

Programme de formation

Social Selling, Vendre sur LinkedIn

Les clés pour comprendre et intégrer les meilleures pratiques marketing et commerciales sur LinkedIn

Durée

1 jour / 7 heures

Description

L'engagement marketing à l'ère du digital consiste à nouer une relation qui soit individualisée, basée sur des comportements réels de vos cibles, sans interruption, et quasi instantanée. Les acheteurs B2B font en moyenne 57% de leur processus d'achat de manière totalement autonome. Du fait notamment de l'émergence des médias sociaux, le comportement des acheteurs a changé. Ils sont désormais dans une démarche de « self educating » et utilisent les canaux digitaux pour s'informer.

Le « Social Selling » ou l'utilisation des réseaux sociaux dans la démarche commerciale, permet d'établir une nouvelle relation avec ses cibles. C'est l'utilisation de tactiques adaptées et des canaux adéquates qui permettent aujourd'hui aux entreprises d'améliorer l'engagement marketing afin d'attirer et convertir plus de prospects en clients et de fidéliser ces derniers.

LinkedIn s'avère être un canal particulièrement bien adapté en B2B pour les commerciaux qui souhaitent se rendre visibles de manière non intrusive auprès de leurs cibles et nouer avec elles des relations à long terme.

Objectifs pédagogiques

- Appréhender l'impact du digital sur la fonction commerciale et le marketing
- Optimiser les canaux du digital liés à la vente en ligne et à la captation de leads
- Automatiser les actions marketing et définir ses cibles prioritaire grâce au lead nurturing

Public

Equipe commerciale

Pré-requis

Aucun.

Méthodes pédagogiques

50 % théorie / 50 % pratique

Profil intervenant

L'ensemble de nos formations sont animées par des formateurs expérimentés possédant une expérience terrain éprouvée.

Modalités d'évaluation

L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers d'ateliers de mise en pratique des notions et concepts abordés pendant la formation.

Programme

Transformation digitale de la fonction commerciale

- Le monde est digital : le nouveau terrain de jeu du marketeur moderne
- Le cycle de vente en BtoB : comment démarre-t-il ? Quelles sont ces différentes étapes ?
- Le nouveau marketing : comment la fonction marketing a dû se transformer pour s'adapter au digital ?
- L'Inbound marketing
- Le rôle du contenu de qualité
- La notion de tunnel de conversion
- Pourquoi il est important de rapprocher la fonction marketing et commerciale ?
- L'importance de la data
- Le rôle de la technologie
- Quelques chiffres sur l'Inbound Marketing
- Quels sont les modèles d'intégration du marketing digital ?
- Les principales phases de la transformation et leurs points de douleurs
- La mise en œuvre d'un pilote

Optimiser son tunnel de conversion

- Le rôle du tunnel de conversion
- Les étapes du tunnel de conversion
- Qu'est-ce qu'un prospect ? un prospect recyclé ? un MQL ? un SAL ? un SQL ?
- Transformer vos prospects en clients

Capter des leads

- Le rôle des call-to-actions
- Optimiser son site Web
- Comment concevoir ses landing pages

Lead nurturing & marketing automation

- Lead nurturing : gérer ses prospects en amont de la vente
- Marketing automation : définir ses workflow d'actions marketing automatisées
- Scoring de leads : établir un scoring de lead pour définir ses cibles prioritaires
- Présentation des plates-formes d'Inbound Marketing

The sales figures that hurt !

- Quelques chiffres sur les activités commerciales des entreprises en B2B
- Social selling : usages & scénario
- Le nouveau rôle des commerciaux à l'ère du digital

Introduction à linkedin

- Les chiffres sur LinkedIn
- LinkedIn, un réseau social de référence sur les CSP+

- LinkedIn, la rencontre des professionnels
- LinkedIn peut-il servir votre stratégie marketing & commerciale ?

Démarrer sur linkedin

- Créer et optimiser son profil
- Se rendre visible
- Les comptes Premium

Développer son réseau

- Se connecter à ses contacts
- Trouver de nouveaux contacts
- Exploiter son réseau

Prospecter efficacement

- Définir vos objectifs
- Rechercher des prospects
- S'inscrire à des groupes
- Créer son propre groupe
- Développer son influence
- Prendre contact avec les bonnes personnes
- Préparer vos RDV

Bénéficier pleinement de linkedin

- Utiliser les InMail
- Utiliser LeadBuilder
- Utiliser « Qui a consulté votre profil? »

Pour aller plus loin

- Quelques outils de social selling à connaître
- L'avenir du Social Selling