

# **SOCIAL SELLING, PROSPECTION COMMERCIALE, LINKEDIN -MODULE 1**

Comment générer des contacts commerciaux facilement pour une meilleure efficacité?

Modalité Durée Nb stagiaires RCOMSSCP1-SST3.5 1.0 jour(s) - 7.0h Présentiel/Distanciel



A l'issue de cette formation vous serez capable de :

- Avoir une vision à 360° de la prospection commerciale.
- Savoir mettre en place un profil Linkedin pertinent.
- Savoir démarcher des prospects version digitale en version automatisation.
- Savoir susciter de l'intérêt auprès de ses contacts.



# A QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

#### **Public**

Tout public.

## Pré-requis

Aucun.



## CONTENU

#### Comprendre LinkedIn en tant qu'outil de prospection

- Les chiffres clés de LinkedIn en France et dans le monde.
- Différence entre prospection « traditionnelle » et social selling.
- Pourquoi LinkedIn est incontournable pour les professionnels B2B.

### Travailler son image et ses messages

- Optimiser son profil (photo, titre, résumé, expériences).
- Valoriser son expertise : mots-clés et storytelling professionnel.
- Elaborer un pitch clair et impactant dans ses messages.

#### Identifier ses cibles

- Définir son persona et ses segments de clientèle.
- Utiliser les filtres de recherche avancée LinkedIn.
- Suivre et analyser les entreprises et décideurs.





### Savoir quand et comment les contacter

- Les bonnes pratiques de prise de contact (demande de connexion personnalisée).
- Quand engager la conversation? (timing et contexte).
- Des exemples de messages efficaces pour susciter un échange.

#### Créer de la confiance

- Humaniser ses échanges (écoute active, questions ouvertes).
- Donner avant de recevoir : apporter de la valeur à son interlocuteur.
- Gérer les relances sans être intrusif.

#### Publier du contenu utile

- Les différents formats de contenus sur LinkedIn (post, article, carrousel, vidéo).
- Identifier les thématiques qui intéressent sa cible.
- La fréquence et timing des publications.
- Cas pratiques : exemples de posts qui convertissent.

## Construire une vraie stratégie de prospection

- Combiner prospection directe et visibilité par contenu.
- Définir un plan d'actions hebdomadaire (messages + publications + suivi).
- Utiliser un tableau de bord de suivi des prospects.
- Mesurer les résultats (taux de réponse, rendez-vous obtenus, conversion).



Une formation très concrète à partir de cas pratiques des participants.

De la théorie et surtout des mises en situation sur des cas propres des apprenants pour travailler ensemble sur les clés et solutions concrètes. Mais aussi des cas potentiels dans lesquels les apprenants doivent parvenir à mettre en place.





#### Méthodes d'évaluation

- Evaluation pré-formative : Une grille d'auto-positionnement est transmise aux apprenants en amont de la formation pour faire un auto-diagnostic de leurs compétences.
- Évaluation de suivi : Évaluation du développement des compétences via la grille d'auto-positionnement remplie à l'issue de la formation.
- Évaluation à chaud de satisfaction fournie par REZO.
- Évaluation des acquis : Le/la formateur/trice remplit à son tour une grille de validation des acquis basée sur les compétences et connaissances acquises.
- Attestation de fin de formation REZO.



# FORMATEUR ET PARTENAIRE

Notre formateur est expert du domaine du Marketing, du Digital et de la Communication depuis 20 ans.



# **ACCESSIBILITÉ**

Les personnes en situation de handicap souhaitant suivre cette formation sont invitées à nous contacter directement afin d'étudier ensemble les solutions d'aménagement.