Social Selling – Social Commerce

Description

Ce cours est destiné aux entrepreneurs, chargés de communication, futurs community managers désireux d'apprendre comment identifier des opportunités commerciales et vendre sur les réseaux sociaux. Pendant cette formation les participants apprendront les bases et les principales techniques.

Niveau
Fondamental
Contenu du cours
Module 1 : Les plateformes propices au Social Selling

- Définition et enjeux
- LinkedIn, état des lieux du Social Selling
- Twitter, état des lieux du Social Selling
- La mise en place, et l'animation des réseaux
- Exercice / Projet

Module 2 : Les plateformes propices au Social Commerce

- Définition et enjeux
- Facebook, état des lieux du Social Commerce
- Instagram, état des lieux du Social Commerce
- La mise en place, et l'animation des réseaux
- Quizz de connaissances

Documentation

- Support de cours numérique

Profils des participants

- Chargés de communication
- Marketing Managers
- Chefs d'entreprise

Connaissances Préalables

- Connaissances de base de navigation internet

Objectifs

- Définir une stratégie de social selling et de social commerce
- Connaître les principes de bases, les différentes plateformes qui s'y prêtent

Prix de l'inscription en Présentiel (CHF)
700
Prix de l'inscription en Virtuel (CHF)
650
Durée (Nombre de Jours)

© Copyright ITTA – Tous les contenus sont protégés par le droit d'auteur.

1
Reference
DM-SE

© Copyright ITTA – Tous les contenus sont protégés par le droit d’auteur.