

SOCIAL SELLING, PROSPECTION COMMERCIALE, LINKEDIN - MODULE 1

Comment générer des contacts commerciaux facilement pour une meilleure efficacité ?

Réf	Modalité	Durée	Nb stagiaires
RCOMSSCP1-SST3.5	Présentiel/Distanciel	1.0 jour(s) - 7.0h	10



OBJECTIFS

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

- Analyser et comprendre l'ensemble du processus de prospection commerciale afin d'adopter une approche stratégique à 360°.
- Créer et optimiser un profil LinkedIn professionnel et pertinent, aligné avec leurs objectifs commerciaux.
- Mettre en œuvre une stratégie de prospection digitale pour démarcher des prospects en version automatisée.
- Déployer des techniques de communication efficaces pour susciter l'intérêt et engager leurs prospects.



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.
- Élaborer 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).



PÉDAGOGIE

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.



GESTION DES ACQUIS

Méthodes d'évaluation

- **Évaluation 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.