

Maîtriser les fondations du social selling

Public visé : force de vente, responsable marketing, responsable commercial, top management

Durée : 5 x 1h30, 1 x 8h ou 5 x 1h

Prix : 800€ HT

Prérequis : avoir un profil LinkedIn et une pratique régulière des réseaux sociaux

Modalités : possibilité de formation à distance, en entreprise ou en individuel à distance



Plus de 15 années d'expérience au sein d'agences spécialisées en lead generation ont permis à Clothilde Cambournac d'accompagner de nombreuses organisations dans leurs stratégies de génération de leads, co-construites avec le top management.

1. Le Social Selling

- Communiquer sur les réseaux sociaux (RS) avec une approche intégrée commune
- Maîtriser les fonctionnalités avancées
- Professionnels de l'IT, où sont vos prospects ?

2. Sales Navigator

- Qu'est-ce que le Sales Navigator (SN) ? (Fonctionnalité premium, suivi de prospects)
- Quels sont les intérêts du SN ? (complément de CRM, outil de recherche de nouvelles cibles, Inmails)
- Comment intégrer SN dans sa routine commerciale ?

3. Organiser sa prospection et générer des opportunités commerciales

- Utiliser LinkedIn pour préparer ses rendez-vous commerciaux, identifier les informations clés
- L'importance du CTA (call to action) et le tunnel de conversion - Snip.ly
- Intégrer LinkedIn à son processus commercial/ CRM
- Approche du social media automation
- La publicité payante pour générer des contacts sur les réseaux sociaux en général - LinkedIn Ads en particulier

4. Ateliers

- #Smarketing
- Un profil LinkedIn parfait et orienté "business"
- Maîtriser la recherche de contacts et développer son réseau professionnel sur LinkedIn
- Techniques de partage de contenus pertinents pour positionner l'expertise et le savoir-faire



Grâce à une vision structurante des enjeux du social selling et des réseaux, Gtec a transmis à chacun une méthodologie claire et précise ainsi qu'une approche opérationnelle dans l'utilisation des outils. **Sylvain Cathébras, Alma Scop**

