

PROGRAMME : IMPLIQUER SES CLIENTS DANS L'ÉVOLUTION DE SES PRODUITS ET SES SERVICES

▶ REFERENCE : 3-A

▶ OBJECTIFS DE FORMATION

- Créer et diffuser des contenus à l'attention des clients, prospects et partenaires pour engager un dialogue constructif sur l'évolution des produits/services de l'entreprise
- Identifier les outils et plateformes les plus pertinents pour publier du contenu
- Comprendre la dynamique du partage et de la co-création
- Gérer la relation client en ligne pour anticiper les crises
- Se différencier de sa concurrence grâce au contenu
- Créer du lien avec ses prospects, clients et partenaires

▶ PUBLICS CONCERNES

Personnel de direction salarié
Personnel d'encadrement (responsable projet...)
Personnel des fonctions commerciales et communication

▶ PRE REQUIS Aucun

▶ DUREE 7 heures en présentiel : INTER ou INTRA

1 journée soit 7 heures + 1 heure de visioconférence à 45 jours du stage + un accès à la plateforme collaborative à 3mois

▶ INTERVENANT

Consultant en relation client et marketing digital, 20 ans d'expérience.

▶ ATOUTS +

- Chaque participant repart avec un plan d'action pour une mise en application immédiate
- Possibilité d'interagir avec le formateur suite à cette journée

▶ PROGRAMME DETAILLE

Se lancer dans la publication de contenu pour susciter l'intérêt et les échanges

- Utiliser le fonctionnement de Google, les usages des internautes et l'importance des réseaux sociaux
- S'inscrire dans une démarche collaborative tout en valorisant l'expertise de l'entreprise
- Rédiger un article efficace : astuces et bonnes pratiques
- Elaborer un planning éditorial et diversifier les contenus grâce aux plateformes de création et d'hébergement
- Partager du contenu autre que celui de l'entreprise : les règles.

Exploiter les réseaux sociaux avec méthode

- Mobiliser son réseau et se lancer dans le social selling
- Sélectionner les réseaux sociaux pertinents en fonction de sa cible
- Créer des comptes, profils et pages efficaces
- Faciliter la publication et optimiser le temps passé grâce aux outils dédiés
- Identifier et solliciter les influenceurs

Elaborer sa stratégie

- Entrer dans un processus de co-création avec ses prospects et clients grâce au marketing de l'engagement
- Générer des leads et automatiser la relation commerciale
- Utiliser la viralité, l'image et la vidéo
- Gagner en notoriété grâce aux ambassadeurs et influenceurs
- Publier une étude récurrente pour devenir un acteur incontournable de son secteur d'activité
- Planifier la fréquence de la démarche et programmer des actions phares sur l'année
- Evaluer les résultats grâce aux statistiques et optimiser ses actions menées

Prévoir la gestion des commentaires

- Connaître les règles en vigueur concernant la diffamation sur internet : notions de droit, délai de prescription, recours
- Paramétrer une veille et des alertes pour être notifié des publications à son sujet
- Gérer la relation client en ligne : modération des avis/commentaires

▶ METHODES, FILMS ET SUPPORTS PEDAGOGIQUES

- Pragmatique, opérationnelle, interactive.
- Exercices pratiques et études de cas
- Intégration des dernières tendances du marketing digital

▶ MODALITES D'EVALUATION

- Test amont
- Test final
- Remise d'une attestation de compétences en fin de formation