

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



Jacques Brousse accompagne depuis 15 ans la communication des entreprises B2B technologiques et du secteur IT au niveau stratégique et opérationnel. Il est ingénieur en informatique et diplômé en journalisme.

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**

