

## « Les fondamentaux pour bien débuter en social-selling »

Durée : 1 jour

### 1. Objectifs de la formation

- Connaître et utiliser les différents media sociaux.
- Développer sa légitimité digitale.
- Maîtriser les fondamentaux de la communication digitale.

### 2. Public concerné et prérequis éventuels

- Tout public ayant une activité incluant des activités commerciales.

### 3. Contenu

#### 1. Pourquoi le social-selling est-il devenu incontournable ?

- Evolution des comportements d'achat et de consommation ;
- Usage des réseaux et des médias sociaux ;
- Inbound Marketing et Social selling.

#### 2. Les quatre piliers du social-selling (sous la forme de mises en situations)

- Se positionner et créer sa marque professionnelle ;
- Trouver les interlocuteurs et rentrer en relation ;
- Tisser des relations de confiance et Interagir efficacement ;
- Convertir ses prospects en clients satisfaits.

#### 3. Pour un social-selling efficace

- La posture comportementale optimale ;
- Attirer et susciter l'intérêt ;

#### 4. Les caractéristiques des principaux réseaux sociaux

- Facebook / Twitter / LinkedIn :
- ✓ Les différents formats de contenu ;
- ✓ Quel(s) réseau(x) choisir pour lancer et développer son activité ?
- ✓ Usages professionnels et individuels : créer son profil et /ou sa page entreprise ;

#### 5. Intégrer efficacement le social-selling dans sa démarche communication (sous la forme d'ateliers)

- Créer un profil
- Pourquoi intégrer des groupes ?
- A faire / A surtout ne pas faire

## 6. Méthode et moyens pédagogiques

- **Utilisation du langage des couleurs pour optimiser sa communication.**
- Une approche pédagogique suivant des méthodes déductives et inversées ;
- Des mises en application avec des outils digitaux et des cas concrets adaptés ;
- Un support stagiaire avec les différents outils travaillés durant le séminaire ;
- Des sessions espacées pour permettre une mise en pratique progressive et une analyse des retours d'expérience.