

CATALOGUE DE FORMATION

Dernière mise à jour : 31 août 2022

Vente Connectée

Faire évoluer la pratique commerciale en centrant vos vendeurs sur le relationnel client et en adaptant la posture de vente aux nouveaux canaux de communication



 19 rue Edouard Vaillant, 37000, Tours

 contact@mongaragedigital.com

 <https://mongaragedigital.com>

 09 70 19 98 79

SIRET 44397844000040 – N° d'agrément 1195063495 – Capital Social 56 660€

Nos parcours de formations adaptés aux métiers de la distribution automobile 100% en ligne*

Possibilité de présentiel sur demande



VENTE CONNECTEE : Schéma directeurs

7h – 1500€* - Directeurs

Elaborer la stratégie phygitale, en repensant les parcours client et définir la conduite du changement nécessaire à la transition aux nouveaux modes de vente connectée



VENTE CONNECTEE : parcours de formation Chef des Ventes– Vendeurs

14h – 784€ - Vendeurs VN/VO/Société, chefs de ventes

Prendre en main le parcours de vente connectée, pratiquer la communication client personnalisée avec les nouveaux outils de communication, mettre en œuvre les pratiques métiers digitaux sur le terrain d'une situation de travail



CONDUITE DU CHANGEMENT : nouveau parcours phygital

35h – 5800€ - Vendeurs VN/VO, chefs de ventes, directeur

*Optimiser la gestion des leads digitaux, formaliser un mode opératoire avec des trames, un process et un pilotage des leads
Identifier les indicateurs de suivi et les modalités*



MULTIMODAUX WESELLER

18h – 1196€ - Vendeurs, chefs de vente, directeur et DG

Accompagner à distance le client dans sa démarche d'achat en ligne de la découverte des besoins jusqu'au jour de la livraison du véhicule, sans rencontrer physiquement le client.



▪ Qui sommes-nous ?

Mon GARAGE DIGITAL, représente l'ensemble des solutions digitales portées par MIDRANGE Group, Entreprise de Services Numériques, expert de la transformation digitale dans le secteur de la distribution automobile et des nouvelles mobilités.

Nous avons choisi **d'allier le conseil, la technologie et les métiers** pour accélérer le changement, créer de la valeur ajoutée et traduire votre projet en performance durable et sérénité de vos équipes.

▪ Notre organisme de formation

Mon GARAGE DIGITAL accompagne les professionnels du secteur dans la digitalisation des métiers et à l'adoption des nouveaux usages.

Démarche qualité : nous sommes certifiées QualiOpi et Datadock, nous répondons donc parfaitement aux critères Qualité, avec une démarche d'amélioration en continue, nous sommes **référéncés aux OPCO de la mobilité sur tout le territoire**.

Références légales :

- Article L6353-1 du code du travail
- Article L6353-8 du code du travail
- Article D6353-3 du code du travail (FOAD)

Délais d'accès : pour toute demande de formation, Mon GARAGE DIGITAL s'engage à vous répondre sous 1 semaine.

▪ L'expertise de notre équipe

Nous sommes des **consultants, formateurs à la transformation digitale, experts des métiers de l'automobile et des usages collaboratifs, et tous certifiés dans leur domaine respectif (design thinking, DPO, communication digitale, Microsoft 365)**.

Notre approche innovante :

- La **co-construction** des nouvelles plateformes collaboratives avec la méthode du Design Thinking
- **L'optimisation** des modes de travail et des nouveaux parcours utilisateurs
- **Les clés de la réussite** basées sur nos retours d'expérience au plus près des métiers

Nos formations sont pratiques et efficaces, avec une adoption des usages immédiate, mesurable et une analyse des impacts métier et de la productivité.

▪ Les modalités de financement

- **Classique** : budget formation de l'entreprise
- **OPCO** : refinancement total ou partiel
- **Dispositif FNE prolongé** : suivant la directive en vigueur de 50 à 70% des frais – Subrogation possible
- **Aides** : subventions accordées par les régions ou l'Europe, ou crédits d'impôts

Nous consulter pour plus d'informations.



Notre accompagnement

▪ Objectifs de l'accompagnement

- Préparer le changement avant de migrer vers ces nouvelles solutions
- Obtenir l'adhésion de vos collaborateurs
- Développer la culture digitale
- Gérer la résistance au changement de vos collaborateurs
- Identifier des ambassadeurs en interne
- Accroître le retour sur investissement de votre projet

▪ État des lieux, analyse & mesures

Avant toute action de formation, nous réalisons **un état des lieux** de votre stratégie numérique, des pratiques professionnelles, de vos outils, des compétences et de votre organisation. Cette analyse nous permet de vous proposer **un parcours de formation sur mesure**, en adéquation avec vos besoins réels.

Nous effectuons également auprès de vos collaborateurs des **mesures d'usages** en amont des formations afin d'identifier les indicateurs clés, de suivre l'évolution des acquis, de mesurer le taux d'appropriation des nouveaux usages à l'issue de la formation et les impacts sur le métier.

▪ Innovation & Conseil

Nous mettons à votre service notre expertise du secteur, des processus métier, des nouveaux outils digitaux et des migrations techniques pour **vous conseiller** tout au long dans votre projet.

Chiffres clés de notre organisme de formation



Un taux de satisfaction de nos formations de

99,93%



+80

Distributeurs accompagnés dans leur transformation digitale



+1500

Collaborateurs formés



Un impact sur l'évolution des pratiques professionnelles évalué par les apprenants à

94,20%



Objectifs professionnels :

- Identifier votre cible
- Elaborer et formaliser un mode opératoire avec des trames, un process, grilles de suivi / Compétences

Session 1 : analyser le parcours client actuel, les écarts et les points amélioration - 3h

- Le parcours client actuel
- Les indicateurs d'activité pour 10 leads, combien de RDV, vente physique et vente connectée
- Les points de friction actuels
- Les leviers de générateur de leads multicanaux

Session 2 : définir sa cible et identifier les impacts métier - 3h

- Les bénéfices comment renforcer l'interaction avec le client ? Le capter au plus tôt ?
- Votre cible : qui sont vos clients ? Quelles sont leurs valeurs et leurs attentes ? Pourquoi vous ont-ils choisi ?
- Votre vision : quelles sont vos valeurs et vos attentes ?
- Vos indicateurs activité/ vente quelles hypothèses de résultats attendus ?
- Les défis à relever : comment se préparer au changement ? Les impacts sur les gestes et postures des vendeurs et les risques opérationnels ? Comment faire évoluer le management de proximité des chefs de vente ?

Session 3 : définir le nouveau parcours phygital pour capter le client au plus tôt et vendre à distance – 1h

- Construction de la stratégie :
- Parcours digital optimisé alliant une gestion de leads BtoC renforcée, une expérience client améliorée et des interactions multicanales

Livrable : Elaboration nouveau parcours phygital et stratégie vente connectée

Référence : MC09010A



Public cible :

- Directeurs



Modalités :

7h (3 sessions collectives)

Groupe de 1 à 6 personnes

Évaluation – cas pratiques, mise en situation de travail

Présentiel sur demande



Livrables :

Attestations

Elaboration nouveau parcours phygital & stratégie vente connectée



Tarif :

1500€/HT
(frais pédagogiques compris)



Prérequis :

- WhatsApp Business (application gratuite)
- Smartphone (idéalement professionnel)
- PC avec webcam ou système vidéo annexe
- Casque audio / écouteurs
- Avoir une plateforme collaborative accessible par métier



Objectifs professionnels :

- Prendre en main le parcours de vente connectée et pratiquer la communication client personnalisée avec les nouveaux outils de communication
 - Appliquer les usages des nouveaux outils de communication de la vente connectée
 - Préparer un rendez-vous vidéo
 - Adapter la structure de son entretien avec le canal vidéo, intégrer les nouveaux codes et les mots clients
 - Adapter sa posture client à ce nouveau mode de communication
 - Développer l'écoute active face caméra
 - Présenter un véhicule en ligne et en direct
 - Mettre en œuvre les pratiques métiers digitaux sur le terrain d'une situation de travail
- **Session 1 : prendre en main et pratiquer les nouveaux usages - 3,5h**
Maîtriser les enjeux, les tenants et aboutissants de la nouvelle présentation phygitalisée
 - Sensibilisation aux bénéfices de la vente connectée (pour les clients, et les vendeurs)
 - Découvrir le parcours de vente connectée : promouvoir la communication à distance et s'entraîner à inviter son client (WhatsApp/Teams/Zoom)
 - Communiquer en direct sur WhatsApp et Teams et repérer les bénéfices client et vendeurs
 - Pratiquer l'invitation de son prospect/client en direct sur WhatsApp avec un message personnalisé et une vidéo de véhicule
 - Pratiquer l'invitation d'un rendez-vous visio en invitant son prospect/client
 - S'entraîner à promouvoir ses nouveaux canaux et inviter son client Réaliser des vidéos de présentation de véhicule à distance
 - Pratiquer les nouveaux outils de communication tels que WhatsApp, Teams et/ou Zoom
Cas pratique métier simplifié
 - **Session 2 : adapter sa posture et sa pratique commerciale à la vente connectée - 3,5h**
S'exercer face caméra
 - Adapter sa posture client aux nouveaux modes de communication
 - Préparer un rendez-vous vidéo
 - Inviter un client à un rendez-vous visio
 - Pratiquer l'introduction d'un rendez-vous vidéo
 - S'entraîner à l'écoute activePrésenter un véhicule en direct à partir de scénarii selon le type de vente
 - Préparer le véhicule et le le scénario de présentation personnalisé
 - S'entraîner à la présentation en direct Live
Cas pratique métier simplifié
 - **Session 3 : pratiquer la vente connectée en direct – 3,5h**
Se préparer et être à l'aise avec les nouveaux usages Teams :
 - Préparer un rdv vidéo : Check list
 - Utiliser les fonctionnalités de partage d'écran tout en échangeant avec le client : Exercices cas pratiquesConfigurer un véhicule en ligne :
 - Développer l'écoute active face caméra pendant la recherche de besoins
 - Présenter un véhicule personnalisé aux besoins du client
 - Configurer avec le client tout en restant maître de l'entretien et intégrer le partage d'écranConclure une vente connectée :
 - Les techniques adaptées au canal visio
 - Programmer une relance téléphonique ou par whatsapp/Teams
 - Négocier en s'appuyant des nouveaux usages
 - Envoyer la proposition en direct sur WhatsApp accompagnée d'une vidéo et des photos
 - **Session 4 : Accompagnement-action à la vente connectée - 3,5h**
 - Mise en situation de l'apprenant à partir de cas pratiques
 - Evaluation et remédiation des acquis et validation du formateur par étape de progression
 - Quiz mesures des acquis et enquête de satisfaction

Livable : guide pratique de la vente connectée

Référence : MC09010



Public cible :

- Vendeurs VN/VO/Société
- Chefs de ventes



Modalités :

14h (4 sessions de 3h30 collective en visioconférence)

Groupe de 6 à 8 personnes

Évaluation – cas pratiques, mise en situation et quiz

Présentiel sur demande



Livrables :

Attestations

Guide de la vente connectée



Tarif :

784€/HT (frais pédagogiques compris)



Prérequis :

- WhatsApp Business (application gratuite)
- Smartphone (idéalement professionnel)
- PC avec webcam ou système vidéo annexe
- Casque audio / écouteurs

Conduite du changement

Optimiser la gestion des leads digitaux, formaliser un mode opératoire avec des trames, un process et un pilotage des leads, Identifier les indicateurs de suivi et les modalités



Objectifs professionnels :

- Optimiser la gestion des leads digitaux
 - Formaliser un mode opératoire avec des trames, un process et un pilotage des leads
 - Identifier les indicateurs de suivi et les modalités
-
- **Diagnostic : Etat des lieux et analyse – 17,5h**
- I. **Phase Leads mystères** (mail, tél, infomédiaire, site internet, autres...)
 - II. **Phase Immersion**
 - Observation des pratiques au sein des équipes de vente BtoC et interview 2 vendeurs
 - Participation au rapport de ventes
 - Interview 2 chefs de vente et mesures des pratiques/accueil/freins :
 - III. **Phase Analyse du consultant**
 - Analyse du parcours client
 - Gestion des leads par les vendeurs : organisation, qualité de traitement, réponses, devenir des leads froids, respect du canal, collecte du consentement (RGPD), suivi des leads, délai de traitement ?
 - Performance et compétences des vendeurs
 - Indicateurs : résultats, taux de conversion Leads... ?
 - Animation des rapports de vente
 - Accompagnement et coaching des chefs de vente
 - Phase Restitution de l'audit et recommandations
-
- **Feuille de route opérationnelle : 3,5h**
- I. **Nouveau parcours Phygital aligné à la stratégie du groupe**
 - Formaliser un mode opératoire avec des trames, un process, grilles de suivi / Compétences
 - Identifier les indicateurs de suivi et leurs modalités
 - II. **Méthodes, process**
 - Identification des leads chauds
 - Qualification des demandes
 - Gestion des consentements
 - Parcours du lead chaud, délai de prise en charge
 - Présentation du véhicule à distance
 - Relation client connectée
 - Collecte des leads froids
 - Relance multicanale, et suivi des leads froids
 - Pilotage des leads et suivi activité (leads chauds/froids, RDV, propositions, vente, facturée)
 - Enrichissement base de données
 - Homogénéisation des discours
 - Personnalisation de l'approche
 - Modèles de réponse
 - Respect des relances client
-
- **Session 1 : Formation Conduite du changement - 7h**
 - Parcours phygital optimisé alliant une gestion de leads BtoC renforcée, une expérience client améliorée et des interactions multicanales
 - Améliorer la gestion des leads de A à Z, renforcer la satisfaction client et augmenter le taux de conversion : vendeurs, chefs de vente
 - **Session 2 : Formation Conduite du changement - 7h**
 - Développer la relation client connectée
 - Présenter les véhicules et Vendre à distance à partir de scénarios modélisés
 - Animer un rapport de ventes tourné "gestion de leads"
 - Coacher son équipe au quotidien
 - Suivre les indicateurs

Référence : MC09012



Public cible :

- Vendeurs VN/VO
- Chefs de ventes
- Directeurs



Modalités :

35h (dont 2 sessions de formation de 7h)

De 4 à 7 personnes

Mesure d'usages - Évaluation – cas pratiques, quiz

Présentiel sur demande



Livrables :

Attestations

Feuille de route opérationnelle



Tarif :

5800€ HT tarif en intra (frais pédagogiques compris)



Prérequis :

- Smartphone (idéalement professionnel)
- PC avec webcam ou système vidéo annexe
- Casque audio / écouteurs
- Connexion internet

Multimodaux Webseller



Accompagner à distance le client dans sa démarche d'achat en ligne, de la découverte des besoins jusqu'au jour de la livraison du véhicule, sans rencontrer physiquement le client.

Objectifs professionnels :

- Accompagner à distance le client dans sa démarche d'achat en ligne
- Pratiquer la gestion de leads digitaux efficacement
- Pratiquer la vente à distance

Module 1 : Séminaire sur la vente digitale - 7h

- Culture digitale renforcée - 1h
- Les techniques de télémarketing pour un RDV réussi- 2h30
- La gestion des leads digitaux - 1h30
- La maîtrise du digital, multimédia - 2h

Module 2 : Pratiquer une gestion de leads digitaux efficace - 3h

Opérer une découverte complète réussi du besoin du client par téléphone / mail / chat ou vidéo
Renforcer les techniques de relation client à distance pour traiter tous les appels / mails / chats
Adapter sa posture face caméra ou par téléphone

- Session pratique en **situation de travail BtoC** (client particulier) - vendeur VN/ VO
- **Ou** session pratique en **situation de travail BtoB** (client professionnel) - vendeur sociétés

Module 3 : Expérimenter sa présence sociale - 4h

Se rendre visible, élargir sa zone de chalandise

Utiliser les techniques de marketing digital pour développer son activité commerciale

Session 1 – Cas pratique et Jeux de rôles :

- Motiver ses clients à vous rejoindre sur les réseaux sociaux
- Faire témoigner ses clients et les tagger avec autorisation lors d'une publications
- Interagir aux commentaires et répondre aux messages

Session 2 : Cas pratique en situation de travail :

- Créer et publier une story sur la plate-forme « Mon Garage Digital » et/ou sur son profil
- Recruter ses abonnés auprès de son réseau et ses clients
- Relayer les jeux concours et les publications de son entreprise, ou de sa marque
- Créer un réel sur Instagram/ TikTok ou Facebook
- Créer une vidéo à partir des outils natifs des réseaux sociaux

Evaluation individuel lors du cas pratique final à partir d'une grille des compétences

Module 4 : La vente à distance - 6h

Accompagner le client jusqu'à la finalisation de la commande, à distance

Renforcer la maîtrise des outils de Visio (WhatsApp Business et Teams/ZOOM)

Maîtriser les méthodes de vente à distance d'un véhicule

Exercices pratiques :

- Réaliser des photos/ vidéos de qualité pour mettre en avant le véhicule au prospect sur Whatsapp
- Vendre un RDV en ligne pour accompagner le client à un rendez-vous Visio (configuration) ou en direct dans le showroom

Cas pratique en situation de travail :

- Configurer un véhicule en ligne avec son client/prospect, sur-mesure sur Teams/Zoom
- Négocier et vendre à distance

Module 5 : Accompagnement digital talent - 7h

Session 1 : Les bonnes pratiques de l'ambassadeur digital (1h)

- Le Personal Branding adapté aux réseaux sociaux
- Les règles à appliquer sur les réseaux sociaux (charte, RGPD...)
- Les outils digitaux au quotidien
- Les techniques d'approche digitale avancées sur internet

Session 2-3-4 : Accompagnement du professionnel en situation de travail : (2*3h)

- Elaborer son Personnel Branding et créer ou optimiser son profil Sur les réseaux sociaux
- Créer et publier un 1^{er} réel « terrain » sur les réseaux sociaux de son entreprise
- Publier un 1^{er} témoignage clients forts des valeurs de son entreprise

Référence : MC09011



Public cible :

- Vendeurs,
- Chefs de vente,
- Directeur et DG



Modalités :

18h dont 2 sessions (format séminaire), et 3 modules de 3 ou 4 heures chacun en distanciel,

De 3 à 6 personnes max

Évaluation – cas pratiques, mise en situation et quiz

Présentiel sur demande



Livrables :

Attestations

Livret d'accueil



Tarif :

1196€ HT / apprenant (frais pédagogiques compris)



Prérequis :

- Connexion internet
- Smartphone (idéalement professionnel)
- PC avec webcam ou système vidéo annexe
- Casque audio / écouteurs
- Stratégie sociale pour son entreprise

Au plaisir d'échanger sur votre projet de mise en place du parcours de vente connectée dans vos concessions



Natacha MONTROT

Directrice du pôle formation et DPO

06.89.83.61.02.

natacha.monrot@mongaragedigital.com

Notre équipe de formation



Elsa VALLÉE

elsa.valee@mongaragedigital.com



Melissa LEFEVRE

melissa.lefevre@mongaragedigital.com



Marion VIGNELLES

marion.vignelles@mongaragedigital.com



MON GARAGE DIGITAL

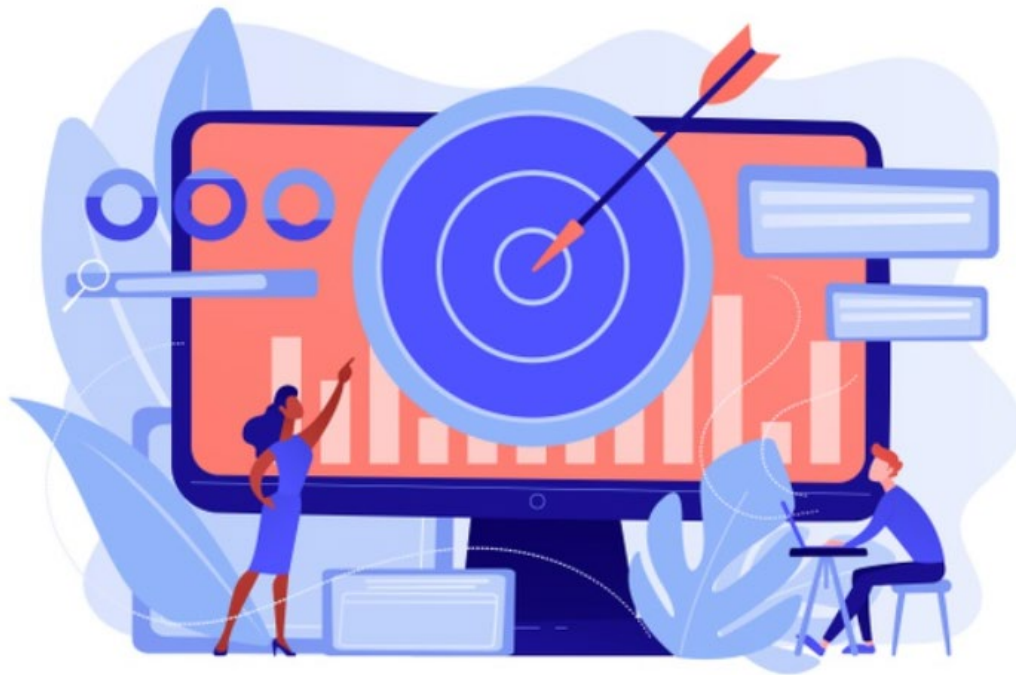
☎ 09 70 19 98 79

CATALOGUE DE FORMATION

Dernière mise à jour : 31 août 2022

Accompagner et créer votre stratégie digitale

Appliquer les missions de communication digitale sur les réseaux sociaux, assurer leur pertinence, mesurer les impacts et les retours sur investissement



 19 rue Édouard Vaillant, 37000, Tours

 contact@mongaragedigital.com

 <https://mongaragedigital.com>

 09 70 19 98 79

SIRET 44397844000040 – N° d'agrément 1195063495 – Capital Social 56 660€

Nos parcours de formations adaptés aux métiers de la distribution automobile 100% en ligne*

Possibilité de présentiel sur demande



Stratégie Social Digital Express

3h30 – 250€ - Responsable marketing, chargé de marketing, responsable relation client, responsable commerce

Définir la stratégie d'optimisation des médias sociaux en fonction de vos cibles et stratégies, avant de démarrer sur les réseaux sociaux



Découverte et utilisation de Facebook Business

12h – 600€ - Responsable marketing/communication, chargé de marketing

S'initier aux nouveaux outils de la communication sur les réseaux sociaux et créer une page Facebook entreprise



Expert Facebook

12h – 600€ - Responsable marketing/communication, chargé de marketing

Maîtriser les fonctionnalités les plus avancées de Facebook, pour mieux animer et engager sa communauté et la transformer en intentionnistes automobiles



Accompagnement social media

48h – Forfait mensuel 160€, soit 1920€ annuel - Responsable marketing/communication, chargé de marketing

Appliquer missions de communication digitale sur les réseaux sociaux, assurer leur pertinence et mesurer leurs impacts et les retours sur investissement



Stratégie Sociale

11h – 1850€ - Responsable Marketing, chargé de marketing / communication / digital, ou Community manager

Appréhender et utiliser les mécanismes de la stratégie sociale et Repérer les actions à mener selon les objectifs



Communauté active

11h – 1850€ - Responsable Marketing, chargé de marketing / communication / digital, ou Community manager

Générer de l'engagement avec ma communauté, Bâtir une communauté active sur Instagram, Facebook, LinkedIn et Expérimenter les bonnes pratiques d'une présence sociale réussie



Contenus riches Social Media

11h – 1850€ - Responsable Marketing, chargé de marketing / communication / digital, ou Community manager

Créer des images impactantes, Prendre et choisir des photos et Créer des vidéos pour des stories ou une publication adaptée au réseau social et à sa cible



Publicités ADS

4h – 950€ - Responsable Marketing, chargé de marketing / communication / digital, ou Community manager

Gagner en visibilité et en notoriété avec la publicité et Générer des leads



Analyse des KPI

5h30 – 1150€ - Responsable Marketing, chargé de marketing / communication / digital, ou Community manager

Piloter et suivre ses actions de communication digitale, Améliorer votre connaissance de vos cibles et de votre communauté, Mesurer et analyser vos performances sur les réseaux sociaux et optimisez vos actions avec les outils

▪ Qui sommes-nous ?

Mon GARAGE DIGITAL, représente l'ensemble des solutions digitales portées par MIDRANGE Group, Entreprise de Services Numériques, expert de la transformation digitale dans le secteur de la distribution automobile et des nouvelles mobilités.

Nous avons choisi **d'allier le conseil, la technologie et les métiers** pour accélérer le changement, créer de la valeur ajoutée et traduire votre projet en performance durable et sérénité de vos équipes.

▪ Notre organisme de formation

Mon GARAGE DIGITAL accompagne les professionnels du secteur dans la digitalisation des métiers et à l'adoption des nouveaux usages.

Démarche qualité : nous sommes certifiées QualiOpi et Datadock, nous répondons donc parfaitement aux critères Qualité, avec une démarche d'amélioration en continue, nous sommes **référéncés aux OPCO de la mobilité sur tout le territoire**.

Références légales :

- Article L6353-1 du code du travail
- Article L6353-8 du code du travail
- Article D6353-3 du code du travail (FOAD)

Délais d'accès : pour toute demande de formation, Mon GARAGE DIGITAL s'engage à vous répondre sous 1 semaine.

▪ L'expertise de notre équipe

Nous sommes des **consultants, formateurs à la transformation digitale, experts des métiers de l'automobile et des usages collaboratifs, et tous certifiés dans leur domaine respectif (design thinking, DPO, communication digitale, Microsoft 365)**.

Notre approche innovante :

- La **co-construction** des nouvelles plateformes collaboratives avec la méthode du Design Thinking
- **L'optimisation** des modes de travail et des nouveaux parcours utilisateurs
- **Les clés de la réussite** basées sur nos retours d'expérience au plus près des métiers

Nos formations sont pratiques et efficaces, avec une adoption des usages immédiate, mesurable et une analyse des impacts métier et de la productivité.

▪ Les modalités de financement

- **Classique** : budget formation de l'entreprise
- **OPCO** : refinancement total ou partiel
- **Dispositif FNE prolongé** : suivant la directive en vigueur de 50 à 70% des frais – Subrogation possible
- **Aides** : subventions accordées par les régions ou l'Europe, ou crédits d'impôts

Nous consulter pour plus d'informations.



Notre accompagnement

▪ Objectifs de l'accompagnement

- Préparer le changement avant de migrer vers ces nouvelles solutions
- Obtenir l'adhésion de vos collaborateurs
- Développer la culture digitale
- Gérer la résistance au changement de vos collaborateurs
- Identifier des ambassadeurs en interne
- Accroître le retour sur investissement de votre projet

▪ Etat des lieux, analyse & mesures

Avant toute action de formation, nous réalisons **un état des lieux** de votre stratégie numérique, des pratiques professionnelles, de vos outils, des compétences, et de votre organisation. Cette analyse nous permet de vous proposer **un parcours de formation sur mesure**, en adéquation avec vos besoins réels.

Nous effectuons également auprès de vos collaborateurs des **mesures d'usages** en amont des formations afin d'identifier les indicateurs clés, de suivre l'évolution des acquis, d'en mesurer le taux d'appropriation des nouveaux usages à l'issue de la formation et les impacts sur le métier.

▪ Innovation & Conseil

Nous mettons à votre service notre expertise du secteur, des processus métier, des nouveaux outils digitaux et des migrations techniques pour **vous conseiller** tout au long dans votre projet.

Chiffres clés de notre organisme de formation



Un taux de satisfaction de nos formations de

99,93%



+80

Distributeurs accompagnés dans leur transformation digitale



+1500

Collaborateurs formés



Un impact sur l'évolution des pratiques professionnelles évalué par les apprenants à

94,20%

Stratégie Social Digital « express »

Définir la stratégie d'optimisation des médias sociaux en fonction de vos cibles et stratégies, avant de démarrer sur les réseaux sociaux



Objectifs professionnels :

- Identifier votre cible Social Media
- Élaborer votre stratégie avant de démarrer sur les réseaux sociaux

I. Votre cible

- Qui sont vos clients ?
- Quelles sont leurs valeurs et leurs attentes ?
- Pourquoi vous ont-ils choisi ?

II. Votre vision

- Quelles sont vos valeurs et vos attentes ?

III. Construction de la stratégie

- Votre persona client
- Vos objectifs stratégiques personnels
- Les indicateurs à mesurer
- Les actions à mettre en œuvre et la charte éditoriale

IV. Les KPI

- Quels indicateurs suivre (qualitatifs/quantitatifs) ?
 - Taux de leads
 - Taux de clics
 - Taux de trafic généré
 - Taux de participation aux événements
 - Taux de recommandation etc.

Cas pratique : élaboration de la stratégie Social Digital de votre entreprise

Référence : MC06SD001B



Public cible :

- Responsable marketing
- Chargé de marketing
- Responsable relation client
- Responsable commerce



Modalités :

3h30 en classe virtuelle

De 2 à 6 personnes

Évaluation – Quiz et cas pratiques



Livrables :

Stratégie social digital de votre entreprise



Tarif :

250€/HT par apprenant
(frais pédagogiques compris)



Prérequis :

- Disposer des recommandations stratégiques du constructeur concernant l'animation des médias sociaux



Objectifs professionnels :

- Appréhender les principes clés des médias sociaux
- Créer une page Facebook entreprise et la configurer
- Sécuriser son compte et paramétrer la confidentialité
- Repérer les différents types de contenus
- Gérer les risques (bad buzz)
- Animer sa page Facebook entreprise et gérer les événements
- S'initier aux publicités et à la gestion des audiences conforme RGPD

Session 1 : initiation

- Les différents types et stratégies de contenus
- L'animation : charte, planning et comité éditorial
Cas pratique : créer les contours de sa charte éditoriale

Session 2 : découverte et prise en main

- Découvrir et utiliser le Facebook Business Manager
- Découverte des publicités : format, cibles, coût, objectifs, ROI
- Générer des leads qualifiés
- Data Compliant RGPD
 - Sécuriser son compte
 - Comment créer/intégrer, gérer mon audience en conformité ?*Cas pratique* : Créer sa page Facebook et son compte Business Manager

Session 3 : stratégie marketing

- Améliorer la notoriété de ma marque grâce aux publicités Facebook
- Créer et partager des expériences en direct
- Créer et gérer des événements
- Mettre en place une stratégie de marketing conversationnel
Cas pratique : créer des publicités

Référence : MC06SD002B



Public cible :

- Responsable marketing
- Responsable communication
- Chargé de marketing



Modalités :

12h (3 sessions de 4h) en classe virtuelle

De 2 à 5 personnes

Évaluation – Cas pratiques



Livrables :

Attestation des acquis

Page Facebook entreprise et publicités



Tarif :

600€/HT
(frais pédagogiques compris)



Prérequis :

- Avoir suivi l'atelier stratégie social digital ou disposer d'une stratégie équivalente



Objectifs professionnels :

- Maîtriser tous les types de publicités
- Définir une stratégie éditoriale claire
- S'initier aux événements pour renforcer le lien avec sa communauté

Session 1 (4h)

- Les différents types et stratégies de contenus
- L'animation : charte, planning et comité éditorial
- Créer de l'engagement avec ma communauté
- Transformer mes contacts offline en audience online

Cas pratiques : créer une audience personnalisée et une audience similaire

Session 2 (4h)

- Maîtriser le nouveau Facebook Business Manager
- Générer des leads qualifiés
- Optimiser le taux de conversion des campagnes (A/B testing, publicités automatiques...)
- Statistiques : comment mesurer l'impact de mes actions Facebook sur les ventes

Cas pratiques : créer des campagnes publicitaires automatiques

Session 3 (4h)

- Améliorer votre connaissance de votre communauté grâce à des techniques de collecte de données
- Créer et partager des expériences en direct
- Créer et gérer des événements
- Mettre en place une stratégie de marketing conversationnel

Cas pratiques : créer deux types d'évènements

Référence : MC06SD002D



Public cible :

- Responsable marketing
- Responsable communication
- Chargé de marketing



Modalités :

12h (3 sessions de 4h) en visioconférence

De 2 à 5 personnes

Évaluation – Cas pratiques



Livrables :

Publicités et audiences



Tarif :

600€/HT
(frais pédagogiques compris)

Possibilité prix intra entreprise



Prérequis :

- Avoir suivi l'atelier stratégie social digital ou disposer d'une stratégie équivalente

Accompagnement à l'application Social Digital

Appliquer des missions de communication digitale sur les réseaux sociaux, assurer leur pertinence et mesurer leurs impacts et les retours sur investissement



Objectifs professionnels :

- Générer des leads qualifiés et créer des audiences correspondant aux profils de mes différentes cibles.
- Créer des publications engageantes et générer de l'engagement avec ma communauté
- Créer des sondages avec les outils de Social Media de différentes manières
- Développer la présence qualifiée de mes JPO et diffuser en Live les événements d'entreprise
- Améliorer la notoriété de la marque et générer du trafic en concession
- Optimiser le taux de conversion des campagnes sur les réseaux sociaux
- Créer/optimiser le marketing de contenu et améliorer la connaissance de votre communauté
- Analyser vos performances et optimisez vos actions avec les outils dédiés
- Créer une communauté active sur Instagram
- Converser sur Messenger et automatiser avec le Chat 'bot
- Analyser l'impact de la stratégie en place sur les persona cibles

Session 1 : la génération de leads qualifiés

- Les principes clés des campagnes de prospection sur Facebook
- La création d'audiences correspondant aux profils de mes différentes cibles

Session 2 : l'engagement avec ma communauté

- Les principes clés des campagnes d'interaction avec les publications Facebook et la création de publications engageantes

Session 3 : atteindre mes cibles pour qu'elles participent à mes JPO (campagne interactions)

- Le ciblage optimisé de mes événements JPO
- La création d'événement Facebook pour mes prochaines JPO
- La création d'audiences similaires pour le lancement d'une invitation

Session 4 : faire vivre une expérience

- La diffusion de vos événements à grande échelle avec le Facebook Live
- L'adoption de bonnes pratiques et le choix de l'audience

Session 5 : la notoriété de ma marque

- La visibilité et la notoriété de votre page Facebook
- Une publicité dédiée à la notoriété de votre page
- La création d'un groupe privé associé à votre page

Session 6 : générer du trafic en concession

- La collecte des inscriptions de ma communauté en ligne afin de leur faire profiter d'offres en concession
- La création d'une offre valable uniquement en showroom
- La création d'une offre multicanale

Session 7 : l'optimisation du taux de conversion

- Les principes clés d'une campagne publicitaire dédiée à la conversion en A/B test, afin de comprendre ce qui impacte le mieux votre cible

Session 8 : le marketing de contenu diversifié

- Le briefing de contenu
- Les solutions proposées par Facebook pour améliorer la diversité et la qualité de votre contenu
- Les formats/types de publication adoptés selon les objectifs ?

Session 9 : ma communauté digitale sur les réseaux sociaux

- La connaissance qualifiée de vos cibles et de votre communauté et les formulaires afin de collecter des données

Session 10 : la conversation digitale sur les réseaux

- L'automatisation des réponses sur Messenger
- La stratégie Messenger : le choix des campagnes optées selon le marketing conversationnel ?
- Les campagnes destinées à discuter avec vos cibles
- Les messages sponsorisés et le chat bot pour automatiser les échanges et mieux servir votre communauté

Session 11 : Facebook Analytics

- L'analyse de votre performance des publications organiques et publicitaires
- L'impact de la stratégie en place sur les persona cibles

Session 12 : la communauté active sur Instagram

- Les publications attractives et engageantes
- La conversation avec vos cibles sur Instagram
- Le paramétrage des "réponses rapides"

Référence : MC06SD003



Public cible :

- Responsable marketing
- Chargé de marketing
- Responsable relation client
- Responsable commerce



Modalités :

48h (4h/mois sur 12 mois) en classe virtuelle

Individuel ou en comité de 3 personnes

Évaluation – Cas pratiques à chaque session



Livrables :

Comptes-rendus des sessions et guides pratiques



Tarif :

160€/HT mensuel, soit 1920€ annuel
(frais pédagogiques compris)

Divisible par apprenant



Prérequis :

- Avoir suivi la Formation Découverte Social Digital



Objectifs professionnels :

- *Appréhender et utiliser les mécanismes de la stratégie sociale*
 - *Repérer les actions à mener selon les objectifs*
 - *Définir une ligne éditoriale à partir de la stratégie existante*
 - *Élaborer un plan d'action efficace par persona sur le principe « inspirer, capter, convertir »*
-
- **Diagnostic : analyse des mesures d'usages et besoins spécifiques de formation**
 - Positionnement dans le parcours de formation post-diagnostic d'un état des lieux des acquis et des mécanismes en place (site web, réseaux sociaux...)
-
- **Session 1 : les mécanismes de la stratégie sociale**
 - Rappel des mécanismes clés d'une stratégie sociale efficace par persona
Exemple type dans la distribution automobile
 - Elaboration d'une ligne éditoriale à partir de la stratégie d'entreprise
Cas pratique
ADN, piliers de communication, panorama de la stratégie sociale, tonalité
 - Elaboration d'un plan d'action efficace par persona
Entraînement à partir d'un profil client et 1 ou 2 objectifs définir
Élaboration d'un plan d'action Social Media par cible
Les actions selon le principe « inspirer, capter, convertir »
Les objectifs
Le choix des indicateurs à suivre
Les piliers de contenus et sa ligne éditoriale
Le rétroplanning
Les budgets
 - Quiz de connaissance
Mécanisme d'une stratégie sociale opérationnelle
-
- **Session 2 : Action accompagnement du professionnel**
 - Définir les enjeux et les objectifs d'une stratégie sociale pour son entreprise
 - Elaboration d'une ligne éditoriale à partir de la stratégie d'entreprise
 - Elaboration d'un plan d'action efficace par persona
Élaboration d'un plan d'action Social Media par cible
Les actions selon le principe « inspirer, capter, convertir »
Les objectifs
Le choix des indicateurs à suivre
Les piliers de contenus et sa ligne éditoriale
Le rétroplanning
Les budgets
 - Evaluation à partir d'un modèle en situation de travail
Mécanisme d'une stratégie sociale opérationnelle pour un persona

Référence : MC06SD08



Public cible :

- Responsable marketing,
- Chargé(e) marketing/digital,
- Community manager



Modalités :

11h (en classe virtuelle) dont
4h30 de diagnostic préalable

De 1 à 4 personnes

Évaluation – cas pratiques, Guide
stratégie sociale

Quizz



Livrables :

Attestations

Livret d'accueil



Tarif :

1850€ HT en tarif intra (frais
pédagogiques compris)



Prérequis :

- Connexion internet
- Smartphone (idéalement professionnel)
- PC avec webcam ou système vidéo annexe
- Casque audio / écouteurs
- Stratégie sociale pour son entreprise



Objectifs professionnels :

- Générer de l'engagement avec ma communauté
 - Bâtir une communauté active sur Instagram, Facebook, LinkedIn
 - Expérimenter les bonnes pratiques d'une présence sociale réussie
-
- **Diagnostic : analyse des mesures d'usages et besoins spécifiques de formation**
 - Positionnement dans le parcours de formation post-diagnostic d'un état des lieux des acquis et des mécanismes en place (site web, réseaux sociaux...)
-
- **Session 1 : les techniques pour bâtir une communauté active**
 - Le recrutement des abonnés
Les méthodes et actions d'acquisition de nouveaux abonnés
Exercice pratique : Une campagne d'acquisition d'abonnés pour son entreprise
 - L'engagement
Les actions pour fédérer sa communauté
Les bonnes pratiques pour engager ma communauté :
 - Les campagnes d'interaction destinées à discuter avec vos cibles
 - Les publications engageantes
 - La surveillance des mentions et les réactionsLa conversation digitale sur les réseaux sociaux :
 - L'automatisation des réponses sur Messenger
 - Les messages sponsorisés
 - Le chatbot pour automatiser les échanges et mieux servir votre communautéUser Generate Content : la communauté comme créateur de contenu
 - Inciter sa communauté à créer du contenu pour sa marqueSurfer sur les trends (tendances)
 - Utiliser les tendances des différents réseaux sociaux pour réaliser ses contenusExercice pratique : Une campagne d'interaction engageant pour son entreprise
 - L'e-réputation et la modération
Répondre aux avis
Gérer les commentaires négatifs et les « haters »
Quiz
-
- **Session 2 : Action accompagnement du professionnel**
 - Le recrutement des abonnés pour son entreprise
Mise en place d'un jeu concours
Communication et implication de l'équipe de vente
Analyse des KPI et bonnes pratiques
 - L'engagement
Le plan d'actions pour fédérer sa communauté dans son entreprise
Bonnes pratiques à appliquer pour son entreprise :
 - Paramétrage du chatbot pour automatiser les échanges et mieux servir votre communauté
 - Une campagne de User Generate Content : la communauté comme créateur de contenu
 - Une campagne d'interaction engageant pour son entrepriseEvaluation

Référence : MC06SD09



Public cible :

- Responsable marketing,
- Chargé(e) marketing/digital,
- Community manager



Modalités :

11h (en classe virtuelle) dont
4h30 de diagnostic préalable

De 1 à 4 personnes

Exercices pratiques – Quizz

Présentiel sur demande



Livrables :

Attestations

Livret d'accueil



Tarif :

1850€ HT en tarif intra (frais
pédagogiques compris)



Prérequis :

- Connexion internet
- Smartphone (idéalement professionnel)
- PC avec webcam ou système vidéo annexe
- Casque audio / écouteurs
- Stratégie sociale pour son entreprise



Objectifs professionnels :

- Créer des images impactantes
- Prendre et choisir des photos
- Créer des vidéos pour des stories ou une publication adaptée au réseau social et à sa cible
- Utiliser les techniques d'UX Design pour créer et publier du contenu riche sur les réseaux sociaux

- **Diagnostic : analyse des mesures d'usages et besoins spécifiques de formation**
 - Quiz préalable : les sources, outils et méthodes actuelles pour créer des visuels et/ou vidéos
- **Session 1 : Le choix des images et la création de contenu**
 - Le recrutement des abonnés
 - Les images impactantes
 - Composition graphique
 - Rapport texte/image
 - Appréhender les couleurs en cohérence avec son image de marque
 - Les sources médias libres de droit ou payant
 - Exercice pratique :
Création d'un visuel à partir d'un des outils : Canva, Photoshop, Illustrator
 - Prendre et choisir des photos
 - Composition photographique
 - Les bonnes pratiques smartphone
 - Créer du contenu vidéo pour les réseaux sociaux
 - Filmer et monter du contenu vidéo impactant
 - Appréhender les différents formats selon les réseaux
 - Décliner et diffuser les contenus sur différents canaux (instagram, facebook, linkedin, youtube)
 - Adapter sa communication aux différents canaux
 - Exercices pratiques :
Création d'une vidéo avec les outils des réseaux sociaux
 - QUIZ
- **Session 2 : Action-accompagnement du professionnel en situation de travail**
 - Rédiger son storytelling
 - Choix du ou des réseaux sociaux
 - Filmer les prises de vues
 - Monter le contenu vidéo impactant
 - Publier la vidéo
 - Décliner et diffuser les contenus sur différents canaux (instagram, facebook, linkedin, youtube)
 - Adapter sa communication aux différents canaux :
Création d'une vidéo mise en valeur sur les réseaux sociaux
 - Evaluation :
Réaliser une campagne d'interaction et publication engageante intégrant des visuels riches et impactants à partir des outils natifs des réseaux sociaux, pour son entreprise

Référence : MC06SD10



Public cible :

- Responsable marketing,
- Chargé(e) marketing/digital,
- Community manager



Modalités :

11h (en classe virtuelle) dont 4h30 de diagnostic préalable

De 2 à 4 personnes

Exercices pratiques – Quizz

Présentiel sur demande



Livrables :

Attestations

Livret d'accueil



Tarif :

1850€ HT en tarif intra (frais pédagogiques compris)



Prérequis :

- Connexion internet
- Smartphone (idéalement professionnel)
- PC avec webcam ou système vidéo annexe
- Casque audio / écouteurs
- Stratégie sociale pour son entreprise



Objectifs professionnels :

- Gagner en visibilité et en notoriété avec la publicité
- Générer des leads

▪ Diagnostic : analyse des mesures d'usages et besoins spécifiques de formation

- Quiz préalable : quels sont les compétences acquises Facebook ADS ?
- Les différents types de publicité
- Les événements
- Les audiences :
 - Classiques
 - Similaires
 - Personnalisées
- Les Call to action :
 - En savoir plus – redirection vers un site/ une page internet
 - Formulaire collecte données
 - Prise de RDV en ligne
 - Messagerie instantanée...
- Les bonnes pratiques de taux de conversion des campagnes sur les réseaux sociaux
- Le re ciblage à partir d'une source PIXEL (visiteurs d'un site internet)
- Le respect RGPD : les règles, l'application aux réseaux sociaux

Exercices pratiques :

- La création d'une audience personnalisée
- La création d'un formulaire
- Création d'un événement Facebook avec une audience

Evaluation en situation de travail :

- Une publicité avec un call to action pour générer des leads ou du trafic sur le site web

Référence : MC06SD11



Public cible :

- Responsable marketing,
- Chargé(e) marketing/digital,
- Community manager



Modalités :

4h (en classe virtuelle) dont 30 min de diagnostic préalable

De 2 à 4 personnes

Exercices pratiques – Quizz

Présentiel sur demande



Livrables :

Attestations

Livret d'accueil



Tarif :

950€ HT en tarif intra (frais pédagogiques compris)



Prérequis :

- Connexion internet
- Smartphone (idéalement professionnel)
- PC avec webcam ou système vidéo annexe
- Casque audio / écouteurs
- Stratégie sociale pour son entreprise



Objectifs professionnels :

- *Piloter et suivre ses actions de communication digitale*
- *Améliorer votre connaissance de vos cibles et de votre communauté*
- *Mesurer et analyser vos performances sur les réseaux sociaux et optimisez vos actions avec les outils dédiés*

- **Rappel** : comment déterminer un TAG en fonction des différents objectifs suivis ?
- Les UTM pour le tracking
- Vue d'ensemble de toutes les possibilités de collecte de la donnée : Facebook Ads, Google Ads, Facebook Pixel, etc.
- Les bonnes de l'élaboration d'un plan de TAG
- **Exercices pratiques** :
 - Création d'un UTM et positionnement d'un lien
 - Connecter ses sources de données dans Google Analytics
- La création d'un tableau de bord de suivi
 - Créer une représentation graphique des indicateurs de suivi : Data Studio
- **Evaluation en situation de travail**
 - Création d'un tableau de bord Data Studio à partir d'un Template pour son entreprise
- L'analyse de votre performance des publications organiques et publicitaires à partir d'un exemple
- L'analyse d'impact de la stratégie en place sur les persona cibles

Référence : MC06SD12



Public cible :

- Responsable marketing,
- Chargé(e) marketing/digital,
- Community manager



Modalités :

5h30 (en classe virtuelle)

De 2 à 4 personnes

Exercices pratiques – Quizz

Présentiel sur demande



Livrables :

Attestations

Livret d'accueil



Tarif :

1150€ HT en tarif intra (frais pédagogiques compris)



Prérequis :

- Connexion internet
- Smartphone (idéalement professionnel)
- PC avec webcam ou système vidéo annexe
- Casque audio / écouteurs
- Stratégie sociale pour son entreprise

Au plaisir d'échanger sur votre projet de création de stratégie digitale sur les réseaux sociaux



Natacha MONTROT

Directrice du pôle formation et DPO

06.89.83.61.02.

natacha.montrot@mongaragedigital.com

Notre équipe de formation



Elsa VALLÉE

elsa.valee@mongaragedigital.com



Melissa LEFEVRE

melissa.lefevre@mongaragedigital.com



Marion VIGNELLES

marion.vignelles@mongaragedigital.com



MON GARAGE DIGITAL

 09 70 19 98 79