

Déployer une Stratégie de Social Selling sur Facebook et Instagram pour le Marché B2C

Lien : https://innov-maroc.com/formation/deployer-une-strategie-de-social-selling-sur-facebook-et-instagram-pour-le-marche-b2c

DURÉE
5 jours (35h)

RÉFÉRENCE
COM112

CATÉGORIE
Prospection Digitale, Social Selling et Vente à Distance

INNOV MAROC

🎯 OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- ✔ Comprendre les principes du Social Selling appliqué au marché B2C
- ✔ Identifier les opportunités commerciales offertes par Facebook et Instagram
- ✔ Définir ses personas et cartographier le parcours d’achat des consommateurs
- ✔ Optimiser ses profils et pages afin de renforcer crédibilité et conversion
- ✔ Construire une stratégie éditoriale adaptée aux comportements des consommateurs
- ✔ Maîtriser les formats de contenu permettant de développer visibilité et engagement
- ✔ Identifier et qualifier les prospects à partir des interactions sociales
- ✔ Transformer les conversations sur Messenger et Instagram en opportunités commerciales
- ✔ Intégrer contenu organique, publicité et outils de suivi dans une stratégie cohérente
- ✔ Mesurer les performances et optimiser continuellement la génération de leads et les conversions

👥 POUR QUI ?

- ✔ Commerciaux B2C
- ✔ Conseillers commerciaux et vendeurs
- ✔ Business Developers orientés B2C
- ✔ Responsables commerciaux et Sales Managers
- ✔ Community Managers
- ✔ Social Media Managers
- ✔ Responsables marketing digital
- ✔ Entrepreneurs et dirigeants de PME
- ✔ E-commerçants et responsables de boutiques en ligne
- ✔ Responsables acquisition et génération de leads
- ✔ Chargés de clientèle et Customer Success Managers
- ✔ Professionnels souhaitant développer leurs ventes B2C grâce à Facebook et Instagram

INNOV MAROC



Programme détaillé

1 / Comprendre les fondamentaux du Social Selling B2C

- Comprendre le rôle de Facebook et Instagram dans le parcours d’achat
- Identifier les différences entre visibilité, engagement, prospection et conversion
- Définir les objectifs commerciaux d’une stratégie Social Selling

2 / Définir son persona et son parcours d’achat

- Identifier les profils, besoins, motivations et freins des consommateurs
- Cartographier les différentes étapes du parcours client
- Adapter les contenus et messages aux différents niveaux de maturité

3 / Optimiser sa présence commerciale sur Facebook et Instagram

- Optimiser les profils, pages, biographies et informations commerciales
- Construire une identité visuelle cohérente et professionnelle
- Mettre en place des points de contact facilitant la conversion

4 / Construire une stratégie de contenu B2C

- Définir les piliers éditoriaux et le calendrier de publication
- Créer des contenus éducatifs, inspirationnels, démonstratifs et commerciaux
- Adapter les formats : Reels, Stories, carrousels, vidéos et publications

INNOV MAROC

5 / Développer l’engagement et la communauté

- Créer des contenus favorisant commentaires, partages et interactions
- Utiliser les Stories, sondages, questions et contenus interactifs
- Transformer une audience passive en communauté engagée

6 / Prospecter avec Facebook et Instagram

- Identifier les prospects à partir des interactions et signaux d’intérêt
- Utiliser les commentaires, messages privés et interactions comme points d’entrée
- Construire des séquences de conversation naturelles et non intrusives

7 / Transformer les conversations en ventes

- Qualifier les besoins du prospect à travers le messaging
- Répondre aux objections et présenter une offre adaptée
- Construire un parcours allant du premier contact jusqu’à la conversion

8 / Exploiter les fonctionnalités commerciales et publicitaires

- Utiliser les fonctionnalités adaptées au commerce social et à la génération de leads
- Comprendre le rôle des campagnes sponsorisées dans une stratégie Social Selling
- Coordonner contenu organique, publicité et actions commerciales

9 / Automatiser et professionnaliser le suivi commercial

- Organiser les prospects, conversations, relances et opportunités
- Utiliser CRM, outils de messagerie et automatisations lorsque cela est pertinent
- Mettre en place des règles de suivi permettant d’éviter les prospects oubliés

10 / Mesurer et optimiser la performance

- Définir les KPI : portée, engagement, leads, conversations, conversion et chiffre d’affaires
- Identifier les contenus, audiences et messages les plus performants

INNOV MAROC

- Construire un plan d’amélioration continue de la stratégie Social Selling B2C

Approche pédagogique

- Support Ecrit et Projection
- Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- Brainstorming et Jeux de Rôle
- Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- Test de Validation des Acquis des Connaissances

Prochaines dates programmées

12 au 18 Jan. 2027	Présentiel - Casablanca
08 au 12 Mars 2027	Présentiel - Casablanca
03 au 07 Mai 2027	Présentiel - Casablanca
28 Juin au 02 Juil. 2027	Présentiel - Casablanca
23 au 27 Août 2027	Présentiel - Casablanca

Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

Réservation & Renseignements

Téléphone : +212 522 247 210
Email : contact@innov-maroc.com
Web : https//www.innov-maroc.com

INNOV MAROC

INNOV MAROC — Tous droits réservés