

# Formation : Prospective avec les réseaux sociaux

Cours pratique - 1j - 7h00

Réf. PRS - Prix : 810 € H.T.

 4,6 / 5

Comment utiliser les réseaux sociaux pour augmenter votre chiffre d'affaires ? Cette formation vous permettra d'améliorer vos pratiques et techniques de communication commerciale sur les médias sociaux et développer de nouvelles stratégies de prospection.

## Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

- ✓ Adapter sa stratégie de prospection commerciale aux réseaux sociaux
- ✓ Identifier le canal adapté à son public cible
- ✓ Communiquer avec ses prospects de manière claire et efficace
- ✓ Cultiver son personal branding commercial
- ✓ Optimiser sa visibilité commerciale en ligne pour mieux vendre

## Public concerné

Responsables et managers commerciaux, KAM, chefs de ventes.

## Prérequis

Expérience dans le domaine commercial. Une première utilisation des réseaux sociaux est souhaitable.

Vérifiez que vous avez les prérequis nécessaires pour profiter pleinement de cette formation en faisant [ce test](#).

## Méthodes et moyens pédagogiques

### Travaux pratiques

Atelier digital. Exercices de création de son identité numérique. Etude de cas. Echanges de bonnes pratiques.

## PARTICIPANTS

Responsables et managers commerciaux, KAM, chefs de ventes.

## PRÉREQUIS

Expérience dans le domaine commercial. Une première utilisation des réseaux sociaux est souhaitable.

## COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

## MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

## Modalités d'évaluation

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

## Programme de la formation

### 1 Auditer ses habitudes actuelles de prospection avec les médias sociaux

- Identifier ses connaissances, habitudes, freins, et techniques actuels.
- Prospector sur les réseaux sociaux : les raisons.
- Comprendre leurs fonctions en tant qu'outils incontournables de vente.
- Choisir un réseau social pour son public cible. Identifier comment le choisir.

#### Exercice

Cartographie d'habitudes et présentation des objectifs de chaque participant.

### 2 Créer son personal branding en tant que commercial

- Découvrir son personal branding : se "googler".
- Harmoniser les stratégies Networking off et online à travers son personal branding.
- Définir sa propre stratégie : pourquoi et comment ?
- Construire un personal branding efficace pour tirer le meilleur profit en ligne : les étapes à mettre en place.
- Augmenter les chances de réussite et diminuer les risques d'avoir un personal branding obsolète.

#### Exercice

Création du personal branding commercial. Rechercher sur le net son identité numérique : se "googler".

### 3 Créer des stratégies pointues de pré-qualification et de détection

- Pré-qualifier et détecter les besoins des prospects et clients actuels.
- Identifier les objectifs commerciaux et comment les transposer sur les réseaux sociaux.
- Recueillir des techniques de communication commerciale sur les médias sociaux.

#### Etude de cas

Analyse de profils différents.

### 4 Comprendre comment utiliser les réseaux sociaux afin d'augmenter le CA

- Augmenter les points d'entrée.
- Connaître les techniques pour la prospection, les contacts, et les clients en ligne.
- Mettre en place une veille commerciale.
- Maîtriser les fonctionnalités qui aident à vendre.
- Comprendre les pièges à éviter.

#### Etude de cas

Démonstration et surf sur les réseaux sociaux. Identifier les facteurs clés de succès dans l'utilisation des réseaux sociaux.

## MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

• Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.

• À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.

• Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

## MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

## ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Pour toute question ou besoin relatif à l'accessibilité, vous pouvez joindre notre équipe PSH par e-mail à l'adresse psh-accueil@orsys.fr.

## Solutions de financement

Plusieurs solutions existent pour financer votre formation et dépendent de votre situation professionnelle.

Découvrez-les sur notre page [Comment financer sa formation](#) ou [contactez votre conseiller formation](#).

## Horaires

Les cours ont lieu de 9h à 12h30 et de 14h à 17h30.

Les participants sont accueillis à partir de 8h45. Les pauses et déjeuners sont offerts.

Pour les formations de 4 ou 5 jours, quelle que soit la modalité, les sessions se terminent à 16h le dernier jour.