

DÉVELOPPER SES VENTES GRÂCE AUX RÉSEAUX SOCIAUX

NIVEAU : PERFECTIONNEMENT • * Nouveauté

DURÉE : 2 jours - 14 H

Bien utilisés, les réseaux sociaux peuvent être un outil commercial puissant et efficace. Cette formation permettra aux participants de construire une stratégie marketing performante et d'optimiser leurs pratiques.

SESSIONS : Du 12/02/2026 au 13/02/2026

TARIF ENTREPRISE : 1000 € HT — TARIF PARTICULIER : 720 € TTC — TARIF INTRA : Nous consulter

OBJECTIFS

- Utiliser les réseaux sociaux de façon optimisée et sur-mesure
- Construire un plan marketing digital adapté à son budget
- Définir des objectifs chiffrés de visibilité, de ventes, et les atteindre
- Gérer les résultats obtenus en continu, et adapter sa communication en direct

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Éléments de méthodologie pour appliquer concrètement sa stratégie et l'adapter à ses moyens.
- Nombreux ateliers de mise en pratiques.
- Apports théoriques
- Études de cas à partir des expériences des participant·es
- Travail individuel et travail de groupe
- Mises en situation
- Echanges personnalisés avec le formateur ou la formatrice

- Prestataires de services dans les domaines du livre ou de l'écrit
- Chargé·es d'organisation d'évènements ou de communication dans la culture

Si vous vous identifiez comme une Personne en Situation de Handicap : afin de bien vous recevoir, contactez notre équipe à l'adresse formations@fontaineolivres.com pour évaluer ensemble les adaptations et accessibilités nécessaires pour participer à notre formation.

PRE-REQUIS

Avoir des produits ou des services à vendre sur les réseaux sociaux

PROGRAMME

JOUR 1

I. Les outils à disposition

- Les Réseaux Sociaux (Facebook et Instagram) : leurs différences, leurs spécificités et leurs publics

FORMATEUR

Un·e professionnel·le expert·e en stratégie digitale et en communication web, également professionnel·le de l'édition

PUBLICS

- Chargé·es de communication dans le domaine de l'édition

- La Newsletter : choisir la bonne formule adaptée à ses besoins
- Le fonctionnement des algorithmes et les offres payantes des différents médias
- Analyser les données pour améliorer ses pratiques

II. Analyse des cas pratiques des participant·es

> Exercice pratique : Faire l'état des lieux de sa propre communication sur les Réseaux Sociaux :

- Le budget alloué
- Les moyens déployés
- Le temps consacré
- Les publics visés

> Étude de cas : exemples de campagnes de communication réussies

JOUR 2

III. Construire la stratégie marketing de son projet

- Se fixer des objectifs réalistes et trouver le moyen de les atteindre
- Cibler son audience
- Concevoir des campagnes de publications adaptées aux spécificités de chaque réseau social
- Par quoi commencer et à quel rythme ? Comment fidéliser son audience ?
- Quel budget investir dans sa communication et comment le répartir
- Penser la conception de son site marchant pour optimiser les ventes
- Concevoir son calendrier de publication
- > Exercice pratique : chaque participant·e élaboré la stratégie marketing adaptée à son projet

IV. Valoriser sa communication à long terme

- Analyser ses résultats grâce aux outils de veille et statistiques
- Ajuster en continu ses campagnes de communication
- Réinvestir son budget afin de capitaliser sur ses gains d'audience
- Recueillir les adresses mails et les faire fructifier grâce à la newsletter
- Développer des partenariats

MODALITES PÉDAGOGIQUES

- Salle équipée d'un vidéoprojecteur - Internet haut débit.
- Nb : il est préférable d'amener son propre ordinateur portable. Nous pouvons en fournir un sur demande (coût additionnel : 20€ HT).
- En présentiel/en visioconférence

SUPPORTS / DOCUMENTATIONS

- Boîte à outils & liste de ressources
- Supports théoriques
- Documents de travail issus d'exemples concrets
- Bibliographie, sitographie, institutions utiles

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Auto-évaluation par relevé d'acquis de compétences
- Quizz, études de cas, travaux pratiques, mises en situation