

# OFFRES DE FORMATION

## Linkforce

---



FACEBOOK Business Suite



**LinkedIn**

SALES NAVIGATOR



Linkforce.in

# AGENDA

1. Valeur ajoutée de la formation
2. Chiffres clés
3. Nos offres
4. Compétences acquises au terme de la formation
5. Types de postes susceptibles d'être intéressés par la formation

# Valeur ajoutée de la formation

## #1

### THÉORIE

Apprentissage accompagné pour générer des ventes grâce à aux réseaux sociaux et développer sa notoriété à l'aide d'une communication impactante.

## #2

### PRATIQUE

Mise en application directe sur la plateforme des notions et des techniques de prospection et communication vues au cours de la partie théorique.

# Chiffres clés en BtoB

LinkedIn est le réseau BtoB n°1 au monde  
20 millions de membres en France

50%

du trafic social media  
provient de LinkedIn

70%

des entreprises en B2B ont  
déjà gagné des clients sur  
LinkedIn

80%

des leads générés sur les  
réseaux sociaux proviennent  
de LinkedIn

LinkedIn était encore optionnel il y a quelques années, le réseau est aujourd'hui un **levier indispensable pour les acteurs BtoB.**

# Chiffres clés en BtoC

**Facebook reste le réseau ayant le plus d'utilisateurs avec 35 millions de membres actifs en France**

**49%**

des utilisateurs de Facebook aiment une page pour suivre une marque qu'ils apprécient

**52%**

des marques e-commerce sont découvertes sur les réseaux sociaux.

**90%**

des utilisateurs d'Instagram suivent des marques.

Devant les supports de communication traditionnels, les réseaux sociaux sont aujourd'hui **l'intermédiaire le plus direct entre une marque et ses consommateurs.**

# 1. Social Selling sur LinkedIn *(10 heures)*

---

*Comment générer des ventes grâce à LinkedIn.*

**LinkedIn**  
SALES NAVIGATOR



 **Linkforce.in**

# Détail des différents modules

1h

## - MODULE 1 - La base d'une communication efficace : la démarche Social Selling

**#1** Histoire et mission de LinkedIn : Chiffres clés, qui sont les utilisateurs de LinkedIn, et que viennent-ils chercher ?

**#2** Comprendre le fonctionnement de l'algorithme LinkedIn.

**#3** Les bases du social selling : la logique de l'inbound marketing avec la communication et le marketing d'inclusion pour toucher sa cible.

2h

## - MODULE 2 - Prospecter sur LinkedIn

**#1** Optimiser habilement son profil et/ou sa page pour convertir les visiteurs.

**#2** Chercher les bons contacts.

**#3** Entrer en contact et sortir de LinkedIn pour décrocher des RDV.

**#4** Les occasions à ne pas rater.

**#5** Comment bien répondre et interagir ?

3h

## - MODULE 3 - Préparer son contenu

**#1** Définir sa stratégie, ses objectifs, sa/ses cible(s) et comprendre leurs besoins.

**#2** Définir des hashtags clés pour se positionner.

**#3** Comprendre l'anatomie d'un post et les différents types de posts.

**#4** Connaître les différents formats et leur enjeu : vidéo, photo, carrousels, sondage, etc.

**#5** Choisir sa tonalité et faire de bonnes accroches.

**#6** Faire de la veille efficace et utiliser les bons outils.

**#7** Créer une routine de production et publication : principe et outils.

**#8** Mise en pratique d'une veille ciblée.

# Détail des différents modules

2h

## - MODULE 4 - Synergie entre communication et prospection

- #1** Susciter de l'engagement.
- #2** Suivre ses performances et suivre ses interactions.
- #3** Bonnes pratiques après la publication d'un post pour déclencher et suivre les échanges.
- #4** Échanges LinkedIn : sortants et entrants, interagir avec les différents membres.

2h

## - MODULE 5 - Mise en pratique : créer sa ligne éditoriale et Bilan des acquis

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



# 2. Community Management *(15 heures)*

---

*Comment développer son image de marque positive sur Facebook et Instagram.*



FACEBOOK Business Suite



Linkforce.in

# Détail des différents modules

3h

## - MODULE 1 - La base d'une communication efficace : la démarche Social Selling

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

2h

## - MODULE 2 - Optimiser ses comptes sociaux pour développer une vitrine crédible

- #1** Enrichir habilement sa page pour développer l'image de marque positive.
- #2** Exploiter tout le contenu disponible, savoir déclencher des interactions et mise en place de l'optimisation.

3h

## - MODULE 3 - Préparer son contenu

- #1** Définir sa stratégie, les attentes de ses cibles, et ses objectifs pour chaque réseau
- #2** Définir des hashtags clés pour se positionner.
- #3** Faire de la veille efficace et utiliser les bons outils, analyser stratégiquement ses concurrents
- #4** Créer une routine de production et publication : principe et outils.

# Détail des différents modules

3h

## - MODULE 4 - Définition et suivi de la stratégie éditoriale

- #1** Connaître les bonnes pratiques de chaque réseau : anatomie du post, règles à suivre, tendances de post actuelles..
- #2** Préparation des bases de la ligne éditoriale. Faire ressortir les thématiques à exploiter pour susciter de l'engagement. Choisir la tonalité de la communication et varier les ingrédients de contenu (type de contenu et composition du post).
- #3** Identifier les performances (KPI) à suivre et analyser leurs évolutions.
- #4** Conseils et astuces après la publication d'un post pour déclencher et suivre les échanges.

4h

## - MODULE 5 - Mise en pratique : créer sa ligne éditoriale et Bilan des acquis

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

# Compétences acquises au terme 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

# Types de postes susceptibles d'être intéressés par la formation



- CEO
- Directeur·rice commercial·e
- Business Developer
- Commercial·e interne ou externe
- Directeur·rice marketing
- Responsable ou chargé·e marketing
- Community Manager
- Directeur·rice de communication
- Responsable ou chargé·e de communication
- Chef·fe de projet web ou digital

# 3. Gérer une page entreprise LinkedIn

*(4 heures)*

---

*Comment développer son image de marque positive sur LinkedIn.*



FACEBOOK Business Suite



Linkforce.in

# Détail des différents modules

30 min

## - MODULE 1 - Introduction aux fonctionnalités d'une page entreprise

- #1** Les différents types de compte sur LinkedIn : le profil professionnel et la page entreprise. Intérêts et avantages de chaque type de compte.
- #2** Comprendre les fonctionnalités de la page entreprise.

1h

## - MODULE 2 - Créer du contenu sur une page entreprise

- #1** Définir sa stratégie et ses objectifs. Définir sa/ses cible(s). Comprendre les besoins et les attentes de sa cible.
- #2** Intérêts de la communication corporate.
- #3** Comprendre les différents types de publications et définir sa ligne éditoriale.
- #4** Anatomie d'une publication : comprendre la méthode d'écriture et les codes LinkedIn, méthode CTA.
- #5** Créer sa routine de production : principe et outils.

3h

## - MODULE 3 - Stratégies de développement d'une page entreprise

- #1** Définir des hashtags clés pour se positionner. Suivre des hashtags.
- #2** Technique de développement d'une communauté.
- #3** Bonnes et mauvaises pratiques.

# Détail des différents modules

30 min

## - MODULE 5 - Bilan des acquis et questions

**#1** Quiz des acquis et échange avec les participants. Vérification des acquis suite à la mise en pratique de façon autonome.

**#2** Réponses aux questions.



# Compétences acquises au terme de la formation

- ✓ Créer et gérer une page entreprise sur LinkedIn
- ✓ Comment communiquer : **définir une ligne éditoriale adaptée** à une page entreprise
- ✓ Développer une communauté et mesurer l'engagement

# Types de postes susceptibles d'être intéressés par la formation



- CEO
- Directeur·rice commercial·e
- Business Developer
- Commercial·e interne ou externe
- Directeur·rice marketing
- Responsable ou chargé·e marketing
- Community Manager
- Directeur·rice de communication
- Responsable ou chargé·e de communication
- Chef·fe de projet web ou digital

# 4. E-mailing

*(7 heures)*

---

*Piloter et optimiser vos campagnes d'e-mailing.*



FACEBOOK Business Suite



 Linkforce.in

# Détail de la formation

## Gestion de base de données, création visuelle, rédaction d'un objet percutant, analyse des données...

- #1** Bonnes pratiques et ergonomie : comment bien concevoir un e-mailing.
- #2** Utilisation de l'éditeur d'e-mailing de la plateforme choisie (plateforme Sendinblue...).
- #3** Les bonnes pratiques emailing : règles et principes de base.
- #4** Créer et bien gérer une liste de diffusion.
- #5** Cas pratique : création d'un email marketing. Création d'un scénario de marketing automation depuis votre outil de routage mail.
- #6** Analyser le retour sur investissement de votre campagne emailing.

# Compétences acquises au terme de la formation

- ✓ Piloter et optimiser vos campagnes d'e-mailing
- ✓ Imaginer, concevoir, gérer et envoyer ses propres campagnes mail à partir d'un outil en ligne
- ✓ Analyser les retours pour optimiser les futures campagnes

# Types de postes susceptibles d'être intéressés par la formation



- Responsable Marketing
- Responsable Communication
- Responsable Webmarketing
- Responsable Réseaux Sociaux
- Chef de projets Web
- Assistant(e) marketing

# 5. Social Selling sur LinkedIn *(22 heures)*

---

*Comment générer des ventes grâce à LinkedIn.*

**LinkedIn**  
SALES NAVIGATOR



 **Linkforce.in**

# Détail des différents modules

1h

## - MODULE 1 - La base d'une communication efficace : la démarche Social Selling

**#1** Histoire et mission de LinkedIn : Chiffres clés, qui sont les utilisateurs de LinkedIn, et que viennent-ils chercher ?

**#2** Comprendre le fonctionnement de l'algorithme LinkedIn.

**#3** Les bases du social selling : la logique de l'inbound marketing avec la communication et le marketing d'inclusion pour toucher sa cible.

2h

## - MODULE 2 - Théorie et pratique de l'optimisation de profil

**#1** Transformer habilement son profil en réelle plaquette commerciale. • Enrichir et exploiter tout le contenu du profil.

**#2** Comprendre et définir stratégiquement les mots clefs sur lesquels apparaître. Mise en place de la théorie sur les profils des participants.

2h

## - MODULE 3 - Préparer une campagne de Prospection via Sales Navigator

**#1** Définir et rechercher sa cible sur Sales Navigator.

**#2** Utiliser le marketing d'inclusion en prospection.

**#3** Apprendre à échanger avec un lead de façon manuelle.

**#4** Les occasions à ne pas rater.

**#5** Suivre et interpréter ses performances (Social Selling Index).



# Détail des différents modules

## - MODULE 4 -

3h

### Préparer son contenu & allier sa stratégie de communication en cohérence avec la prospection

- #1** Synergie entre communication et prospection.
- #2** Définir sa stratégie et ses objectifs.
- #3** Comprendre l'anatomie d'un post : Méthode CTA, comprendre les différents types de posts : : vidéo, photo, carrousels, sondage, etc.
- #4** Choisir sa tonalité et faire de bonnes accroches
- #5** Faire de la veille efficace : utiliser les bons outils et les bonnes ressources, décortiquer un post d'un concurrent.
- #6** Créer une routine de production et publication : principe et outils.
- #7** Suivre ses performances (KPI) et suivre ses interactions.
- #8** Échanges LinkedIn : sortants et entrants, interagir avec les membres LinkedIn

## - MODULE 5 -

2h

### Mise en pratique : créer sa ligne éditoriale + Bilan des acquis et questions

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

# Détail des différents modules

6h

## - MODULE 6 - Apprendre les techniques de vente

- #1 Bien communiquer pour bien vendre
- #2 Adopter les bons savoir-être pour performer dans la vente.
- #3 Découvrir les besoins du client.
- #4 Argumenter et convaincre.
- #5 Conclure efficacement les ventes.

6h

## - MODULE 7 - Négociateur

- #1 Préparer à fond sa négociation.
- #2 Rééquilibrer les rapports de force durant la négociation.
- #3 Maîtriser les fondamentaux de la négociation.
- #4 Gérer les tactiques en négociation.

# Types de postes susceptibles d'être intéressés par la formation



- CEO
- Salarié d'entreprise
- Auto-entrepreneur

# Êtes-vous prêts à décoller ?

**chloe@linkforce.in**

Merci de nous préciser :

- La date à laquelle vous aimeriez faire votre formation
- Le nombre de participants

A très vite !

