

Formation - Prospector efficacement avec LinkedIn

Utiliser de manière pertinente LinkedIn et l'intégrer efficacement dans la stratégie commerciale de son entreprise

Réseaux sociaux

Objectifs

- Comprendre l'intérêt de communiquer avec les réseaux sociaux
- Découvrir le Social Selling et en comprendre les bases pour sa stratégie commerciale
- Acquérir les bases de l'utilisation du réseau social LinkedIn (profil)
- Découvrir comment entrer en relation avec ses prospects cibles
- Découvrir l'outil de prospection commerciale de LinkedIn : Sales Navigator
- Apprendre à construire une stratégie éditoriale et à la mettre en place
- Apprendre à utiliser la boîte à outils du Community Manager : calendrier éditorial, outil de veille (Feedly) et création de visuels (Canva).

Contenu de la formation

CODE : 3459 | Mise à jour : 17/09/2020

FORMATION MULTIMODALE

PUBLIC CIBLE

Public professionnel
(entrepreneurs, salariés, gérants,
TPE, PME)

PRÉ-REQUIS

Avoir un compte LinkedIn (ou
envisager d'en créer un)

DURÉE

7 heures

SESSION INTER

Nous consulter

Aucune session n'est actuellement
programmée

SESSION INTRA

Nous consulter

1) 1^{ère} SESSION

Introduction

- Objectifs de la formation
 - Tour de table pour comprendre :
- § Le niveau des candidats (utilisation des réseaux sociaux aujourd'hui et du LinkedIn en particulier)
- § Leurs attentes (problématiques rencontrées et besoins)
- Explication du déroulé de la formation

Optimiser son profil LinkedIn pour la prospection commerciale

- Panorama des réseaux sociaux existants (cible, utilisation, format...)
 - **LinkedIn**
 - Retenir l'attention avec un profil visuel et impactant
 - Se démarquer avec un profil complet
 - S'imposer comme expert avec un profil actif
- § **Exercice** : réaliser l'audit de son profil LinkedIn (ou le créer pour ceux qui n'en ont pas encore)

Entrer en contact avec ses prospects sur LinkedIn

- Identifier, selon ses objectifs, les prospects qualifiés sur LinkedIn (persona)
 - Entamer la relation avec ses prospects sans prendre contact : partager et commenter.
 - Personnaliser ses messages d'invitation de mise en relation.
 - Capitaliser sur des occasions spéciales pour prendre contact.
 - Les erreurs à éviter absolument pour rester crédible.
- § **Exercice** : écrire un message de mise en relation crédible.

2) 2^{ème} SESSION

Découvrir l'outil de prospection commerciale de LinkedIn : Sales Navigator

- Découverte du Social Selling
 - Exploiter les nouvelles commerciales pour s'informer sur ses clients et prospects.
 - Identifier des cibles d'intérêt avec Sales Navigator.
 - TeamLink : améliorer ses interactions avec ses prospects.
 - InMail : gagner en légitimité dans ses prises de contact.
- § **Exercice** : produire des scénarios de contact pour rencontrer ses relations LinkedIn.

Community management et veille en ligne

- CM : quelles missions ? quelle organisation ?
 - Les bonnes pratiques du CM
- § Mettre en place une stratégie de contenu à calendrier éditorial
- § **Exercice** : créer votre **calendrier éditorial** pour les 2 semaines à venir
- § Réaliser des visuels professionnels à démonstration avec CANVA
- La veille et la curation de contenu
- § La veille et la curation de contenu : définition et utilité
- § Présentation de Feedly, agrégateur de flux RSS
- § **Exercice** : créer votre **compte sur Feedly** et ajouter des sources d'information

3) 3^{ème} SESSION

1 heure de **hotline** pour répondre à vos questions suite à la formation et vous accompagner dans la bonne prise en main des outils.

Modalités pédagogiques

- Documents supports de formation projetés
- Exposés théoriques
- Etude de cas concrets
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation

Evaluation des résultats

- Mises en situations
- Formulaires d'évaluation de la formation
- Questions écrites ou orales
- Exercices pratiques, manipulation des outils

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Veuillez faire connaître vos besoins au plus tôt lors de nos échanges. La prise en compte d'un besoin spécifique peut nécessiter un délai pour étudier les modalités d'adaptation ou d'orientation.

Taux de satisfaction des stagiaires :

★★★★☆ 85% (13)



Marie-Lorraine CHAMLA

Consultante et formatrice en Communication digitale et gestion de projets web éco-conçus

MLC Conseil

Formation en Marketing digital, Communication digitale et éco-conception web

📞 0674868484

✉ contact@marielorrainechamla.com