

SOCIAL SELLING, FOCUS SUR LINKEDIN

LinkedIn constitue aujourd'hui la plus grande communauté professionnelle virtuelle. Apprenez à utiliser LinkedIn de manière gratuite et efficace pour valoriser votre expertise, trouver les bonnes personnes et entrer en contact avec vos prospects.

■ Objectifs de la formation :

Comprendre le changement de paradigme des méthodes de prospection à l'heure du digital
Construire un profil LinkedIn optimisé
Trouver et contacter les bonnes personnes grâce à LinkedIn
Choisir ses indicateurs de performance et mesurer ses résultats

■ Prérequis :

Etre à l'aise avec un ordinateur et avoir une pratique régulière d'internet.
Disposer d'un profil LinkedIn (compte déjà créé).

■ Durée, horaires et lieux :

1 journée soit 7h de 9h00-13h00 / 14h00-17h00

Montpellier (34)

■ Moyens pédagogiques et méthodes utilisées :

Alternance de séquences pédagogiques théoriques affirmatives (supports didactiques), interrogatives et de mises en pratique (méthodes actives et démonstratives) afin de permettre aux participants de s'approprier progressivement les méthodes et les outils.

Les apprenants sont invités à travailler sur leurs propres profils avec **leur ordinateur personnel**.

■ Public :

Professionnels Libéraux et leurs salariés

■ **Contenu de la formation :**

Matin (9h00 – 13h00)

I. Comprendre les évolutions des méthodes de vente

- Evolution des méthodes de prospection envers les particuliers et envers les professionnels
- Les nouveaux comportements des acheteurs
- Pourquoi LinkedIn peut vous aider dans votre prospection ?

II. Développer son business avec LinkedIn

- LinkedIn : Un atout commercial à valeur ajoutée
- A qui s'adresse la « vente sociale » sur LinkedIn ?

III. Focus sur l'outil LinkedIn

- LinkedIn outil n°1 du social selling (vente sociale)
- Les 4 piliers d'une présence efficace sur LinkedIn
- Mise en pratique
- Les paramètres du compte
- Construire un profil LinkedIn efficace (photo, titre, résumé, mots clés)

Après-midi (14h00 – 17h00)

- Trouver les bonnes personnes/les prospects
- Savoir échanger des informations
- Etablir des relations
- Mise en pratique sur un prospect « idéal »

IV. Choix des indicateurs de performance et mesure des résultats

- Quels indicateurs clés de performance choisir ?
- Comment les mesurer ?
- Informations sur les possibilités publicitaires sur LinkedIn

■ **Modalités d'évaluation :**

Evaluation des attentes sous forme de questions orales via un tour de table en entrée de formation

Evaluation formative sous forme de mises en pratique tout au long de la journée de formation

Evaluation sommative des connaissances en fin de formation (QCM)

■ **Intervenant :**

Karen Le Jolif, Consultante et formatrice en marketing et communication digitale

**RENSEIGNEMENTS &
INSCRIPTIONS**

ORIFF-PL LR

Maison des Professions Libérales

285 rue Alfred Nobel

34000 MONTPELLIER

Téléphone : 04 67 69 75 14

Mail : formation@oriffplr.com

