

Social Selling : gagner de nouveaux clients réseaux sociaux et stratégie B to B - certification DiGiTT® à distance, en option

Cours Pratique de 2 jours - 14h
Réf : GSS - Prix 2024 : 1 450€ HT

En B to B, près de la moitié des décisions d'achat sont prises avant le premier contact commercial. Cette formation vous permettra de développer votre activité par la mise en place d'un processus pertinent de recherche, de sélection et d'interaction avec de nouveaux partenaires via les réseaux sociaux.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

- Cibler efficacement ses prospects
- Augmenter la visibilité et valoriser l'image de son entreprise
- Élargir son réseau professionnel
- Activer la recommandation par l'engagement
- Collecter des données commerciales qualifiées

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Méthodes pédagogiques actives et participatives. Alternance de théorie/pratique avec application aux contextes et expériences des participants.

MISE EN SITUATION

Ateliers progressifs de mise en œuvre de sa stratégie social selling (plus de 50% du temps de la formation). Boîte à outils. Partages de pratiques.

LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 01/2021

1) Faire évoluer sa méthode commerciale avec les réseaux sociaux

- Comprendre l'impact du social selling face au cold calling.
- Découvrir les méthodes et pratiques de l'audit social.
- Proposer de la valeur, harmoniser les relations.
- Structurer l'usage des médias sociaux dans l'entreprise.
- Évaluer son dispositif social selling.

Mise en situation : Réussir sa prise de contact. Définir son profil client unique. Construire un "buyer persona". Présenter ses objectifs.

2) Optimiser ses médias sociaux (SMO)

- Définir sa stratégie social media.
- Augmenter les touchpoints avec vos leads.
- Accroître sa marque employeur et son e-réputation.
- Comprendre la méthodologie inbound sales et savoir comment moderniser sa prospection.

Mise en situation : Gérer son personal branding. Personnaliser une image numérique gagnante. Créer sa marque professionnelle. Optimiser son profil commercial.

3) Créer des contenus attractifs qui font vendre en B to B

- Découvrir les outils de création de contenus commerciaux.
- Déclencher des conversations prometteuses avec vos prospects.
- Savoir créer de l'engagement, le user generated content.

PARTICIPANTS

Directeurs commerciaux, commerciaux, key account managers, chargés de clientèle en B to B.

PRÉREQUIS

Expérience dans le domaine commercial.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez Mme FOSSE, référente handicap, à l'adresse suivante psh-accueil@orsys.fr pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité.

- Mettre en œuvre les principes de la méthode PEAC.
 - Organiser une routine social selling efficace, le calendrier éditorial.
- Mise en situation : Le predictive selling. Anticiper le comportement client et maîtriser le processus d'achat. Check-list des questions récurrentes des prospects.*

4) Exploiter le potentiel des réseaux professionnels

- Faire appel au principe de réciprocité sur Shapr, Instagram, Twitter...
 - Découvrir des tactiques concrètes pour prospecter sur LinkedIn.
 - Maîtriser les fondamentaux, la règle des 5 P.
 - Rejoindre et animer des groupes de discussion ciblés.
 - Étendre son réseau à l'international, les incontournables.
 - Savoir proposer une "offre irrésistible".
 - Garder une cohérence cross-canal.
- Mise en situation : Exploration de pistes. Identifier quelques prospects qualifiés sur LinkedIn selon des critères de recherches précis. Contacter 10 profils de prospects ciblés.*

5) Connaître les outils 4.0 de la prospection commerciale

- Comprendre le besoin d'unir stratégie commerciale et stratégie marketing, sales tech et martech.
 - Utiliser l'automatisation intelligente.
 - Maîtriser les outils de veille commerciale 4.0
- Mise en situation : Optimiser le tunnel de conversion. Co-crée un entonnoir pour accroître le taux de conversion.*

LES DATES

CLASSE À DISTANCE
2024 : 06 juin, 19 sept., 12 déc.

PARIS
2024 : 30 mai, 12 sept., 19 déc.