

- Rechercher de façon ciblée de nouveaux prospects
- Analyser des attentes et besoins de vos clients, personnaliser vos offres
- Créer et assurer l'animation et la gestion de votre communauté sur LinkedIn
- Maîtriser les différents leviers de conquête de nouveaux clients
- Se positionner plus efficacement que ses concurrents.
- Optimiser son référencement naturel sur LinkedIn
- Mettre en place des outils de veille pour contrôler sa e-réputation.

Programme

1. INTRODUCTION AU SOCIAL SELLING

- R(e)volution : du Web 1.0 au Web 3.0
- L'entreprise au centre du Web
- Constat sur les nouvelles pratiques commerciales
- Qu'est ce que le social selling ?

2. UTILISER VOTRE COMMUNAUTÉ LINKEDIN POUR IDENTIFIER ET GÉRER VOS PROSPECTS ET CLIENTS

- Introduction à LinkedIn

ATELIER PRATIQUE : Audit de votre compte, de votre profil et de la-les pages entreprise(s)

- Mettre en place une stratégie de visibilité professionnelle gagnante
- Le profil LinkedIn
 - Le profil LinkedIn : les fondamentaux à connaître
 - La création d'un profil LinkedIn à fort impact
 - Les paramètres et options de visibilité sur LinkedIn
 - Ajout de compétences, recommandations, contenu, vidéos, publications...
 - La publication de news sur son profil, les bonnes pratiques
 - La publication d'articles, les bonnes pratiques
 - Se rendre visible sur LinkedIn (Posts, Articles, Groupes, Live...)
 - Optimiser son référencement naturel sur LinkedIn, pour accroître sa visibilité en tête des résultats des moteurs de recherche (Stratégie de mots-clés)
- La page entreprise et la page vitrine sur LinkedIn
 - Création d'une page entreprise
 - Optimisation de la page entreprise
 - Présentation des pages vitrines
 - Administration des pages entreprise
 - Animation éditoriale : les conseils, les bonnes pratiques
 - Publication de post, les bonnes pratiques
 - Créer sa communauté
- Les groupes LinkedIn
 - Création de groupes LinkedIn
 - Administration des groupes
 - Cibler, animer et se faire identifier dans les groupes
- La recherche de bons prospects avec les outils de recherches avancées de LinkedIn
- Développer son réseau :
 - L'intermédiation, l'approche directe
 - Codes et usages des interactions sur LinkedIn
 - Les erreurs à ne pas commettre sur LinkedIn

ATELIER PRATIQUE : Recherches et prospections à partir de problématiques concrètes Identification, au travers de la fonction « recherche » de LinkedIn :

- Des profils et entreprises à cibler en fonction de vos objectifs.
- Apprendre à utiliser les fonctionnalités de LinkedIn, (mise en relation, in-mails ...) pour entrer en contact avec les cibles identifiées.

- Débriefing sur les différentes démarches et les résultats.
- Rappel des « best practices »
- Développer la génération de leads et les conversions
 - La relation client au quotidien sur les réseaux sociaux
 - Développer un réseau de prospects qualifiés
 - Fixer un objectif de base de prospects à constituer
 - Planifier dans son emploi de temps les invitations à envoyer
 - Utiliser des modèles de messages à fort taux d'acceptation
 - Développer un projet de social selling en entreprise
 - Bonnes pratiques pour dialoguer avec son réseau
 - Bonnes pratiques pour interagir son réseau

3. LA PUBLICITE SUR LINKEDIN

- Présentation de l'offre publicitaire de LinkedIn
- Présentation des formats publicitaires
 - Les Texts Ads
 - Les contenus sponsorisés
 - Les vidéos sponsorisés
 - Les outils de génération de Lead
 - Les campagnes de prospection (InMails sponsorisés)
- Paramétrer une campagne publicitaire sur LinkedIn : Les modalités techniques
- Les bonnes pratiques en matière de publicités sur LinkedIn

4. ALLER PLUS LOIN DANS SA PROSPECTION : LINKEDIN SALES NAVIGATOR

- Présentation de l'offre premium Sales Navigator
 - Ciblage multicritères
 - Gestion segmentée de prospects
 - Planification de prospection
 - Accéder à des informations commerciales sur les prospects
 - Connaître les utilisateurs qui consultent votre profil

5. LES KPI DU SOCIAL SELLING

- Mesurer ses actions et analyser les résultats : les KPI du social selling
- Outil Social Selling Index de LinkedIn.

Version 3. Mise à jour le 01/01/2023

© EXPERTISME - Groupe SELECT® 2023 Tous droits réservés. Les textes présents sur cette page sont soumis aux droits d'auteur.

Pré-requis

Un compte LinkedIn

Être muni d'un ordinateur relié à Internet, possédant une caméra, un micro et un haut-parleur.

Points forts de la formation

- Un Audit GRATUIT des actions mises en place précédemment par le stagiaire pour définir un plan d'action personnalisé et sur mesure des éléments existants du client afin d'établir un plan pédagogique de formation sur mesure.
- Votre plan pédagogique de formation sur-mesure avec l'évaluation initiale de votre niveau de connaissance du sujet abordé.
- Des cas pratiques inspirés de votre activité professionnelle, traités lors de la formation.
- Un suivi individuel pendant la formation permettant de progresser plus rapidement.
- Un support de formation de qualité créé sur-mesure en fonction de vos attentes et des objectifs fixés,

permettant un transfert de compétences qui vous rende très rapidement opérationnel.

- Les dates et lieux de cette formation sont à définir selon vos disponibilités.
- Animation de la formation par un Formateur Expert Métier.
- La possibilité, pendant 12 mois, de solliciter votre Formateur Expert sur des problématiques professionnelles liées au thème de votre formation.
- Un suivi de 12 mois de la consolidation et de l'évolution de vos acquis.

Approche Pédagogique

L'approche pédagogique a été construite sur l'interactivité et la personnalisation : Présentation illustrée et animée par le Formateur Expert, partage d'expériences, études de cas, mise en situation réelle. Tous les supports sont fournis par support papier, mail ou clé USB à chaque stagiaire.

Méthodologie pédagogique employée :

Chaque formation en présentiel ou en distanciel est animée par un Formateur Expert Métier sélectionné selon ses compétences et expériences professionnelles. Apport d'expertise du Formateur, quiz en début et fin de formation, cas pratiques, échanges d'expérience. Accès en ligne au support de formation.

Modalités employées et évaluation :

Évaluation et positionnement lors de la définition du plan pédagogique avec le ou les stagiaires. Un QCM est soumis aux stagiaires le dernier jour de la formation pour valider les acquis. Une correction collective est effectuée par le Formateur. Un bilan de fin de stage à chaud est organisé entre le Formateur et le ou les stagiaires pour le recueil et la prise en compte de leurs appréciations. Une attestation de fin de stage est remise aux stagiaires.

Accessibilité

Toute demande spécifique à l'accessibilité de la formation par des personnes handicapées donnera lieu à une attention particulière et le cas échéant une adaptation des moyens de la formation.

Public en situation de handicap, contactez notre référent handicap au 01 42 66 36 42.

Formateur

Nos Formateurs sont des Experts Métiers intervenants sur les prestations inhérentes sur la thématique de la formation. Ils réalisent les audits et co-construisent l'offre et le déroulé de la formation avec l'Ingénieur Pédagogique avant validation par le Responsable Pédagogique. Ils sont sélectionnés pour leurs compétences pédagogiques et leurs expériences dans la formation pour adultes.