

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 : 1040€ 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** (2024)

