



UTILISATION DES RÉSEAUX SOCIAUX POUR UN COMMERCE DE DÉTAIL ALIMENTAIRE 1J

- PRÉSENTIEL -



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Comprendre les avantages des réseaux sociaux pour un commerce de détail alimentaire.
- Créer et optimiser des profils sur les principales plateformes (Facebook, Instagram, etc.).
- Publier du contenu attractif pour engager et fidéliser une audience locale.
- Utiliser les outils de publicité pour accroître la visibilité du commerce.



PUBLIC CIBLÉ

- Commerçants
- Responsables de points de vente dans le secteur alimentaire (boulangeries, épiceries fines, primeurs, etc.).



PRÉREQUIS

Aucune connaissance préalable en marketing digital n'est requise.



DURÉE

7 heures (1 jour)



HORAIRES DES SESSIONS

À définir



LIEU DE FORMATION

Sur site client



PRIX (HT)

À partir de 1890 € /jour



CONTENU DU PROGRAMME

1. INTRODUCTION À L'USAGE DES RÉSEAUX SOCIAUX (30 MIN)

- Les bénéfices des réseaux sociaux pour un commerce alimentaire.
- Présentation des principales plateformes adaptées : Facebook, Instagram, et Google My Business.
- Exemples concrets d'entreprises locales réussissant grâce aux réseaux sociaux.

2. CRÉATION ET OPTIMISATION DE PROFILS PROFESSIONNELS (1 H 30)

- Comment créer un compte professionnel sur Facebook et Instagram.
- Optimiser les informations : description, horaires, photos, et logo.
- Conseils pour maintenir une image professionnelle et attrayante.

Atelier pratique :

Création ou optimisation de profils par les participants.

3. ÉLABORATION D'UNE STRATÉGIE DE CONTENU (2 H)

- Identifier les attentes de son audience cible.
- Types de contenus performants : photos de produits, recettes, promotions, et témoignages clients.
- Utilisation des hashtags et géolocalisation pour toucher une audience locale.

Atelier :

Création d'un calendrier éditorial pour le mois suivant.

4. INTERAGIR AVEC SA COMMUNAUTÉ (1 H)

- Techniques pour répondre aux commentaires et messages privés.
- Gérer les retours clients, y compris les avis négatifs.
- Fidélisation grâce aux concours et offres exclusives.

Atelier :

Rédaction de réponses types à des commentaires et avis clients.



5. DÉCOUVRIR LES OUTILS DE PUBLICITÉ (1H)

- Introduction à Facebook Ads et Instagram Ads.
- Créer une campagne publicitaire simple : choisir son objectif, définir son audience, et fixer un budget.
- Analyser les performances grâce aux statistiques.

Atelier :

Simulation de création d'une campagne publicitaire locale.

6. SYNTHÈSE ET ÉVALUATION (30 MIN)

- Récapitulatif des points abordés.
- QCM d'évaluation des connaissances acquises.
- Échanges sur les premières actions à mettre en œuvre.
- Remise d'une attestation de participation.

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Supports techniques et tutoriels numériques.
- Ordinateurs ou smartphones pour les ateliers pratiques.
- Accès à des exemples de publications et campagnes réussies.

MODALITÉ DE FORMATION

- Présentiel.

MODALITÉS D'ÉVALUATION DES CONNAISSANCES

- Observation continue lors des ateliers pratiques.
- QCM avant et après la formation pour évaluer la progression.

MODALITÉS D'ÉVALUATION DE L'APPRÉCIATION DES PARTICIPANTS

- Attestation de participation délivrée à la fin de la formation.
- Questionnaire de satisfaction remis en fin de session.

-> Ce programme de formation est volontairement généraliste. Un audit sera effectué par le formateur afin de fixer les dates et horaires de la formation et de construire un programme «sur mesure» adapté à vos besoins spécifiques.
Ce plan de cours «sur mesure» permettra également d'établir la liste des éventuels achats à effectuer et du matériel qui sera nécessaire au bon déroulement de la formation.

NOTE : Si vous, ou l'un(e) de vos salarié(e)s, est une personne en situation de handicap, merci de contacter notre référent handicap, Mr Rudy Cohen à l'adresse mail : referenthandicap@kalyane.com

