



Formation social commerce

Les réseaux sociaux ne servent plus uniquement à communiquer : ils sont devenus de véritables canaux de vente. Le social commerce transforme les habitudes d'achat en rendant possible l'achat direct sur les plateformes sociales, sans quitter son fil d'actualité.

Cette formation vous accompagne dans la conception d'une stratégie efficace de social commerce. Vous apprendrez à identifier les bons leviers, à créer des contenus performants, à choisir les formats adaptés à chaque plateforme et à mesurer les résultats de vos campagnes.

Grâce à des études de cas et des ateliers pratiques, vous repartirez avec un plan d'action sur mesure, prêt à activer sur vos canaux sociaux.

DURÉE : à partir de 1 jour,
sur-mesure

TARIF : nous consulter,
prise en charge OPCO



OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux du social commerce et ses leviers
- Créer des campagnes orientées vente sur les réseaux sociaux
- Structurer un parcours client fluide et simplifié
- Adapter sa communication aux spécificités de chaque plateforme
- Piloter les performances et optimiser le retour sur investissement

POUR QUI ?

- Responsables marketing et communication
- Chargé(e)s de e-commerce ou de réseaux sociaux
- Entrepreneurs et dirigeants de marques digitales
- Toute personne souhaitant utiliser les réseaux sociaux comme canal de vente

PROGRAMME

Comprendre le social commerce

- Définition, enjeux et tendances clés
- Différences entre social media et social commerce
- Nouveaux comportements d'achat en ligne
- Écosystème Paid / Owned / Earned Media

Créer du trafic qualifié

- Choisir les bons leviers d'acquisition
- Utiliser les marketplaces et comparateurs
- Intégrer la géolocalisation et le remarketing
- Élaborer un plan de média planning efficace



Vendre sur les réseaux sociaux

- Les fonctionnalités d'achat intégrées
- Création de contenus adaptés
- Simplifier le parcours d'achat via les plateformes

Construire une stratégie de campagnes

- Définir des objectifs clairs : notoriété, trafic, conversion
- Cibler les bonnes audiences selon les plateformes
- Décliner les messages et visuels selon les formats
- Créer un planning éditorial et un plan d'animation commerciale

Piloter et mesurer les performances

- Mettre en place les bons indicateurs (KPI) : taux de clic, conversion, ROI
- Suivre l'évolution du trafic, des ventes et de l'engagement
- Utiliser le test & learn pour ajuster les campagnes
- Créer un tableau de bord de suivi personnalisé

DATE

Contactez-nous pour organiser une session sur-mesure