



PROGRAMME DE FORMATION

Communication Digitale *Prospecter et Développer son réseau sur LinkedIn*

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Comprendre les fonctionnalités de base de LinkedIn
- Connaître les meilleures pratiques pour optimiser son profil et sa présence sur LinkedIn
- Comprendre les différentes stratégies de prospection et de développement de son réseau sur LinkedIn
- Savoir identifier et sélectionner les prospects potentiels sur LinkedIn
- Savoir personnaliser les messages pour une prospection efficace sur LinkedIn
- Savoir analyser et mesurer les résultats de sa prospection et de son développement de réseau sur LinkedIn
- Être organisé et méthodique dans sa prospection et son développement de réseau sur LinkedIn

Ces compétences peuvent être évaluées par des exercices pratiques, des études de cas, des tests ou des simulations de situation.

PUBLIC CONCERNÉ

- Chef d'entreprise, chargée de communication, community manager, commercial, ingénieur commercial, manager commercial, demandeur d'emploi, cadres. Toute personne qui voudrait utiliser LinkedIn pour booster sa prospection ou sa recherche d'emploi.
- Une première utilisation des réseaux sociaux professionnels est un plus.

PRÉ-REQUIS

Aucun prérequis nécessaire à la formation.

Disposer d'un ordinateur ou d'un téléphone portable (smartphone) lors des sessions de formation.

Avoir un CV à jour.

DURÉE DE LA FORMATION ET MODALITÉS D'ORGANISATION

21 heures - 3 journées

- *En présentiel : 10 stagiaires maximum*
- *Sur site : sur-mesure, nous contacter*
- *En distanciel : 4 stagiaires maximum*



LIEU DE LA FORMATION

- En présentiel : sur mesure.
- Possibilité de formation sur site.
- En distanciel : via Google Meets

CONTENU DE LA FORMATION

Jour 1 : Optimisation du profil et prospection de prospects

- **09h00 - 10h30 : Module 1 - Optimiser et créer son profil sur LinkedIn (90 minutes)**
 - Compléter son profil de manière efficace
 - Soigner son titre et son résumé de profil
 - Optimiser les mots-clés pour être trouvé par les bons prospects
 - Développer son réseau pour renforcer sa visibilité et sa crédibilité
- **10h30 - 10h45 : Pause**
- **10h45 - 12h00 : Module 2 - Identifier et rechercher des prospects qualifiés (75 minutes)**
 - Identifier ses types de prospects et les caractéristiques de ses clients idéaux
 - Explorer les contacts de ses contacts pour trouver des pistes
 - Utiliser le moteur de recherche de LinkedIn et les opérateurs booléens pour trouver des prospects pertinents
 - Utiliser Sales Navigator pour optimiser ses recherches de prospects
- **12h00 - 13h00 : Déjeuner**
- **13h00 - 14h15 : Module 3 - Prospecter autrement sur LinkedIn (75 minutes)**
 - Exploiter les pages entreprises pour identifier des prospects et suivre l'actualité de ses concurrents
 - Utiliser les groupes pour entrer en contact avec des prospects qualifiés
 - Tirer parti de la rubrique "Qui a consulté votre profil" pour identifier des prospects intéressés
 - Transformer des abonnés en contacts qualifiés en les engageant
 - Utiliser les fonctionnalités À proximité et QR Code pour rencontrer des prospects en personne
- **14h15 - 14h30 : Pause**
- **14h30 - 16h00 : Atelier pratique (90 minutes)**
 - Mise en pratique des modules 1 à 3 : création et optimisation du profil, recherche et identification de prospects, début de la prospection.
- **16h00 - 16h15 : Pause**
- **16h15 - 17h45 : Atelier pratique (90 minutes)**
 - Continuation des exercices pratiques : affinement des profils, échanges de retours sur les premières recherches de prospects, ajustement des stratégies de prospection.

Jour 2 : Maîtriser le Social Selling et promouvoir sa marque

- **09h00 - 10h15 : Module 4 - Maîtriser le Social Selling sur LinkedIn (75 minutes)**
 - Définir le Social Selling et comprendre son importance sur LinkedIn
 - S'intéresser à ses prospects pour mieux les connaître et les cibler
 - Interagir avec ses prospects pour établir des relations de confiance
 - Découvrir le Social Selling Index pour mesurer son efficacité en termes de Social Selling
 - Analyser le Social Selling Index et utiliser d'autres indicateurs pour améliorer sa stratégie de Social Selling
- **10h15 - 10h30 : Pause**



- **10h30 - 11h30 : Module 5 - Promouvoir sa marque et obtenir des clients sur LinkedIn (60 minutes)**
 - Comment créer une page entreprise et les astuces pour la faire connaître
 - Comprendre les enjeux liés à la présence d'une marque sur LinkedIn
 - Présentation des différentes fonctionnalités de LinkedIn pour prospecter, développer son réseau et se faire connaître comme expert
 - Engager les collaborateurs pour une page entreprise performante
 - Identité numérique : les pièges à éviter et l'importance de la recommandation
 - Les astuces pour augmenter le nombre d'abonnés et l'utilisation de la publicité payante sur LinkedIn
- **11h30 - 12h30 : Atelier pratique (60 minutes)**
 - Mise en pratique des modules 4 et 5 : définition d'une stratégie de Social Selling, création ou optimisation de la page entreprise, élaboration d'une stratégie de marque sur LinkedIn.
- **12h30 - 13h30 : Déjeuner**
- **13h30 - 15h00 : Module complémentaire : Les comptes PREMIUM et les solutions de marketing et de recrutement sur LinkedIn (90 minutes)**
 - Exploration des avantages des comptes Premium pour les professionnels
 - Présentation des solutions de marketing et de recrutement disponibles sur LinkedIn
- **15h00 - 15h15 : Pause**
- **15h15 - 16h45 : Atelier pratique (90 minutes)**
 - Mise en place d'une stratégie de marketing ou de recrutement sur LinkedIn avec les outils Premium.
- **16h45 - 17h00 : Pause**
- **17h00 - 18h00 : Session de Q&A et Feedback (60 minutes)**
 - Réponses aux questions, échange d'expériences, ajustements personnalisés sur les stratégies de Social Selling et de marque.

Jour 3 : Création de contenu et stratégie de long terme

- **09h00 - 10h30 : Bonus - Écrire et créer du contenu dynamique (90 minutes)**
 - Publier efficacement pour rendre sa marque visible et comprendre l'algorithme de LinkedIn
 - Établir une ligne éditoriale et un calendrier pour publier du contenu engageant
 - Comment obtenir des clients sur LinkedIn et comment mesurer son efficacité grâce aux outils et statistiques disponibles
- **10h30 - 10h45 : Pause**
- **10h45 - 12h15 : Atelier pratique (90 minutes)**
 - Création de contenu : élaboration d'une stratégie de publication, planification d'un calendrier éditorial, rédaction de posts pour LinkedIn.
- **12h15 - 13h15 : Déjeuner**
- **13h15 - 14h45 : Atelier pratique (90 minutes)**
 - Mise en œuvre de la stratégie de Social Selling et promotion de la marque à travers le contenu créé : analyse des premiers résultats.
- **14h45 - 15h00 : Pause**
- **15h00 - 16h30 : Bilan et plan d'action (90 minutes)**
 - Synthèse des apprentissages des trois jours
 - Élaboration d'un plan d'action personnalisé pour chaque participant
 - Discussion et feedback collectif
- **16h30 - 17h00 : Clôture de la formation (30 minutes)**
 - Dernières questions, remise de supports, évaluation de la formation, networking entre participants.



MOYENS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation.
- Documents, supports de formation projetés.
- Exposés théoriques
- Étude de cas concrets
- Quizz en salle
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation via dossier drive partagé en amont par mail.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

QCM en amont pour définir le niveau de connaissance

Formation : suivi des différents modules

QCM final pour valider les compétences acquises

PROFIL DU(DES) FORMATEUR(S)

Gaune Solenn, directrice de l'agence de communication Apostrophe Social Media, possède plus de 4 années d'expérience en formation professionnelle et en enseignement. Diplômée en Marketing et Communication Digitale ainsi qu'en LEA avec une spécialisation en communication digitale.

MOYENS TECHNIQUES

Mise à disposition de salles équipées de rétroprojecteurs.

TARIF

Nous contacter pour un devis.

DÉLAI D'ACCÈS

Pour une formation en présentiel, les inscriptions doivent être réalisées 2 semaines avant le début de la formation.

Pour une formation sur site, les inscriptions doivent être réalisées 1 semaine avant le début de la formation en fonction des disponibilités des 2 parties.

Pour une formation en distanciel, les inscriptions doivent être réalisées 1 semaine avant le début de la formation.



CONTACT

Gaune Solenn
Référente pédagogique et formatrice
formation@apostrophe-consulting.fr
0762736089

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Les personnes atteintes de handicap souhaitant suivre cette formation sont invitées à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivre la formation dans les meilleures conditions.

Gaune Solenn
Référente handicap
formation@apostrophe-consulting.fr
0762736089