

APERCU DU PROGRAMME

Le Social Selling intégré au processus de vente

Contexte :

Le Social Selling n'est pas une mode. Les études prouvent que 90%* des gens disent ne pas répondre à un appel entrant spontané; 75%* des acheteurs utilisent au moins un média social pour les aider dans leur prise de décision; Enfin, les commerciaux qui utilisent les réseaux sociaux ont 51%* de réussite en plus dans leurs entretiens de vente.

Aujourd'hui, la majorité des entreprises intègrent le Social Selling dans le processus de vente afin d'optimiser leurs résultats.

Le social Selling pouvant être chronophage, il est importante de maîtriser les astuces qui permettent d'avoir le niveau de performance attendu. Nous partons du principe dans ce programme que le Social Selling est autant utile pour acquérir de nouveaux clients que pour fidéliser sa clientèle existante. Cette formation vous permettra de mieux appréhender les différents réseaux sociaux et de repartir avec une vraie boîte à outils de l'utilisation de LinkedIn.

En amont du stage

- **Parcours de formation online Social Selling**
Apprentissage des notions qui seront travaillées en présentiel
Apports complémentaires (VideoCast et documents de synthèse).
- **Web-coaching amont individuel de 30 minutes**
Evaluation de votre profil

L'approche pédagogique du stage

- Échange en sous-groupes sur les bons réflexes en Social Selling et leurs intégrations dans les démarches de vente.
- Apports méthodologiques ciblés sur les pratiques clés sur LinkedIn.
- Mise en pratique individuelle.

A l'issue du stage

- Plan d'actions des participants pour améliorer leur utilisation.

Dates du stage :

Jour 1 : 9 avril 2019

Jour 2 : 12 juin 2019

Entraînement personnel sur un intervalle de 2 mois

Investissement :

1290 € HT en présentiel

200 € HT parcours online

300€ HT web-coaching amont individuel de 30 minutes**

1690 € HT : Offre globale (parcours online + web-coaching + présentiel) :

Contenu

Jour 1 :

- Pourquoi utiliser le Social Selling
- Qu'est-ce que le Social Selling
- Les pratiques efficaces pour les Commerciaux, Managers, et Services Clients.
- Construire son image de marque sur LinkedIn

Jour 2 :

Gérer son activité sur LinkedIn :

- Obtenir des informations ciblées via LinkedIn
- Comprendre ses clients et prospects
- Générer et pérenniser de la proximité auprès d'eux
- Obtenir des engagements de leur part
- Développer ses comptes, conquérir de nouveaux clients pour accroître sa notoriété

Objectifs :

S'approprier les clés du succès du Social Selling.

Bâtir un plan d'actions individuel pour accroître sa visibilité et son influence sur les réseaux sociaux.

80% des commerciaux qui utilisent les médias sociaux sont plus performants que ceux qui ne les utilisent pas.*

*Sources : Forbes/Gartner/IDC/IBM

** L'analyse individuelle ne peut être effectuée sans présentiel.