La conception d'un plan de community management

- Définir des objectifs clés
- Mobiliser les bons supports
- Planifier et orchestrer
- Mesurer la performance de ses campagnes de communication sur les réseaux afin de les améliorer





Pour optimiser les compétences
FORMATIONS HYGIÈNE ET MULTI-SERVICES

Construire une stratégie de communication efficace

DUREE : 3 à 4 jours **Prérequis** : aucun **Méthodes et moyens pédagogiques** : Exposé théorique, interactions formateur/stagiaires, entraînements pratiques, mises en situation par jeux de rôles. **Modalités d'évaluation** : QCM avant/fin formation et entraînements intermédiaires **Validation des acquis** : une attestation individuelle de formation sera délivrée

OBJECTIFS

Construire une stratégie de communication efficiente en fonction de son domaine d'activité. Maîtriser les différents outils et savoir les mettre en application

PROGRAMME

Le territoire de marque :

- S'interroger sur l'existence du territoire de sa marque
- Optimiser ce territoire pour le rendre plus attractif
- Apprendre à formaliser les éléments essentiels d'un territoire (valeurs, charte graphique, mood board...)
- Connaitre sa cible et savoir comment lui parler
- Connaitre sa création de valeur : comment me différencier de mes concurrents et capitaliser sur ces différences

Les supports de communication :

- Connaitre les différents supports de communication et en connaitre avantages et inconvénients
- Mobiliser ces supports de communication afin d'être plus performant (création d'une newsletter efficace, optimisation de son site web pour convertir plus de clients
- Zoom sur la communication digitale et les réseaux sociaux : comment développer une communauté ? l'animer ? comment être performant sur LinkedIn et obtenir plus de croissance ?

La conception d'un plan de communication global

- Définir des objectifs clés
- Mobiliser les bons supports
- Planifier et orchestrer et Mesurer la performance de ses campagnes de communication afin de les améliorer





Pour optimiser les compétences
FORMATIONS HYGIÈNE ET MULTI-SERVICES

Mettre en place une stratégie marketing

DUREE : 3 à 4 jours Pré requis : aucun **Méthodes et moyens pédagogiques** : Exposé théorique, interactions formateur/stagiaire, études de cas, mises en situation par jeux de rôles. **Modalités d'évaluation** : Quizz avant/fin formation et entraînements intermédiaires **Validation des acquis** : Une attestation individuelle de formation sera délivrée

OBJECTIFS

Construire une stratégie marketing efficiente en fonction de son domaine d'activité. Maîtriser les différents outils et savoir les mettre en application

PROGRAMME

Fondamentaux du marketing :

- Analyse du marché et interne : capitaliser sur ses forces et les opportunités du marché et anticiper les menaces et faiblesses.
- La connaissance consommateur : analyser et connaître des cibles clés pour l'entreprise et détecter de nouvelles opportunités de business
- Le positionnement : le connaître et le penser de manière stratégique
- Connaître sa création de valeur : comment se différencier de ses concurrents et capitaliser sur ces différences

Le plan stratégique marketing

- Définir des objectifs mesurables : maîtriser la méthode SMART
- Combiner stratégie de communication et positionnement
- Concevoir un plan de communication qui réponde aux objectifs de son plan marketing (mobiliser les bons supports, planifier et orchestrer, mesurer sa performance)
- La relation client et le parcours client : outils de CRM et de gestion pour maximiser le processus de vente