



Maîtriser sa marque et Réseaux Sociaux

Formation en présentiel

*« Réussir la commercialisation directe
de votre établissement ! »*

Site internet : <http://www.red-academie.com/>

MAÎTRISER SA MARQUE & RESEAUX SOCIAUX

Réussir la commercialisation directe de votre établissement

Public visé

Chefs d'entreprises, exploitants, directeurs d'hôtels, directeurs de restaurants, responsables, commerciaux.

Objectifs

Déposer son nom commercial et contrôler sa visibilité sur internet (Fiche Google MyBusiness, Facebook, Yelp! & autres sites d'avis...), mise en place d'outils de veille, recommandations sur des mises en situation.

Prérequis

Avoir une marque commerciale et dépendre en partie de sa visibilité sur internet et les réseaux sociaux pour commercialiser son établissement.

Méthodologie pédagogique

Une pédagogie pratique et participative axée sur des exemples concrets, mise en situation et exercices pratiques

Déroulement du stage

Apports théoriques et méthodologiques Ateliers pratiques (sur les cas des participants) Supports visuels, supports pédagogiques pour chaque participant

Formateur : Loukas Stoltz

Issu du produit hôtelier, Loukas est un jeune formateur passionné et dynamique qui met en œuvre ses connaissances au service des entreprises.

Tout au long de sa formation, il a l'occasion de travailler dans de la restauration collective (Groupes Leader sur le marché), dans la cuisine d'une grande table du monde, dans l'ouverture d'une boutique Hôtel 4* à Paris, avant de se spécialiser dans le numérique et la e-commercialisation.

Son stage d'année de Master, encadré par Thomas Yung, le conforte et lui apporte les analyses, la méthodologie et les outils indispensables au numérique, il se fait par la suite débaucher par une grande agence digitale dans le Jura (Leader sur le Marché de la restauration/de l'hôtellerie, société dirigée par des MOF) en tant que formateur où il passe 1 an à former près de 150 stagiaires à travers la France.

Il se met à son compte en novembre 2016.

Il soustrait à ce jour pour une agence familiale Parisienne (avec 1/3 des hôtels Parisiens), dans la qualité et l'innovation du SEO et SEA des sites internet.

Loukas est diplômé par les formations - Google Digital Active, Pour les Pros with Google, Google Partner

Modalités

Durée du stage : 2 jours (14 heures), Généralement de 9h30 à 17h30 avec une pause d'une heure pour le déjeuner.

Il est préférable que les stagiaires soient équipés d'un ordinateur portable

La salle doit posséder une connexion à internet wifi pour le formateur et les stagiaires ainsi que d'un vidéoprojecteur.

Les stagiaires devront venir avec leur code d'accès à leurs plateformes de réseaux sociaux (Google, Facebook,



Twitter, LinkedIn, Instagram...)

Formation disponible en présentiel intra et inter entreprise.

La formation peut avoir lieu chez le client ou dans une salle louée pour l'occasion.

Suivi de l'exécution

Les stagiaires devront attester de leur présence en signant la feuille de présence qui sera remise à l'organisme de formation.

Appréciation des résultats

Un formulaire d'évaluation devra être rempli par le stagiaire en fin de formation. Ce document permet d'apprécier les compétences et savoir-faire transmis au stagiaire. Une attestation de fin de formation est également remise au stagiaire à l'issue de celle-ci.

PARCOURS PEDAGOGIQUE JOUR 1

Introduction

- On "Brandjack" votre nom !
- Doit-on protéger sa marque ? Quel est le ROI ?
- Qui peut se protéger, comment se protéger, que faire pour garder la maîtrise de sa marque ?
- Quelles sont les autres solutions ?

Google MyBusiness : La solution référencement

- Découverte du Knowledge
- Création d'une fiche Optimisée

Booking et autres distributeurs : Décryptage

- Connaître ses droits pour mieux maîtriser

L'INPI : La solution pour votre business en France

- L'INPI - Définition
- Vérification des modalités et inscription au registre

Comment déclarer/bloquer votre marque

- Google
- Bing
- Facebook
- Les Outils juridiques - Exemple avec avocat et autres recours (DGCCRF...)

La veille de votre e-réputation

- Quels outils pour faire la veille ?
- Comment réagir ?

Google Adwords et Bing Ads

- Une autre solution rentable si bien utilisée et maîtrisée !
- Démonstration et mise en application

Bilan. synthèse

Ce module sert à sensibiliser et à donner les prérequis pour que le stagiaire connaisse ses droits et puisse intervenir sur le BrandJacking. Cela sert notamment à mieux se positionner sur le marché numérique (internet), à garder une meilleure image pour un meilleur contrôle de sa notoriété. Ainsi, le stagiaire sera apte à défendre et récupérer plus de trafic pour optimiser ses ventes en direct.

PARCOURS PEDAGOGIQUE JOUR 2

Introduction

- De plus en plus installé au cœur de la société : le Big-Data et ses données
- Votre fiche est déjà sur Facebook! Récupérez le contrôle
- Nouvelle approche du Cross-Canal

Création de profils et de pages sur les différents outils en fonction de votre besoin

- Présentation, familiarisation et prise en main des outils

Elaborations des visuels simples mais efficaces pour mieux vendre.

- Découvertes de sites bases de données avec des images libres de droits
- Prise en main d'outils et d'applications pour élaborer des visuels attractifs
- Information pratiques sur la diffusion

Mise en place de ligne éditoriale et un planning de publication.

- Création et automatisation d'un planning de publications Facebook
- A la découverte des #Hashtags et création d'un #Hashtag pour votre entreprise

Animer la communauté :

- Comment répondre aux internautes
- Augmenter les likes en préservant votre reach naturel
- Inciter à parler de vous/partager vos publications

Des publicités ciblées pour mieux prospecter :

- Que sont, comment faire des publications sponsorisées qualifiées
- Mise en place de jeux concours

Analyser :

- Comment lire et comprendre les résultats
- Comment évaluer le ROI
- Trouver le meilleur moment pour publier

Veille :

- Comment / Quels sont les outils/technique pour faire de la veille sur ma marque ?
- Quelles sont les sources à suivre pour être tenu informé ?

Bilan. synthèse

Les réseaux sociaux : Canaux pour fidéliser, prospecter, cibler.

Chaque outil a un potentiel de mise en avant votre marque, il est aujourd'hui important de savoir se positionner pour fédérer, lier, informer et correctement réagir sur les réseaux avec sa communauté.

De la même manière que votre site se positionne sur google, les réseaux sociaux contribuent au Cross-Canal de commercialisation, c'est une vitrine en ligne supplémentaire qu'il est primordial de savoir représenter.