

SOCIAL SELLING OU COMMENT UTILISER LES RÉSEAUX SOCIAUX DANS LE PROCESSUS DE VENTE

par Antoine JAMBART

FORMATEUR/TRICE

Consultant / formateur en relation client et vente, très orienté nouvelles technologies, Antoine a suivi un parcours atypique marqué, entre autres, par la création et le développement des 2 entreprises, en France et au Canada

Depuis plus de quinze ans, il s'est forgé une solide expertise dans le domaine des ventes, du développement commercial et des réseaux sociaux et a accompagné plusieurs entreprises d'envergure en France et au Canada.

Il a notamment, en tant que consultant senior, fait partie de Mercuri International (<http://www.mercuri.net>), un cabinet de Conseil d'envergure mondiale spécialisé dans la vente, la relation client, la performance commerciale.

OBJECTIFS, BENEFICES

- Rendre les participants capables d'utiliser LinkedIn à des fins commerciales
- Rendre les participants capables de bâtir et de tenir à jour un profil complet et performant
- Rendre les participants capables d'élaborer et de suivre une ligne éditoriale contenue performante
- Rendre les participants capables de développer un réseau de contacts stratégique et de publier du contenu, d'interagir de manière à générer des opportunités d'affaires.
- Rendre les participants capables de mesurer la qualité et l'efficacité de leurs actions en social selling(plan d'action)

CONTENU, PROGRAMME

- Comprendre et gérer les paramètres de confidentialité et de visibilité dans LinkedIn
- Savoir compléter et optimiser son profil personnel LinkedIn dans une logique commerciale ou RH / recrutement
- Comprendre ce qui fait l'efficacité d'un réseau LinkedIn, savoir le construire selon un vrai plan d'action, savoir utiliser en profondeur le moteur de recherche
- Comprendre ce qui fait la performance d'un "post" sur LinkedIn, savoir en publier un en utilisant toutes les possibilités techniques offertes par le réseau
- Comprendre la philosophie et les principaux usages et codes de LinkedIn
- Comprendre l'interface de LinkedIn, maîtriser ses principales zones de travail, l'utiliser efficacement

- Comprendre ce qu'est le Social Selling, savoir mettre en place des actions Social Selling en lien avec ses propres objectifs commerciaux. Objectifs de Fidélisation, de Développement (ventes additionnelles ou croisées), de Prospection pure.

- Savoir bâtir et suivre un plan d'action complet sur LinkedIn, en lien direct avec le Plan d'Action Commercial ou le Plan d'Action Recrutement. Savoir mesurer sa performance

- Comprendre comment fonctionne l'engagement sur LinkedIn (like, commentaire, partage), comprendre les conséquences de chacune de ces actions, savoir interagir avec autrui de manière efficace

PRE-REQUIS

- Apporter son ordinateur
- Avoir un compte LinkedIn créé
- Maîtrise des navigateurs Web courants (IE, Chrome, Firefox, Safari...)