



# Social selling

## Vendre grâce aux réseaux sociaux



**Durée : 14 heures**  
2 jours



**Lieu de formation**  
Dans votre entreprise  
Au centre de formation



### Pour qui ?

- ▶ Commercial, cadre commercial, marketeur.
- ▶ Cadre souhaitant optimiser l'approche commerciale de ses équipes grâce au digital.



### Prérequis

- ▶ Aucun prérequis est nécessaire pour cette formation.



### Objectifs

- ▶ Connaître et utiliser les différents médias sociaux.
- ▶ Développer sa légitimité sur le web.
- ▶ Identifier et contacter des leads.
- ▶ Optimiser le processus commercial digital.



### Enjeux

- ▶ Acquérir les fondamentaux.



### Points forts de la formation

- ▶ Une approche conjointe marketing-commercial pour plus d'efficacité.
- ▶ Une mise en œuvre immédiate des outils et méthodes.
- ▶ Des conseils adaptés aux spécificités des process de vente de chaque stagiaire.
- ▶ Une actualisation régulière des outils.



### Une formation sur mesure

Toutes nos formations répondent à des besoins génériques et courants, cependant nous pouvons les adapter pour répondre à vos **attentes, vos préférences et vos disponibilités** :

**Le lieu de formation** : Dans vos locaux, salles de réunions indépendantes, ou toutes autres localisations souhaitées.

**Le contenu** : Formation standard ou sur mesure en fonction de vos besoins.

**Tarif** : Le tarif minimum d'une formation est de 980,00 euros HT/jour. Ce tarif ne tient pas compte de la personnalisation de l'enseignement, en fonction de votre niveau et de vos objectifs professionnels. Veuillez nous contacter pour obtenir un devis précis.

**Délais** : Notre délai moyen constaté pour le commencement de la formation est de 1 mois après votre inscription.

**Handicap** : Si vous avez besoin d'aménagements spécifiques (pédagogique ou physique), merci de prendre contact avec nous.

Pour de plus amples informations, n'hésitez pas à nous contacter par courriel ou par le biais de notre site internet.

Contactez-nous :



contact@possibility.fr



www.possibility.fr

Réf : FVE-03-0

Découvrez le programme  
de formation générique





## Programme

### 1. Positionner la prospection commerciale dans un monde digital

- L'évolution des comportements des acheteurs B to B.
- Le rôle de l'expérience digitale dans le parcours d'achat.
- La transformation digitale des forces commerciales

### 2. S'appropriier les nouveaux comportements du social selling

- Optimiser son profil sur LinkedIn et Twitter.
- Détecter et contacter les influenceurs efficacement.
- Travailler sa marque personnelle.
- Adopter la « network attitude ».

### 3. Définir une stratégie de contenus : L'inbound selling

- Identifier la stratégie de contenu pertinente pour sa cible.
- Diffuser du contenu pour se faire reconnaître.
- Engager la conversation avec des cibles.
- Écouter le marché et partager sa curation de contenu.

### 4. Détecter des opportunités commerciales et des leads

- Approcher les prospects via les réseaux.
- Élargir sa base prospects en tenant en compte des critères précis.
- Trouver facilement les coordonnées des prospects.
- Détecter des leads à partir de son site web.

### 5. Optimiser sa prospection commerciale : L'outbound selling

- L'outbound selling : Les apports du digital et du big data.
- Les outils et solutions de veille automatisées.
- Les outils et solutions de ciblage de prospects.

### 6. Fluidifier et accélérer le processus commercial

- Savoir comment automatiser le suivi commercial : Du lead à la conclusion de la vente.
- Choisir le CRM approprié.
- Utiliser les outils digitaux pour échanger avec ses prospects : Webinaires, chat B to B ...