

AC050

BASES

2 jours 14 heures

1124 €

Exonérés de TVA
Déjeuners offerts

Social Selling

Exploiter efficacement les réseaux sociaux

OBJECTIFS

- **Connaître** les différents outils modernes de prospection (caractéristiques, avantages, risques)
- **Comprendre** la complémentarité existant entre ces différents outils et les méthodes classiques de prospection
- **Connaître** les éléments de langage liés aux nouveaux outils
- **Rendre** les participants autonomes et capables de définir eux-mêmes leurs stratégies de communication et prospection en fonction de leur situation, en :
 - s'appropriant les outils à disposition et leurs effets
 - identifiant les meilleures stratégies de communication / prospection
 - réduisant les freins et préjugés liés aux nouvelles technologies
 - étant capables d'évaluer les impacts organisationnels liés (charge de travail, temps consacré)

PROGRAMME

A. POURQUOI ÊTRE PRÉSENT SUR LES NOUVEAUX OUTILS DE COMMUNICATION ?

1. Évolution du comportement des consommateurs
2. Éléments dimensionnants

B. SOCIAL SELLING

1. 4 piliers
2. Appâts
3. Pourquoi utiliser LinkedIn, Viadeo, Twitter

C. UTILISATION DES PRINCIPAUX OUTILS NTIC POUR DÉVELOPPER VOTRE BUSINESS

1. Exercices pratiques : LinkedIn, Viadeo, Twitter
2. Art du Storytelling
3. Booster son profil

D. COMMENT CRÉER, COMPLÉTER OU ALLÉGER MON PROFIL

1. LinkedIn : exercices pratiques
2. Viadeo : exercices pratiques
3. Twitter : exercices pratiques

E. COMMENT COMMUNIQUER AUPRÈS DE SES CLIENTS ET PROSPECTS

1. Communication différenciée selon les médias exploités et leurs objectifs
2. Source d'informations pour alimenter les médias de l'agence
3. Comment faire une recherche efficace de prospects ? et qu'en faire ensuite ?
4. Comment faire une recherche efficace de prospects sur : LinkedIn, Viadeo, Twitter et qu'en faire ensuite ?

PUBLIC

- Animateurs de réseau courtage Intermédiaires et leurs collaborateurs
- Inspecteurs commerciaux
- Toute personne souhaitant acquérir des compétences dans le domaine visé

PRÉ-REQUIS

Pas de pré-requis.

POINTS FORTS

A partir de l'exposé de l'intervenant, du partage d'expériences et de mises en situation, les participants structurent leur démarche puis s'exercent à la mise en pratique des méthodes.

FORMATEUR(S)

Cette formation est animée par un professionnel de la vente et de la relation client, formateur expert de l'Ifpass.

SESSION(S) 2018

Paris,

12 et 13 juin
13 et 14 décembreDisponible en régions
sur demande

PERSONNALISATION DE PARCOURS

Un questionnaire préparatoire sera remis en amont de la formation au participant lui permettant de faire remonter auprès du formateur ses attentes et besoins spécifiques.

VALIDATION

Une attestation sera remise au stagiaire à la fin de la formation.