# 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 contenus 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

**1ère demi-journée** : Ce qu'il faut absolument comprendre pour utiliser LinkedIn !!
1. Ce qu'est exactement LinkedIn en 2021 ; quels sont les codes et les usages actuels
2. Organiser son espace de travail sur LinkedIn, organiser sa routine
3. Le client "autonomiste" et les 4 étapes clé de son parcours d'achatl
4. Face à ce parcours d'achat en 4 étapes, ce que vous allez changer tout de suite pour adapter votre stratégie de conteniu et faire de l'Inbound Marketing sur LinkedIn. Exemples concrets de contenu et articles.
5. Le "Social Selling Index" ou comment LinkedIn comprend les leviers de la performance commerciale sur son réseau. Découvrez votre propre score et vos carences actuelles
6. Les points clé de l'interface LinkedIn : Le « grand méchant algorithme » du fil d'actualité et ses conséquences, les vues de profils et son indication de performance, la barre de menu, les notifications à surveiller pour faire un suivi réseau efficace.
7. Les paramètres incontournables pour gérer Sécurité, Visibilité, Confidentialité. Et gérer ses communications pour éviter « l'infobésité »

**2ème demi-journée** : Complétez et optimisez votre profil, soyez non orthodoxe !
1. Profil Vs page d'entreprise, bien comprendre les différences
2. Le profil LinkedIn en 2020...Très loin d'un simple CV ! Notion d'expert sur LinkedIn et ses 9 ingrédients. Pourquoi être « expert » est le minimum syndical.
3. Comment "marketer" et optimiser votre "header" : Photo, Bannière, Nom, Titre, Lieu, Secteur, "Notre Sélection" .... Des astuces non-orthodoxes mais très payantes !
4. Vos mots clé business : Leur importance, leur choix, leur implémentation stratégique au sein de votre profil pour être davantage trouvé et par les bonnes personnes
5. Compléter et optimiser la partie « Infos », et les médias associés
6. Ce que l'on peut optimiser dans les coordonnées, et que personne ne fait jamais
7. Notion de proposition de valeur au sein d'un profil LinkedIn
8. Gérer et optimiser le pavé de compétences et recommandations, selon 3 niveaux pour croiser la route du prospect durant ses recherches
9. Autres "compartiments" utiles à renseigner au sein de votre profil LinkedIn

**3ème demi-journée** : L'intelligence réseau sur LinkedIn !
1. Comment la notion de « contact » est structurée sur LinkedIn (abonné Vs relation Vs contact), notion de contact du 1er au 3ème niveau, et au-delà. Théorie des degrés de séparation.
2. Les 2 erreurs typiques de l'utilisateur qui cherche à développer son réseau sur LinkedIn. Ce qu'il ne faut surtout pas faire!
3. Les 3 étapes clé de développement de son réseau
4. Modèle de construction stratégique de réseau sur LinkedIn : Du « lien faible » au « lien fort ». Notion de taux de connexion au sein d'un écosystème donné! Non pas « ajouter des contacts » mais plutôt « gérer des campagnes d'invitation"
5. « Sourcer » efficacement des contacts sur LinkedIn en mode « freemium », toutes les astuces du moteur de recherche en 2020
6. Et maintenant, comment les inviter à rejoindre notre réseau ? Les meilleures pratiques de demande de connexion et... les pires !
7. Exercices de recherche et de développement de son réseau
8. Gérer ses contacts et ses recherches

**4ème demi-journée** : Animer, interagir et... Influencer !
1. Concrètement, ce qu'est un « post », ce qu'est un « article » ou encore une « story », et comment les publier. Découvrez toutes les possibilités de publications (#, visuels, mentions, liens, etc.)
2. Ce qui fait qu'une publication (post ou article) devient virale, découvrez les critères de viralité fondamentaux : forme, pertinence, nouveauté, angle, rareté. Les stats de performance, quels sont les bons ratios d'engagement ?
3. Ce que l'algorithme (semble) pénaliser en 2020... Exemples de posts que l'algorithme valorise et « pousse » sur le fil de vos relations
4. La palette des interactions sur LinkedIn : « Réactions », commentaires, partages, et ses conséquences / intérêts en Social Selling
5. Exercice en live de publication sur LinkedIn
6. Plan d'action sur LinkedIn : Quoi faire exactement à la suite de cette formation, proposition de « packages » A, B ou C, faites votre choix !

### METHODE ET OUTILS PEDAGOGIQUES

Google Slide, PowerPoint, Prises de notes sur Evernote, Mind-Mapping, Démonstrations en ligne sur LinkedIn,
Exercices de groupe, Exercices individuels, Discussions de groupe

### PRE-REQUIS

**PRE-REQUIS :**
Avoir un compte LinkedIn créé
Maîtrise des navigateurs Web courants (IE, Chrome, Firefox, Safari...)

**PUBLIC** : Commerciaux, Ventes Internes ; Direction Commerciale, Direction Générale

**FORUM 2/ JANVIER 2023** | **2 jours 14 heures** | **860.83 € HT / 985.00 € TTC**