

LINKEDIN : COMMENT ATTIRER ET CONVERTIR DES PROSPECTS ? - À DISTANCE

Contactez Sofia CORONGIU 04 50 33 71 02 au

[Obtenir des informations sur cette formation](#)

OBJECTIFS PROFESSIONNELS

- Comprendre la puissance du digital
- Intégrer le social selling à sa prospection commerciale
- Mettre en oeuvre une stratégie efficace sur les réseaux sociaux adaptés
- Identifier et contacter des prospects

CONTENU PÉDAGOGIQUE

Avec plus de 16 millions d'utilisateurs en France, LinkedIn est devenu LE réseau indispensable pour créer et entretenir des relations avec vos prospects et clients. Découvrez comment optimiser la visibilité de votre profil, étendre votre réseau et promouvoir votre activité sur LinkedIn.

JOUR 1 :

Introduction à LinkedIn

- Situer LinkedIn dans son environnement professionnel
- Découverte du réseau et de ses fonctionnalités
- Etudes de cas d'entreprises et réussites

Créer et développer sa présence

- Identifier ses cibles et développer sa présence sur LinkedIn
- Créer / Optimiser son profil ou sa page
- Travailler sa marque personnelle

Mettre en place une stratégie de contenu : l'inbound selling

- Identifier les besoins et problématiques de ses cibles
- Apporter un contenu pertinent
- Valoriser son expertise et son offre

JOUR 2

Détecter des opportunités et des prospects

- Exploiter la puissance du moteur de recherche
- Entrer en contact avec des prospects sur LinkedIn
- Créer le dialogue et convertir

Mise en pratique sous forme d'ateliers

- Réflexion stratégique individuelle en fonction de l'activité des participants

CONTENU PÉDAGOGIQUE

- Rédaction et publication d'articles
- Recherche et détection de réels prospects
- Audit des profils existants, de leur contenu et recommandations

Le groupe travaillera en fonction d'études de cas concrets, liés à l'activité des participants.

Bilan et conclusion

Plan d'action et synthèse des acquis

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Classe virtuelle

- Comme outil de classe virtuelle, le formateur et les stagiaires utiliseront la plateforme collaborative en ligne TEAMS.
- Accès facilité à TEAMS via un login personnel créé et transmis à chaque stagiaire avant la formation

Assistance technique et pédagogique

En cas de difficultés pédagogiques ou techniques, le stagiaire peut contacter le formateur ou la responsable Formation Professionnel Continue CCI FORMATION info@formation-cci.cci.fr

Méthodes

- Application immédiate des techniques du social selling
- Chaque étape du processus de prospection digitale est illustrée par une démonstration concrète
- Les participants expérimentent eux-mêmes sur PC à travers des exercices les pratiques montrées en utilisant leur propre profil et leur propre fichier prospects
- Des conseils adaptés aux spécificités des process de vente de chaque participant

CONTENU ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Nombre de jours : 2,00
Nombre d'heures : 14,00
Lieu de réalisation : à distance

Liste des sessions :

- le 08/10/2020 et le 13/10/2020
- les 07, 08/12/2020

PROFIL DES PARTICIPANTS ET PRÉ- REQUIS

- Connaissances informatiques basiques et utilisation d'internet
- il est conseillé d'avoir un profil LinkedIn complété (CV)
- Avoir un PC équipé d'un système audio et d'une webcam
- Salariés commerciaux ou dirigeants d'entreprise dans les domaines B to B

?

VALIDATION DE LA FORMATION

Avant : évaluer les connaissances initiales des apprenants

1. Evaluation des pré requis

Lors d'un entretien découverte téléphonique ou physique avec un chargé de formation.

Cet entretien est complété par l'envoi par mail d'un auto positionnement de niveau de connaissances et de pratiques sur le thème de la formation permettant d'adapter les modalités pédagogiques de la formation

2. Evaluation des connaissances

A l'entrée en formation, un test sous forme de QCM permet de situer le niveau d'appropriation de la thématique visée par la formation

Pendant : évaluer en continu et valider la compréhension en temps réel

Lors de la formation, les stagiaires sont soumis à des mises en situation, des exercices pratiques, des échanges sur leurs pratiques professionnelles dans une pédagogie active et participative permettant un contrôle continu de leur progression et du développement de leurs connaissances et de leurs compétences au regard des objectifs visés.

Après A CHAUD : Evaluer les connaissances acquises et la satisfaction

1. Evaluation des acquis

Le QCM est à nouveau réalisé par chaque stagiaire, par les différences constatées, il permet d'évaluer les connaissances globales acquises et aussi de valider la progression.

Une attestation de fin de formation est remise à chaque stagiaire.

2. Evaluation de la satisfaction

Afin de mesurer l'indice de satisfaction des participants sur l'atteinte des objectifs, la qualité de l'animation et la satisfaction globale de la prestation, un questionnaire de satisfaction est remis à chaque participant.

VALIDATION DE LA FORMATION

Il est complété par un tour de table en présence du formateur et/ou de la conseillère entreprise CCI Formation pour apporter des compléments et de confronter les points de vue.

Après A FROID : évaluer a posteriori la pratique du participant

Afin de mesurer l'impact de la formation sur les situations professionnelles du participant et ce qu'il a réellement retiré de cette formation, nous réalisons une enquête centrée 3 mois après la formation sur l'utilisation des connaissances et compétences acquises et leur transposition dans l'univers professionnel.

COÛT DE LA FORMATION

Tarif NET DE TAXE : 650,00€

Dans le cadre du chômage partiel, prise en charge FNE possible.

En savoir plus : Dispositif FNE

PROFIL DU FORMATEUR ET LES PLUS DE LA FORMATION

Alexandre G. est consultant et formateur en stratégie digitale. Il accompagne les TPE/PME dans leur stratégie webmarketing, et dans la mise en place de solutions efficaces et rentable grâce aux réseaux sociaux.

Cette formation alternant théorie, étude de cas concrets et mise en pratique vous permettra de repartir avec toutes les clés et les outils nécessaires à la réussite de votre prospection commerciale sur LinkedIn.

TÉMOIGNAGE

Alexandre Georges, formateur CCI :

« Aujourd'hui, les méthodes traditionnelles ne fonctionnent plus. Les réseaux sociaux offrent de nouvelles façons de prospecter et de recruter de nouveaux contacts !

Le Social Selling c'est d'abord sélectionner le réseau le plus adéquat par rapport à sa cible client. Puis mettre en œuvre 3 qualités : écouter c'est-à-dire comprendre comment l'information fonctionne sur la plateforme et partager des contenus, assurer une présence, entrer en contact. En quelques semaines, le volume de contacts générés est la récompense du contenu que l'on apporte sur le réseau !

Pour le recrutement, même changement d'échelle et démultiplication des opportunités. LinkedIn permet d'accéder à des profils très ciblés sur un secteur géographique donné. »

>

lire

l'intervie

w

<http://www.haute-savoie.cci.fr/votre-cci/nous-connaître/temoignages/79-aujourd-rsquo-hui-les-methodes-traditionnelles-ne-fonctionnent-plus-les-reseaux-sociaux-offrent-de->

TÉMOIGNAGE

[nouvelles-facons-de-prospecter-et-de-recruter-de-nouveaux-contacts?lnk=lst](#)

POUR ALLER PLUS LOIN

[Perfectionnement négociation commerciale](#)

CONTACT

CCI formation

6 rue André Fumex - CS 62072
74000 Annecy
Tel: 04 50 33 72 24