

## Comment acquérir des clients sur les réseaux sociaux quand on est une TPE ?

### Objectifs :

Comprendre l'importance de la gestion de l'e-réputation pour les TPE. Apprendre à cibler efficacement les zones géographiques et les plateformes sociales adaptées à votre typologie de clients. Découvrir les spécificités de chaque réseau social pour maximiser vos ventes. Mettre en place une stratégie de contenu vidéo pour obtenir plus de trafic et d'attention. Utiliser les bons outils pour surveiller les tendances et créer du contenu pertinent. Exploiter les fonctionnalités des réseaux sociaux comme les posts collaboratifs, les canaux de discussion privés, et les stories à la une.

### Date et durée :

Jeudi 10 octobre 2024 de 9h à 12h (3h avec pause de 10 mn à 10h30), en distanciel synchrone via le logiciel Zoom (un lien de connexion vous sera envoyé 48h avant le début de la formation).

### Prix par personne :

- Adhérent de France Gestion : 0 €
- Non-adhérent de France Gestion : 100 € HT

**Public concerné :** Adhérents de France Gestion, dirigeants de TPE

**Intervenant :** Nicolas MARCILLAUD, fondateur de Toolbox, société de gestion des médias sociaux

### Pré-requis :

Aucun

### Moyens techniques et pédagogiques :

#### Techniques

- Accès à une plateforme de visioconférence Zoom après envoi d'un lien et d'un code de connexion

#### Pédagogiques

- Etudes de cas concrets
- Exposés théoriques
- Conseils pratiques
- Mise à disposition en ligne de supports à la suite de la formation

### Moyens avant la formation :

Un questionnaire d'analyse des besoins et d'évaluation des acquis avant la formation conçu par l'intervenant et validé par France Gestion sera transmis aux participants avant la formation afin que le formateur s'adapte à leurs attentes et leurs besoins.

### Validation des acquis :

Validation des objectifs de la formation :

#### - Lors du déroulement de la formation

- Quiz sur le savoir présenté

#### - A l'issue de la formation

- Questions orales et réponses
- Quiz d'évaluation des connaissances acquises, résultats et corrigés

### Qualité et évaluation de la formation :

- Un questionnaire d'évaluation (lien Google Forms) sera remis à chaque participant à la fin de la formation pour mesurer le niveau de satisfaction au regard des attentes.

**Organisme Mixte de Gestion Agréé** de membres de l'Ordre des Experts-Comptables  
Association loi du 1<sup>er</sup> juillet 1901 - Numéro d'identification 102755 - Siret : 312 449 226 00041

**Organisme de formation** n°11 75 409 14 75

Siège : 50 ter, rue de Malte - 75540 Paris Cedex 11 - Tél : 01 43 14 40 50 - Mél : paris@france-gestion.fr  
38 rue des Etats Généraux - 78000 Versailles – Tél : 01 39 07 49 00 – Mail : versailles@france-gestion.fr

[www.france-gestion.fr](http://www.france-gestion.fr)

### Accessibilité :

Si l'un des futurs participants de la formation (ou vous-même si vous êtes le participant) est en situation de handicap, et pour toute question y compris sur l'accessibilité, vous pouvez prendre contact avec notre référent handicap :

- Francis Villos, responsable formation
- [Francis.villos@france-gestion.fr](mailto:Francis.villos@france-gestion.fr) / Tél. 01 39 07 49 15 (ligne directe)

Du lundi au jeudi de 8h30 à 18h00 et le vendredi de 8h30 à 17h.  
Nous vous répondrons sous 48 heures.

### Programme :

#### 1<sup>ère</sup> partie – L'importance de la e-réputation

- Pourquoi une bonne réputation en ligne est cruciale
- Impact des avis et commentaires sur l'image de marque

#### 2<sup>ème</sup> partie – Cibler votre audience et choisir les bonnes plateformes

- Cibler les bonnes zones géographiques
- Choisir les plateformes sociales adaptées à votre typologie de clients
- Optimiser vos ressources pour de meilleurs résultats

#### 3<sup>ème</sup> partie – Stratégies pour acquérir des clients via les réseaux sociaux

- Spécificités de chaque réseau social pour faire des ventes
- Utiliser les médias sociaux pour renforcer la relation client
- Techniques pour encourager les clients à laisser des avis positifs

#### 4<sup>ème</sup> partie – Contenu vidéo et surveillance des tendances

- Importance du contenu vidéo pour attirer plus de trafic et d'attention
- Outils pour surveiller les tendances et créer du contenu pertinent
- Détourner les tendances pour les rapprocher de votre business

#### 5<sup>ème</sup> partie – Outils pertinents pour créer du contenu

- Lumen5 : pour transformer facilement vos articles en vidéos engageantes
- CapCut : pour le montage vidéo rapide et efficace sur mobile
- Jitter : pour créer des animations et des vidéos courtes percutantes
- Canva : pour concevoir des visuels et des vidéos de haute qualité sans compétence en design

#### 6<sup>ème</sup> partie – Fonctionnalités précises des réseaux sociaux

- Posts collaboratifs pour élargir votre audience
- Canaux de discussion privés pour un engagement direct
- Stories à la une pour maintenir l'intérêt

#### 7<sup>ème</sup> partie – Cas concrets : avant et après

- Exemple d'une gestion d'e-réputation avant et après optimisation
- Résultats obtenus : plus de commentaires positifs, meilleure image de marque, et augmentation des ventes