

Les Réseaux sociaux : un atout commercial

Niveau1

Objectifs de la formation	
Adapter sa stratégie de prospection commerciale aux réseaux sociaux. Identifier le canal adapté à son public cible Communiquer avec ses prospects de manière claire et efficace. Cultiver son personal branding commercial. Optimiser sa visibilité commerciale en ligne pour mieux vendre.	
PUBLIC	Toute personne débutant sur réseaux sociaux et désirant se familiariser avec les outils du Web 2.0
PRE REQUIS	Connaître Windows et Internet
ORGANISATION	Durée : 1 Jour (7h) Matériel : Un poste par personne A distance Nombre de Stagiaires : 1 à 2 personnes
FORMATEUR	Formateur ayant les compétences de développement et application web et disposant d'une expérience d'au moins 2 ans en Formation
PEDAGOGIE	Pré-évaluation des besoins. Apports théoriques et exercices pratiques permettent d'approfondir les connaissances de base. Réalisation lorsque le temps le permet des créations de projets personnels. Evaluation de stage à chaud. Evaluation des acquis (QCM ou mise en situation ou exercice test d'application). Attestation de stage. Evaluation de stage à froid.
MODULE SUIVANT	
HANDICAP	En cas de situation de handicap, contactez-nous pour connaître l'accessibilité à la formation en fonction de nos partenaires handicaps

PROGRAMME TYPE

<p>Analyser ses comportements actuels de prospection avec les médias sociaux Quels sont mes connaissances, habitudes, freins, et techniques actuels. Pourquoi prospecter sur les réseaux sociaux ? Comprendre leurs intérêts en tant qu'outils incontournables de vente. Choisir un réseau social pour son public cible. Comment le choisir. ? Exercice Cartographie d'habitudes et présentation des objectifs de chaque participant.</p> <p>Créer son personal branding en tant que commercial Découvrir son personal branding : se "googler". Harmoniser les stratégies Networking off et on line à travers son personal branding. Pourquoi et comment définir sa propre stratégie :? Construire un personal branding efficace pour tirer le meilleur profit en ligne : les étapes à mettre en place. Augmenter les chances de réussite et diminuer les risques d'avoir un personal branding obsolète. Exercice Création du personal branding commercial. Rechercher sur le net son identité numérique : se "googler".</p>	<p>Créer des stratégies pointues de pré-qualification et de détection Pré-qualifier et détecter les besoins des prospects et clients actuels. Identifier les objectifs commerciaux et comment les transposer sur les réseaux sociaux. Les techniques de communication commerciale sur les médias sociaux. Etude de cas Analyse de profils différents.</p> <p>Comprendre comment utiliser les réseaux sociaux afin d'augmenter le CA Augmenter les points d'entrée. Connaître les techniques pour la prospection, les contacts, et les clients en ligne. Mettre en place une veille commerciale. Maîtriser les fonctionnalités qui aident à vendre. Comprendre les pièges à éviter. Etude de cas Démonstration et surf sur les réseaux sociaux. Identifier les facteurs clés de succès dans l'utilisation des réseaux sociaux.</p>
---	--