



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**

🎯 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



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

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

- 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

 02 au 06 Nov. 2026

 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>

Document généré le 12/10/2026 — Réf : COM112

INNOV MAROC — Tous droits réservés