

# Maîtriser les fondations du social selling



**Jacques Brousse**  
Consultant

Expert en communication B2B, inbound & content marketing et rédaction

**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

**Méthodes pédagogiques** : workshops, exercices, cas pratiques

**Évaluation des acquis** : quizz et/ou questionnaire

**Objectifs** Apprendre à prospecter, générer et détecter des opportunités commerciales sur LinkedIn.

Maîtriser les fonctionnalités avancées et découverte de Sales Navigator.

Acquérir une méthodologie de social selling globale et utilisable au quotidien.

Avoir un profil LinkedIn orienté "business", maîtriser les techniques de partage de contenus pour positionner l'expertise et le savoir-faire.

## 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

- Préparer ses RDV, identifier les informations clés
- CTA (call to action) et 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 - LinkedIn Ads en particulier

## 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**

