

The background of the top section is a photograph of a person's hands typing on a laptop keyboard. Overlaid on the image are several digital elements: a cluster of white stars on the left, and several horizontal bars with diagonal patterns in green, yellow, and red on the right.

PRÉSENTIEL
DISTANCIEL
ASYNCHRONE

FORMATION

Développer sa E-Reputation

28H

OBJECTIF DE LA FORMATION

Equiper les participants avec les compétences nécessaires pour surveiller, gérer et renforcer la réputation en ligne d'une personne, d'une entreprise ou d'une marque.



PROGRAMME DE LA FORMATION

Module 1 : La base d'une communication efficace : la démarche Social Selling (5 heures)

- Histoire et mission de LinkedIn : Chiffres clés, qui sont les utilisateurs de LinkedIn, et que viennent-ils chercher ?
- Optimiser habilement son profil / sa page pour convertir les visiteurs
- Comprendre l'intérêt de chaque section de profil
- Chercher les bons contacts
- Les bases du social selling : la logique de l'inbound marketing avec la communication et le marketing d'inclusion pour toucher sa cible

Module 2 : Prospection (5 heures)

Optimiser habilement son profil / sa page pour convertir les visiteurs
Chercher les bons contacts
Rentrer en contact et sortir de LinkedIn pour décrocher des RDV
Les occasions à ne pas rater

Module 3 : Préparer son contenu (7 heures)

- Définir sa stratégie et ses objectifs.
- Définir sa/ses cible(s).
- Comprendre les besoins et les attentes de sa cible
- Communication en situation de crise
- Définir des hashtags clés pour se positionner. Suivre des hashtags
- Comprendre l'anatomie d'un post : Méthode CTA, comprendre les types de posts
- Médias : vidéos, photos, carrousels, sondages, etc
- Choisir sa tonalité et faire de bonnes accroches
- Faire de la veille efficace : utiliser les bons outils et les bonnes ressources
- Créer une routine de production et publication : principe et outils
- Mise en pratique de la veille : décortiquer un post d'un concurrent

Module 4 : Synergie entre communication et prospection (4 heures)

Suivre ses performances (KPI) et suivre ses interactions Engagement et gestion des communautés
Bonnes pratiques après la publication d'un post pour déclencher et suivre les échanges

Module 5 : Mise en pratique : créer sa ligne éditoriale + Bilan des acquis et questions (7 heures)

- Préparer votre ligne éditoriale et un agenda de publication
- Préparer des visuels cohérents et qui fonctionnent
- Quizz des acquis et échanges avec les participants
- Vérification des acquis suite à la mise en pratique de façon autonome
- Réponses aux questions



PRÉREQUIS

Ordinateur connecté à internet, équipé d'un micro et de sorties audio.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

1 Surveillance active des mentions en ligne

Utiliser des outils de veille pour suivre les discussions et les avis sur les plateformes sociales, les forums, les blogs et d'autres canaux pertinents. Cette compétence leur permettra d'identifier rapidement les opportunités de prospection, de répondre aux commentaires pertinents et d'anticiper les problèmes potentiels qui pourraient influencer la perception en ligne.

2 Gestion proactive des Retours Clients

Transformer les commentaires clients en opportunités de vente, en répondant de manière personnalisée, en résolvant les problèmes rapidement, et en mettant en avant les avantages de leurs produits ou services. Cette compétence contribuera à créer une image positive, renforçant ainsi la crédibilité de l'entreprise lors du processus de prospection.

3 Optimisation des profils en ligne

Optimiser les profils en ligne, que ce soit sur les réseaux sociaux, les sites d'avis ou d'autres plateformes. Cela inclut la création de profils complets, la mise en valeur des forces de l'entreprise, et l'utilisation de mots-clés pertinents pour améliorer la visibilité dans les résultats de recherche. Une présence en ligne optimisée favorise une première impression positive auprès des prospects potentiels.

4 Gestion des contenus positifs

Créer du contenu engageant, à partager des témoignages clients, des réussites, et des initiatives sociales ou environnementales, renforçant ainsi l'image positive de l'entreprise. Cette compétence implique également la création de stratégies de contenu qui favorisent la prospection en mettant en avant les avantages concurrentiels.

5 Stratégies de prospection en ligne

Cibler efficacement les prospects via les médias sociaux, à participer à des discussions pertinentes pour leur secteur, et à utiliser des techniques de marketing de contenu pour attirer l'attention des clients potentiels.

DURÉE DE LA FORMATION

Cette formation se déroule sur une période totale de 28h (évaluation comprise).

MODALITÉS ET DÉLAI D'ACCÈS

Inscription via notre convention de formation : au minimum 30 jours avant le démarrage de la session

Si prise en charge par un OPCO : vous devez en faire la demande à votre OPCO un mois avant le démarrage de la session.

Inscription via : contact@adjan.fr

Un test de positionnement est réalisé avant le début de la formation afin de mesurer le niveau des stagiaires.

ACCESSIBILITÉ

La formation est accessible aux personnes en situation de handicap.

Nos intervenants adaptent les rythmes, temps de formations et les modalités pédagogiques en fonction des différentes situations de handicap.

Si vous êtes en situation de handicap, contactez notre référent handicap M. LASVIGNE par mail contact@adjan.fr afin d'adapter au mieux la formation à vos besoins spécifiques.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- ▶ Évaluations formatives : QCM, comptes rendus...
- ▶ Évaluations sommatives : QCM, comptes rendus...
- ▶ Évaluation de satisfaction

MÉTHODES ET SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- ▶ Apport de connaissances, mises en situation
- ▶ Illustration de la formation avec des cas concrets (exemples pratiques tirés notamment des sanctions)
- ▶ Remise d'un support de formation

CERTIFICATION

Une attestation de formation vous sera délivrée à la fin de la formation

EQUIPE PÉDAGOGIQUE



CONTACTS :

03 72 60 60 31
contact@adjan.fr

TARIF :

Le coût de la formation est de : 1120€/HT