

Programme de formation Social Selling sur LinkedIn

Objectifs de la formation :

- Social Selling : utiliser LinkedIn pour vendre,
- Optimiser les profils des commerciaux qui vont agir,
- Définir un ciblage et mettre en place une campagne de prospection,
- Comment communiquer : définir une ligne éditoriale,
- Publier et engager le dialogue avec vos prospects.

Programme détaillé :

Module 1 : La base d'une communication efficace : la démarche Social Selling - 1h

- Histoire et mission de LinkedIn : Chiffres clés, qui sont les utilisateurs de LinkedIn, et que viennent-ils chercher ?
- Comprendre le fonctionnement de l'algorithme LinkedIn.
- Les bases du social selling : la logique de l'inbound marketing avec la communication et le marketing d'inclusion pour toucher sa cible.

Module 2 : Prospection - 2h

- Optimiser habilement son profil / sa page pour convertir les visiteurs,
- Chercher les bons contacts,
- Rentrer en contact et sortir de LinkedIn pour décrocher des RDV,
- Les occasions à ne pas rater,
- Comment bien répondre et interagir,

Module 3 : Préparer son contenu - 3h

- Définir sa stratégie et ses objectifs. Définir sa/ses cible(s). Comprendre les besoins et les attentes de sa cible.
- Définir des hashtags clés pour se positionner. Suivre des hashtags.
- Comprendre l'anatomie d'un post : Méthode CTA, comprendre les types de posts.
- Médias : vidéo, photo, carrousels, sondage, etc.
- Choisir sa tonalité et faire de bonnes accroches.
- Faire de la veille efficace : utiliser les bons outils et les bonnes ressources.
- Créer une routine de production et publication : principe et outils.
- Mise en pratique de la veille : décortiquer un post d'un concurrent.

Module 4 : Synergie entre communication et prospection - 2h

- Susciter de l'engagement
- Suivre ses performances (KPI) et suivre ses interactions
- Bonnes pratiques après la publication d'un post pour déclencher et suivre les échanges.
- Échanges linkedIn : sortants et entrants, interagir avec les membres linkedIn

Module 5 : Mise en pratique : créer sa ligne éditoriale + Bilan des acquis et questions - 2h

- Préparer votre ligne éditoriale et un agenda de publication.
- Préparer des visuels cohérents et qui fonctionnent.
- Quiz des acquis et échange avec les participants.
- Vérification des acquis suite à la mise en pratique de façon autonome. Réponses aux questions.

Lieux : Formation Ouverte à Distance – Visio conférence via Zoom

Public visé : chef d'entreprise, salarié d'entreprise et auto-entrepreneur.

Prérequis :

Disposer d'un ordinateur avec une connexion Internet.

Accessibilité :

Pour toutes nos formations, nous réalisons des études préalables à la formation pour adapter les modalités pédagogiques et l'animation de la formation en fonction de la situation de handicap annoncée. De plus, en fonction des demandes, nous mettrons tout en œuvre pour nous tourner vers les partenaires spécialisés.

Dates des sessions : sur demande.

Durée de la formation : 5 modules soit 10 heures.

Moyens pédagogiques et techniques mis en œuvre :

- Support de cours fourni à chaque participant sous PowerPoint,
- Formation à distance (Visio conférence),
- Groupe de 4/5 personnes maximum pour plus de réactivité,
- Assistance pendant 1 mois suivant la formation,

Moyens permettant d'assurer le suivi de l'exécution et résultats de l'action :

- Etude préalable,
- Quiz intermédiaires et en fin de formation,
- Exercices de mise en application,
- Evaluation à chaud,
- Evaluation à froid.

Sanction de la formation :

Attestation de fin de formation.

Tarifs : 1 000€ HT.

Formatrices :

Margaux Imbert - Consultante Social Media
margaux@linkforce.fr

et/ou

Sophia Dekhil - Consultante Social Media
sophia@linkforce.fr

Date de modification : 06/09/2021