

PROGRAMME FORMATION LINKENDIN

Titre de la formation :

Actions de formation dispensées aux créateurs et repreneurs d'entreprise - Module : stratégie marketing & réseaux sociaux ;

Publics visés : Dirigeant d'entreprise, responsables Marketing ou Commerciaux, Communication.

Durée : 28 heures.

Prérequis : Faire usage d'internet au quotidien.

Objectifs pédagogiques :

A la fin de la formation, l'apprenant sera capable de :

- Définir un plan d'action Marketing.
- Gérer les réseaux sociaux.
- Animer une communauté sur les réseaux sociaux.
- Lancer et gérer une campagne publicitaire.
- Mesurer & optimiser votre présence marketing.

Compétences visées : Marketing digital, rédaction de contenu éditoriaux et web, contenu de sites internet, animation des réseaux sociaux.

Modalités pédagogiques : Formation en présentiel et à distance.

Moyens pédagogiques : Paperboard, vidéoprojecteur, ordinateur, supports de Cours imprimés et/ou numérisés.

Modalités d'évaluation : A la fin de la formation des exercices d'évaluation de compréhension, sous forme de QCM, seront complétées par le stagiaire.

Méthodes et techniques pédagogiques : Méthode interrogative, Travail en sous-groupe., Exposé théorique. Méthode Expérimentale, Etude de cas, Exercices d'application, Méthode Active.

Contenu de la formation

Définir sa stratégie :

- Identifier ses cibles.
- Définir ses objectifs.
- Planifier son plan d'actions.
- Choisir ses indicateurs de performance

Créer & personnaliser sa page et démarrer sa prospection sur LinkedIn

- Identifier les décideurs,
- Créer une liste des prospects,
- Créer une liste des comptes,
- Sales Navigator,
- Retrouver les informations clés de l'entreprise (Société.com),
- Retrouver les informations clés du prospect (Lusha, contactout),
- Automatiser : ProspectIn & Hootsuite,
- Gérer l'administration de la page et les contributeurs.

Le pitch commercial :

- Les attentes du client, vis-à-vis du commercial, vis-à-vis de l'entreprise, vis-à-vis de la concurrence,
- Gestion du temps du commercial,
- Identification de sa valeur ajoutée et construction du pitch,
- Identification des forces et faiblesses de chaque offre,

- Travail autour des enjeux du client.

Techniques de vente :

- Travail de renforcement de l'impact du pitch,
- La structure de l'entretien de vente : prise de contact, découverte, argumentation,
- Techniques de clôture des contrats.

Enrichir la page :

- Automatiser la prise de RDV : <https://calendly.com/>
- Rédiger des courriers avec appel à l'action : prise de RDV, (MailChimp),
- Utiliser des liens trackés pour mesurer la performance.

Générer de l'audience avec LinkedIn Ads :

- Mettre en place des campagnes publicitaires,
- Définir ses indicateurs de performance et établir son budget,
- Les formats publicitaires disponibles,
- Contrôler ses campagnes : les KPI,
- Analyser les comportements des visiteurs et des fans,
- Mesure de la performance : ROI, ROE, ROA.

Livrables de la formation.

- Formation : Mise en place d'une prospection commerciale à travers les réseaux sociaux. Mesurer & optimiser votre présence marketing,
- Guide : Création de landing page pour collecter les coordonnées des prospects,
- Guide : Création des campagnes publicitaires, destinées à votre cible,
- Guides *How to ?* Comment faire dans les réseaux sociaux ? Guides pas à pas sur l'utilisation de l'outil. Facebook + LinkedIn + ProspectIn,
- Guide : Automatisation des RDV client à travers l'automatisation de mail.
- Guide : Mise en place l'automatisation de mes réseaux sociaux : *Hootsuite* ou *Prospectin*.
- Guide : Mise en place d'un service client via WhatsApp.
- Guide : mise en place de google My Business.