

TPE / PME : Trouver des nouveaux clients avec les réseaux sociaux

PROFIL DU(DES) FORMATEUR(S)

Après 15 d'expériences au sein de PME et de grands groupes dans le domaine du marketing / commercial, du numérique, puis de l'accompagnement RH, aujourd'hui, Julie Airieau conseille et forme des dirigeants et collaborateurs de TPE et PME, dans la mise en œuvre des réseaux sociaux associé au processus de vente dans l'objectif de générer des prospects, puis des clients. Son approche pragmatique et opérationnelle permet d'aborder simplement les techniques marketing et les outils numériques, dans l'objectif d'obtenir des résultats concrets rapidement.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Être capable :

- D'utiliser une méthodologie concrète de social selling* applicable rapidement & adaptée à l'environnement TPE / PME
- D'adopter une stratégie de développement commercial via LinkedIn et la création de contenu
- De maîtriser l'utilisation de LinkedIn & des outils tiers, pour contribuer à développer les ventes.

**Social selling = démarche qui consiste à utiliser les réseaux sociaux dans le processus de vente*

PUBLIC CONCERNÉ

Collaborateurs en charge du développement commercial

PRÉ-REQUIS

Autonomie informatique

DURÉE DE LA FORMATION ET MODALITÉS D'ORGANISATION

2 journées- 14 heures

CONTENU DE LA FORMATION (Détailler par demi-journée)

Demi-journée 1 – Activités pédagogiques collaboratives & participatives – Pratique sur ordinateur

OUVERTURE FORMATION

- **Module 1 : Les fonctionnalités de LinkedIn**
S'approprier le fonctionnement de LinkedIn à travers les 9 fonctionnalités utiles à la prospection commerciale.
- **Module 2 : Stratégie éditoriale**
Définir sa ligne éditoriale adaptée à sa cible : lister les différentes catégories de cibles (persona), élaborer l'offre de service adaptée à chaque catégorie de cible (proposition de valeur), identifier les mots clés.

Demi-journée 2 – Activités pédagogiques collaboratives & participatives – Pratique sur ordinateur

- **Module 3 : Le profil**
Disposer d'un profil LinkedIn attractif, orienté « bénéfice client » : mettre à jour les éléments indispensables pour être bien référencé sur LinkedIn, mettre en place les indispensables sur son profil pour capter les prospects / clients.
- **Module 4 : Le réseau**
Créer, développer et gérer son réseau : maîtriser les subtilités des niveaux de relation, disposer d'un réseau qualitatif en alignement avec sa cible, mettre en place une stratégie de connexion efficace via les demandes d'invitation.

Demi-journée 3 – Activités pédagogiques collaboratives & participatives – Pratique sur ordinateur

- **Module 5 : Commentaires & Messagerie privée**
Engager la conversation via les commentaires de posts et la messagerie privée : adopter une approche ciblée, adaptée et efficace - Formuler des commentaires de posts impactants - Rédiger des messages privés personnalisés & efficaces.
- **Module 6 : Les publications**
Concevoir du contenu efficace, attractif et impactant via les publications : s'approprier le fonctionnement de l'algorithme des publications, identifier le type de « contenu efficace », rédiger des publications impactantes.

Demi-journée 4 – Activités pédagogiques collaboratives & participatives – Pratique sur ordinateur

- **Module 7 : La recherche**
Rechercher des entreprises et contacts cibles : maîtriser la recherche avancée.
- **Module 8 : Le pilotage & les indicateurs**
Piloter ses actions : analyser les résultats et adapter ses actions pour gagner en efficacité, optimiser sa gestion du temps, mettre en place sa routine.

CLÔTURE FORMATION

MOYENS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Pédagogie utilisée : ludopédagogie (pratiques basées sur activités ludiques).

Approche pragmatique & opérationnelle : travaux en groupe, interactions, activités collaboratives & participatives

Mises en pratique sur ordinateur tout au long de la formation

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Questionnaire en ligne à compléter à la fin de la journée 1 et à la fin de la journée 2

Correction du questionnaire & debrief adressés à l'apprenant 2 semaines après la fin de la formation

Session de suivi en visio (partage bonnes pratiques, difficultés rencontrées, apports complémentaires) réalisée 2 mois après la fin de la formation.

SUIVI ET EVALUATION

Feuille de présences émargées sur place.

Attestation d'assiduité et de fin de formation envoyée à l'issue du stage

Evaluation des acquis en cours et en fin de formation

Evaluation à chaud de la satisfaction fait en ligne et évaluation à froid.

MOYENS TECHNIQUES

Vidéo projecteur

Paperboard

Wifi impératif

Les apprenants viennent en session munis de leur ordinateur

EFFECTIF MINI ET MAXI: 8 à 10