

100%

FORMATION

Découvrez les nouveautés
du dispositif 2018 - 2019

100 %

FORMATIONS

- ♦ PRÉSENTIELLES
- ♦ DIGITALES TUTORÉES
- ♦ CLASSES VIRTUELLES
- ♦ BLENDED LEARNING

FORMATS VARIÉS

- ♦ CONTINUS
DISCONTINUS
- ♦ EN CENTRE
DE FORMATION
- ♦ EN ENTREPRISE

FORMAT DE LA FORMATION (*Présentiel, Blended, Distanciel, Intra, Inter...*)

Présentiel

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Cette formation de 2 jours en INTER, vous aidera à :

- Appréhender les outils numériques de la prospection digitale,
- Maîtriser les pratiques d'identification et d'organisation de vos prospects,
- Identifier les événements déclencheurs d'opportunités de vente,
- Maîtriser les pratiques de connexion et d'engagement avec vos prospects,
- Construire et piloter vos campagnes de prospection digitale

PRÉ REQUIS

Quelques connaissances relatives au web et à l'informatique seraient souhaitables.

DURÉE

14 heures,
soit 2 journées de 7 heures

Introduction - Qu'est-ce que le Social Selling ?

- Comprendre les attentes des acheteurs B2B à l'ère du Digital
- Passer de la prospection « dans le dur » au Social Selling
- Maîtriser les 4 piliers du Social Selling

Module 1 – Construire un profil pour attirer ses acheteurs

Concept clé :

Le contenu de votre profil doit vous présenter comme un professionnel crédible, digne de confiance et capable d'apporter de la valeur ajoutée dans le cycle d'achat de votre acheteur afin de l'inciter à passer à l'action avec vous.

Construisez votre marque professionnelle !

Objectifs pédagogiques :

- Définir le profil de son acheteur idéal
- Rédiger un profil social qui attire son acheteur idéal
- Optimiser les éléments clés de son profil social
- Être trouvé par ceux qui recherchent vos produits et services

Module 2 – Rechercher et identifier ses prospects

Concept clé :

De nouveaux acheteurs et de nouvelles opportunités d'affaires apparaissent chaque jour en provenance de sources multiples. Apprendre à les identifier grâce à différents outils numériques permet d'établir des relations avec des acheteurs qualifiés et d'optimiser vos campagnes de connexion.

Objectifs pédagogiques :

- Étendre son réseau relationnel
- Utiliser les groupes de discussion de ses acheteurs
- Créer ses recherches et ses listes de prospects
- Pratiquer les différentes techniques d'identification de prospects
- Détecter les événements déclencheurs d'opportunités d'affaires
- Valoriser la sphère d'influence de ses relations

Module 3 – Trouver et partager du contenu qui intéresse ses prospects

Concept clé :

Le contenu sur les réseaux sociaux est ROI !

Le contenu est le point d'appui majeur pour se connecter avec vos prospects potentiels et les accompagner tout au long de leur parcours d'achat.

Objectifs pédagogiques :

- Comprendre le processus d'achat de ses acheteurs,
- Identifier les différents types de contenus adaptés aux différentes étapes du cycle d'achat,
- Pratiquer la curation de contenus,
- Savoir organiser ses contenus,
- Rédiger des messages d'accompagnement de ses contenus qui captent l'attention de ses prospects,

LIEU

Chez Ellipse Formation
8, cité JOLY
75011 PARIS

ÉVALUATION

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES :

Appliquer immédiatement les techniques du Social Selling :

- Chaque étape du processus de social selling est illustrée par une démonstration concrète,
- Les participants expérimentent eux-mêmes les pratiques montrées en utilisant leur propre profil et leur propre fichier prospects.

EN AMONT DE LA FORMATION

CONTACTS

Karine SAUTEL
0143802351
karine@ellipseformation.com