

Intégrer une stratégie omnicanal sur Facebook

Niveau 3 - Confirmé

Objectifs

- Synchroniser les événements de votre établissement sur Facebook
- Utiliser Facebook Messenger comme support client
- Synchroniser et vendre vos services et vos produits au travers de Facebook et Instagram Shopping

Bénéfices

- Enrichir sa boîte à outils de bonnes pratiques
- S'adapter aux évolutions de son métier
- Gagner en performance

INFORMATIONS PRATIQUES

Durée :

2 jours - 14 heures

Formats :

Présentiel ou distanciel

Effectif minimum :

2 personnes

Types :

Inter ou intra entreprises

Pré-requis :

- Avoir un ordinateur à disposition équipé
- Avoir une page Facebook de son entreprise et d'un site e-commerce
- Avoir un téléphone portable à sa disposition
- Avoir les identifiants et mots de passe pour la plateforme Facebook
- Avoir différents types de contenus propres à l'entreprise

Public concerné :

- Toute personne souhaitant promouvoir son entreprise au travers des campagnes publicitaires sur Facebook pour atteindre ses objectifs commerciaux

Modalités d'évaluations :

- En début de formation : évaluation des acquis/quizz
- En cours de formation : exercices en situation
- En fin de formation : évaluation des acquis/quizz

Tous nos formateurs sont recrutés via un processus qualité précis.



UN ANCRAGE DES COMPÉTENCES

Sur le long terme.

AVANT

Un questionnaire "état des lieux" pour bien comprendre les besoins et ajuster les contenus.

PENDANT

Des mises en situation et la réalisation d'un plan d'actions.

APRÈS

Un quizz sur les connaissances et les compétences acquises.

TOUJOURS

Un petit livret sur les bonnes pratiques remis à chaque participant.

Programme

Utiliser Facebook pour la promotion de vos événements

Intégrer la rubrique événements à sa page Facebook
Les meilleurs types d'événements à promouvoir
Les stratégies infaillibles à utiliser pour dynamiser vos événements

Humaniser sa relation client grâce à Facebook Messenger

Présentation de l'interface Facebook Messenger
Paramétrez vos réponses automatiques
Facilitez la gestion des messages reçus avec les étiquettes
Soyez réactif : optimisez votre délai de réponse aux messages
Le must : passez au bot messenger

Le Social Commerce sur Facebook & Instagram

Les enjeux du social commerce
Que mettre dans une boutique en ligne ?
Découverte des plateformes Facebook et Instagram Shopping
Création et customisation des différentes boutiques : l'importance du visuel
Pré-visualisation de l'apparence des boutiques

Mesurer sa stratégie omnicanal

Mesurer la réussite de vos événements et l'impact auprès de vos audiences
Analyser sa popularité au travers de sa stratégie relation client
Mesurer l'impact du social commerce

Méthodologie

Apports théoriques et pratiques
Mises en situation