



2 OU 3 JOURS



Présentiel 14h ou 21h



Distanciel 14h ou 21h

OUTILS DIGITAUX AU SERVICE DE L'ACTION COMMERCIALE



PUBLICS CONCERNÉS

- Tout collaborateur en charge de développer une stratégie digitale commerciale (Dirigeants, Responsables et chargés de communication, Responsables et chargés de marketing, Directeurs commerciaux ...)



L'enjeu des entreprises aujourd'hui est d'inclure le digital dans la stratégie commerciale BtoB et d'adapter les pratiques des équipes. Cette formation vous apporte les clés pour créer une identité numérique forte pour votre entreprise et vos commerciaux et pour développer votre business grâce aux outils digitaux du moment (LinkedIn, Twitter, etc.).



PRÉ-REQUIS

- Il est préférable de connaître son offre commerciale et ses cibles pour profiter pleinement de cette formation.

PROGRAMME DÉTAILLÉ

1. LES « OUTILS DIGITAUX » AUJOURD'HUI

- Réflexion de groupe – état des lieux – nouveaux comportements.

2. LES FONDAMENTAUX D'UNE STRATÉGIE COMMERCIALE DIGITALE : ATTIRER – CONVERTIR - FIDÉLISER

- Les stratégies de conversion
- Tunnel de conversion web
- Le Site web
- Le commercial 3.0 (Anatomie d'un profil LinkedIn commercial percutant - votre "message unique" ? Lien avec la technique du CAB - Vos liens incontournables - Vos contenus "phares" - Les mots clés)

Exercice : un profil LinkedIn percutant

3. STRATÉGIES DE SOCIAL SELLING EN BTOB

○ Une action commerciale complète et Digitale sur LinkedIn !

- Cartographier votre réseau - Identifier sur LinkedIn : Les méthodes de recherche
- Inviter efficacement - Animer votre compte LinkedIn
- Techniques de publication, d'animation du mur - Les articles dans Pulse
- Techniques d'interaction

Exercice pratique : publier un « post »

○ Twitter dans la pratique commerciale



OBJECTIFS

- Apprendre à définir une stratégie commerciale digitale
- Comprendre comment adapter ses pratiques aux outils digitaux actuels
- Détecter des opportunités commerciales grâce aux outils digitaux
- Entrer en contact avec des prospects en BtoB grâce aux outils digitaux
- Découvrir les techniques pour améliorer sa visibilité et sa notoriété sur le web

- Évaluer, entretenir et animer son réseau relationnel pour optimiser sa démarche commerciale
- Exploiter les réseaux internet pertinents pour développer son réseau relationnel

MÉTHODES PEDAGOGIQUES

Centrée sur la mise en pratique. Les participants appliquent les outils directement à leur situation. Le jour 3 optionnel est préconisé un mois plus tard pour avoir le temps de mettre en pratique. Le formateur reste disponible pour toute question pendant l'inter-session, et à l'issue de la formation.

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

Support complet avec les concepts et les exercices d'entraînement des Quiz et un Plan de Progrès individuel.

MODALITÉS

- INTER ou INTRA à partir de 5 participants
- Lieux : IDF et Province

FINANCEMENT

Pour les adhérents de l'OPCO ATLAS, cette formation est disponible en Action collective. Pour toute question sur ce dispositif de financement, contactez nos conseillères formations :

- Par téléphone : 01 47 39 02 02
- Par mail : info@evoluteam.fr

- Philosophie et usages Twitter
- Créer son compte - Développer sa communauté - Tweeter au quotidien
- Social Selling sur Twitter - Plan d'action individuel

○ Les outils et stratégies de conquête prospects

- Qualifier et attirer des prospects avec l'Inbound marketing – marketing entrant ou marketing de contenu
 - Blog / Réseaux sociaux / Référencement naturel
- Qualifier et attirer des prospects avec l'Outbound marketing - marketing sortant
 - Google Adwords / Display / Campagnes payantes réseaux sociaux ...

Exercice de groupe : Analyse critique de contenus issus du Web et des réseaux sociaux

- Quelle synergie entre tous ces outils ? Quel partage des tâches en interne ? Quel rôle à jouer pour l'équipe commerciale ? Quelle synergie avec le service marketing (si existant)

4. RGPD ET SOCIAL SELLING : LA PROTECTION DES DONNÉES DU PROSPECT / CLIENT

- Ce que dit la loi
- Quelles informations peut-on collecter et conserver sur un prospect / client ?
- RGPD et réseaux sociaux : une formidable opportunité de créer du lien avec vos clients

5. LES STRATÉGIES DE FIDÉLISATION CLIENT, DE UP ET CROSS SELLING (VENTES CROISEES)

- Garder le contact avec ses clients via l'emailing
- Partager avec ses clients sur les réseaux sociaux en ayant une démarche active régulière

Atelier : Accompagner et suivre les équipes commerciales sur ces enjeux digitaux

Plan d'action : les prochaines étapes à l'issue de la formation

. 3^{EME} JOUR (OPTIONNEL)

○ Retour sur la formation initiale – réactivation et partage d'expériences

- Première mise en œuvre et résultats obtenus
- Suivre les performances de sa stratégie digitale
 - L'analyse des données : Issues des réseaux sociaux / des publicités digitales / du site Internet de l'entreprise ...
- Enrichissement du plan d'actions
- Découvrir les autres réseaux sociaux et comprendre leur intérêt dans l'activité commerciale en BtoB
 - Viadeo
 - YouTube
 - Instagram
 - Messageries : WhatsApp, Messenger, SnapChat...

FORMATION À DISTANCE

Pendant toute la période de votre formation, pour toute question relative à la plateforme ou pour toute assistance technique, notre équipe pédagogique en charge des modules e-Learning, répondra à vos questions

- de 9h30 à 17h30 au 01 47 39 02 02
- ou sur l'adresse mail suivante : contact@creativelearning.digitalcamp.fr

- Découvrir les autres outils digitaux et comprendre leur intérêt dans l'activité commerciale en BtoB
 - Les nouveaux types de CRM pour booster la prospection
 - Les moteurs de recherche d'information légales et commerciales
 - Qu'est-ce qu'un curateur de contenu ?
 - La programmation et l'automatisation des publications sur les réseaux sociaux
- Quiz de vérification des connaissances
- Enrichissement d'un Plan d'actions
- Débriefing de fin de session