

OPTIMISER LINKEDIN & SITE INTERNET

OBJECTIFS

- ✚ Optimiser son compte LinkedIn professionnel.
- ✚ Intégrer les enjeux de LinkedIn pour le commerce.
- ✚ Décrocher des prospect et les suivre.

CONCERNE

Toute personne souhaitant utiliser le réseau social LinkedIn comme apporteur d'affaires commerciales.

PRÉREQUIS

Avoir une connaissance minime de la paramétrisation de LinkedIn

PÉDAGOGIE

Apports didactiques – Support de formation par apprenant.
Travail sur des cas concrets de l'apprenant.
Quizz de fin de validation des compétences.

SANCTION DE LA FORMATION

Attestation d'acquisition de compétences

ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Durant la formation, via des QCM et des mises en situation, le consultant établira une évaluation en trois niveaux **A**cquis – **E**n cours d'**A**cquisition – **N**on **A**cquis sur les compétences suivantes :

- Paramétrer LinkedIn
- Promouvoir son offre commerciale par LinkedIn



PROGRAMME



PRÉSENTER LINKEDIN LE RÉSEAU SOCIAL BTOB

LinkedIn en quelques chiffres
LinkedIn pour qui ?
LinkedIn pour quels usages ?

AMÉLIORER SON PROFIL COMMERCIAL SUR LINKEDIN

Découvrir l'interface et les outils LinkedIn.
Maîtriser les règles et les qualités d'un bon profil.
Soigner votre profil – le rendre attractif et pertinent.
Promouvoir votre identité professionnelle.
Optimiser votre fil d'actualités – communiquez et restez informé.
Développer votre réseau de contacts.
Bien communiquer et partager votre savoir-faire ou expertise.
Rejoindre des groupes et y participer.
Maîtriser les outils d'analyse.

ENTRER EN CONTACT AVEC SES PROSPECTS SUR LINKEDIN

Identifier, selon ses objectifs, les prospects qualifiés sur LinkedIn.
Établir une fiche prospect de profil linkedin type.
Entamer la relation avec ses prospects sans prendre contact.
Partager et commenter, quels sont les impacts ?
Personnaliser ses messages d'invitation de mise en relation.
Écrire un message de mise en relation crédible.
Capitaliser sur des occasions spéciales pour prendre contact.
Éviter les 5 erreurs pour rester crédible.

CONVERTIR SES RELATIONS LINKEDIN EN CLIENT

Estimer la maturité et l'engagement de son prospect pour lui proposer un rendez-vous.
Intégrer ses prospects à son CRM pour les inclure dans son tunnel de vente.

PRÉSENTER L'INTÉRÊT DU COMPTE LINKEDIN PREMIUM

Maîtriser l'outil de prospection commerciale: Sales Navigator.
Exploiter les nouvelles commerciales pour s'informer :
- sur ses clients
- sur ses prospects.
Identifier des cibles d'intérêt avec Sales Navigator.
TeamLink : améliorer ses interactions avec ses prospects.
InMail : gagner en légitimité dans ses prises de contact.

DURÉE

02 jours soit 14 heures