

Prospecter et vendre avec les réseaux sociaux (Social Selling)



DURÉE : 1 jour (7 heures)

TARIF : 490 € H.T.

OBJECTIFS DE CETTE FORMATION :

- Apprendre à définir une stratégie commerciale sur les réseaux sociaux
- Détecter des opportunités commerciales grâce aux réseaux sociaux
- Entrer en contact avec des prospects
- Exploiter les réseaux internet pertinents pour entretenir, animer et développer son réseau relationnel

CONNAISSANCES PRÉALABLES POUR SUIVRE CETTE FORMATION :

- Connaître son offre commerciale et ses cibles
- Connaître les principaux réseaux sociaux (Facebook, Twitter et LinkedIn)

PROFIL DES PARTICIPANTS :

- Tout professionnel en charge de développer une stratégie digitale commerciale (Dirigeants, Responsables et chargés de communication, Responsables et chargés de marketing, Directeurs commerciaux ...)

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES DE CETTE FORMATION :

- 4 à 8 personnes maximum par cours, 1 poste de travail par stagiaire
- Remise d'une documentation pédagogique papier ou numérique pendant le stage
- Les méthodes seront essentiellement actives : études de cas, mises en situations, partages de pratiques et d'expérience.
- Les apports théoriques ou méthodologiques venant en éclairage des expériences.
- Tout au long de la formation, les participants capitaliseront leur réflexion personnelle à travers la construction de leur stratégie de prospection et de vente grâce aux réseaux sociaux.

FORMATEUR DE CETTE FORMATION :

Consultant formateur expert en Digital

MÉTHODES D'ÉVALUATION DES ACQUIS DE CETTE FORMATION :

- Évaluation permanente des acquis sous forme d'exercices de synthèses
- Document d'évaluation de satisfaction
- QCM d'évaluation des acquis de fin de formation ou tests pratiques
- Attestation de formation individuelle
- Attestation de fin de stage

PROGRAMME DE LA FORMATION :

Introduction

- Le contexte 2.0 et les enjeux
- Les nouveaux moyens de communication à l'ère du digital
- Les nouveaux usages
- Les réseaux sociaux, un levier d'acquisition de nouveaux clients

Prospecter et vendre grâce aux réseaux sociaux professionnels

- Qu'est-ce que le social selling ?
- Présentation des différents réseaux sociaux
- L'inbound marketing et stratégie de contenu

Mettre en place une stratégie social media efficace

- Définir les objectifs
- Identifier les cibles (cartographier, organiser et qualifier son réseau professionnel)
- Choisir les réseaux sociaux adaptés
- Construire son identité numérique et définir le bon message
- Organiser le contenu (choix des contenus, organiser sa veille, créer un plan d'actions)
- Planifier et mettre en place les actions pour animer son réseau
- Évaluer pour mesurer l'efficacité de sa stratégie et la faire évoluer