

Outils digitaux au service de l'action commerciale

2 jours
14 heures

Objectif professionnel : Détecter et concrétiser des opportunités commerciales durables. Identifier les intérêts du réseau professionnel (RP) en BtoB. Acquérir les méthodes et outils pour élargir son réseau professionnel. Identifier les outils du Web 2.0 pertinents. Optimiser sa visibilité et démultiplier ses contacts BtoB – stratégie dans la durée.

Objectif pédagogique :

Définir votre stratégie commerciale digitale	Optimiser l'efficacité de votre présence sur les RSP	Votre plan d'action commercial sur les réseaux sociaux professionnels (RSP)	Développer et animer votre réseau, publier sur les RSP
---	---	--	---

Tout salarié en charge de développer une stratégie digitale commerciale

Prérequis : Connaître son offre commerciale et ses cibles.

1. Définir votre stratégie commerciale digitale
Définition des cibles, définition des objectifs pour chaque cible, synthèse des outils digitaux adaptés à vos objectifs commerciaux, apports de votre réseau professionnel pour atteindre les objectifs : les principes et les usages du networking, panorama des réseaux sociaux pertinents pour votre activité : comment prioriser
Cartographie du réseau professionnel
Modalités pédagogiques : Travail individuel d'identification des cibles et objectifs. Jeu en groupe : « qui peut me connecter à » et recherche de connecteur sur LinkedIn. Exercice d'identification du réseau professionnel off-line et on-line et mesure des écarts

2. Optimisez l'efficacité de votre présence sur les RSP
Cohérence des points de contacts on-line entre vous, votre entreprise et vos cibles, optimisation de votre profil LinkedIn.
Modalités pédagogiques : Evaluation de la performance du profil LinkedIn selon une « check-list », travail en binôme pour bénéficier du regard croisé, plan d'action individuel

3. Comment développer et animer votre réseau plus efficacement et atteindre vos objectifs
Focus sur le développement commercial avec 2 approches : utiliser les RSP lors du process de vente, approche « inbound marketing », être choisis par vos prospects, les techniques digitales d'acquisition de prospects, garder le contact après un échange pro, le RGPD...
Modalités pédagogiques : Mise en situation à partir de vos objectifs prioritaires et de vos contacts professionnels récents, identifier les bonnes pratiques RSP

4. Développer et animer votre réseau, publier sur les RSP et développer votre démarche commerciale digitale
Animer son réseau, l'action commerciale digitale : quel message, quand et auprès de qui ? Stratégie et exercices de partage et de publication de contenus, les outils de social selling, présence sur les groupes LinkedIn, / opportunités de création de groupe...
Modalités pédagogiques : Recherche avancée de contacts, rédaction de messages, exercice de partage et création de contenus ciblés

Groupe de 4 à 8 participants

Profil des formateurs consultable sur www.managir.com

Horaires habituels de formation 9h30 – 17h30

Evaluation des compétences en début et en fin de formation. Mesure de satisfaction en fin de session. Mesure de satisfaction du donneur d'ordre à ± 8 jours, évaluation par « Avis Vérifiés » à ± 1 mois, mesure de satisfaction et d'impact à ± 3 mois. Possibilité de questionnaire complémentaire par mail pendant 30 jours

INFORMATIONS ET INSCRIPTIONS
01 45 23 22 22 ou ggury@managir.com

Réf. 312-018
Version 230721