

FORMATION LINKEDIN

OBJECTIFS DE FORMATION

LES OBJECTIFS DE CETTE FORMATION SONT LES SUIVANTS :

- Adapter sa stratégie de prospection commerciale aux réseaux sociaux
- Identifier le canal adapté à son public cible
- Être identifié comme un expert dans son secteur
- Optimiser sa visibilité sur les réseaux sociaux pour mieux vendre
- Cultiver son 'personal branding' et se différencier sur son marché



MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Prendre appui sur l'expérience, les cas réels des stagiaires pour favoriser le développement de pratiques nouvelles
- Apporter des savoir-faire méthodologiques suivis de mises en situation (Exercices et Etude de cas concrets) ; ces apports de compétence seront ciblés sur les problématiques de chacun
- Basé sur « l'Agilité » le contenu du programme s'adapte en fonction des besoins identifiés pendant la formation

PRÉREQUIS & DISPOSITIF D'ÉVALUATION

PUBLIC :

- Les stagiaires seront en situation professionnelle, avec une base solide sur la communication digitale et sur les réseaux sociaux. Ils seront en situation d'utiliser dans leur métier les concepts sur lesquels s'appuie la formation.

POSITIONNEMENT, MODALITÉS D'ÉVALUATION DES ACQUIS :

- Chaque stagiaire complètera une fiche de positionnement en amont de la formation. Pendant la session, une auto-évaluation et/ou l'évaluation par le formateur permettra de valider les compétences acquises.

EVALUATION DE SATISFACTION PAR LES STAGIAIRES :

- Evaluation de Satisfaction par les stagiaires : Une grille d'évaluation est complétée en fin de session avec des points d'appréciation sur la formation, l'animation, le contenu, la documentation, l'organisation matérielle.

EVALUATION DE SATISFACTION PAR LES STAGIAIRES :

À la fin de la formation, chaque stagiaire se verra remettre une attestation individuelle avec évaluation des compétences acquises, en rapport avec les modules traités et les compétences à acquérir dans la session.

PROGRAMME

MODULE 1 : LES FONDAMENTAUX D'UNE PRÉSENCE SUR LE WEB

Auditer ses habitudes de prospection avec les médias sociaux

- Identifier ses connaissances, habitudes, freins, et techniques actuelles
- Prospecter sur les réseaux sociaux, dans quel but ?
- Comprendre la fonction du réseau social en tant qu'outil de vente
- Choisir un réseau social pour son public cible et savoir l'identifier

Exercice : Cartographie d'habitudes et présentation des objectifs



MODULE 2 : CRÉER SON PERSONAL BRANDING

Découvrir son personal branding actuel, « ses traces sur Google »

- Harmoniser les stratégies Networking à travers son personal branding
- Définir sa propre stratégie : pourquoi et comment ?
- Construire un personal branding efficace : les étapes à mettre en place
- Augmenter les chances de réussite et diminuer les risques d'obsolescence

Exercice : Création du personal branding de l'entreprise.
Rechercher sur le net son identité numérique



MODULE 3 : LES STRATÉGIES DE PRÉ-QUALIFICATION ET DE DÉTECTION

Découvrir son personal branding actuel, « ses traces sur Google »

- Pré-qualifier et détecter les attentes des prospects actuels
- Identifier les objectifs et comment les transposer sur les RS
- Recueillir des techniques de communication sur les RS
- Augmenter les chances de réussite et diminuer les risques d'obsolescence

Etude de cas : Analyse de profils différents.



MODULE 4 : UTILISER LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR AUGMENTER LE CA

- Augmenter les points d'entrée
- Le positionnement face à la « concurrence »
- Maîtriser les fonctionnalités qui aident à l'acquisition
- Comprendre les pièges à éviter
- Se fixer des Objectifs réalistes

Etude de cas : Exemple sur les réseaux sociaux. Identifier les facteurs clés de succès

MODULE 5 : SUIVI DES MISES EN APPLICATION ET RETOUR D'EXPÉRIENCE

Suivi des mises en application et retour d'expérience

- Faire le bilan sur les actions mises en place
- Mettre en application tout ce qui a été appris



ORGANISATION

DURÉE :

- 2 journées, soit 14 heures

NOMBRE DE PARTICIPANTS

- 5 maximum

ANIMATION

- Formateur spécialisé en Communication sociale digitale, E-recrutement et Stratégie éditoriale; avec une forte expérience du 'Community Management', du Marketing de réseaux sociaux et une bonne connaissance de l'entreprise.

MODALITÉS D'ACCÈS

- Validation de l'inscription dès réception de la fiche de Pré-inscription.
Confirmation de l'ouverture de la session 8 jours minimum avant la date de début.