



## **Programme de formation**

### **Prospecter via les réseaux sociaux – Social selling**

Durée : 1 jour soit 7 heures  
En présentiel

Tarif minimum indicatif : 960€ (exonération TVA)  
Formation dispensée à partir de 1 personne minimum  
Effectif limité à 12 personnes.

Formation modulable selon vos besoins (sélection de modules possible)

Explorez les subtilités du Social selling au travers de notre programme de formation. Plongez dans les aspects pratiques des réseaux sociaux, découvrez des stratégies concrètes pour construire des relations significatives, et développez des compétences qui vous accompagneront tout au long de votre vie entrepreneuriale ou de votre parcours professionnel. Rejoignez-nous pour une journée d'apprentissage authentique et pratique dans le monde du Social selling.

## **Objectifs**

À l'issue de la formation, vous serez en capacité de :

- Mesurer l'impact du social selling dans un contexte professionnel en identifiant les opportunités commerciales et les stratégies d'application,
- Optimiser son profil sur les réseaux sociaux en mettant en œuvre des modifications spécifiques permettant d'accroître sa visibilité et son impact professionnel,
- Augmenter vos opportunités commerciales en convertissant des prospects à l'aide des techniques de prospection et de méthodes spécifiques,
- Mettre en place des objectifs de prospection définis en sélectionnant les outils de prospection appropriés,
- Favoriser la conversion des prospects en clients en renforçant les relations avec les prospects et en maintenant des interactions régulières,
- Évaluer l'impact de sa stratégie de prospection en mesurant les résultats obtenus à l'aide d'un plan d'action concret.

## **Public**

Chefs d'entreprise et salariés ayant des tâches de communication et commerciales



## **Programme de formation**

### **Prospecter via les réseaux sociaux – Social selling**

#### **Prérequis**

Afin de garantir une expérience de formation optimale, les participants doivent remplir les prérequis suivants :

- Accès à un ordinateur
- Avoir un compte LinkedIn et un compte Instagram
- Connaissance de la langue française

#### **Outils et méthodologies d'évaluation**

Avant la formation : avant le démarrage de la formation, une analyse préliminaire à l'aide d'un questionnaire est réalisée pour adapter le contenu de la formation aux besoins spécifiques du participant.

Pendant la formation :

Afin d'évaluer si les connaissances acquises pendant la formation sont correctement assimilées et faciliter la transférabilité sur le poste de travail, chaque participant est évalué individuellement à l'aide :

- Ateliers participatifs avec études de cas
- Mises en pratiques avec une simulation de prospection en direct

Une évaluation à la fin de la journée à l'aide d'un QCM validera votre niveau en sortie de formation.

Un point en fin de journée de formation recueillera vos impressions à l'aide d'un questionnaire d'évaluation à chaud qui mesurera votre satisfaction.

Après la formation : suite à la formation, nous maintenons un suivi actif en vous contactant environ un mois après la formation. L'objectif est d'évaluer l'impact du dispositif de formation dans votre quotidien professionnel et de nous assurer que les compétences acquises sont appliquées de manière efficace.



## **Programme de formation**

### **Prospecter via les réseaux sociaux – Social selling**

#### **Moyens d'encadrement de la formation**

Im'plante ta marque s'engage à adapter chaque formation aux besoins réels du stagiaire. L'animation est basée sur une pédagogie active avec des exercices pratiques et personnalisés, qui permettent l'ancrage en temps réel.

Cette animation s'appuie sur une alternance d'exposés théoriques et pratiques.

Chaque étape de la formation se fait en privilégiant :

- les échanges avec les participants ;
- des exercices pratiques pour une meilleure assimilation des données transmises ;

Des supports pédagogiques sont remis par mail à chaque participant à l'issue de la formation : supports de cours utilisés pendant la journée (PDF) ainsi qu'une bibliographie de liens utiles.

#### **Lieu de formation**

La formation est dispensée en présentiel en INTRA entreprise.

#### **Modalités et délais d'accès**

Le programme sera diffusé sur notre site [www.iptm.fr](http://www.iptm.fr) et sur les réseaux sociaux d'Im'plante ta marque (Instagram, Facebook et LinkedIn).

Les participants peuvent s'inscrire en appelant directement au numéro suivant : 06.75.60.14.33. Adeline Georges Schaffhauser, représentante de l'organisme de formation et formatrice, sera disponible pour fournir des informations supplémentaires, répondre aux questions et aider au processus d'inscription.



## Programme de formation

### Prospecter via les réseaux sociaux – Social selling

Les participants peuvent également s'inscrire en envoyant un e-mail à [adeline@iptm.fr](mailto:adeline@iptm.fr) en indiquant leur intérêt pour la formation « Prospecter via les réseaux sociaux – social selling » ou via le formulaire de contact sur notre site internet.

Après la première prise de contact par téléphone, par e-mail ou via le formulaire de contact, les participants recevront une fiche de renseignements qui nous permettra d'adapter la formation à vos besoins réels ainsi qu'un devis détaillé par e-mail. Le devis inclura les coûts de formation, les dates proposées, et toute autre information pertinente. Pour confirmer l'inscription, les participants devront signer le devis et le renvoyer par e-mail à l'adresse indiquée dans le processus d'inscription ainsi que la fiche de renseignements.

Toutes les inscriptions seront au préalable étudiées afin de déterminer la faisabilité de votre projet.

Le démarrage de la formation est de 10 jours minimum après la signature du contrat ou de la convention.

### Accessibilité

Si un bénéficiaire a des contraintes particulières liées à une situation de handicap, veuillez contacter au préalable le référent handicap afin que nous puissions dans la mesure du possible adapter l'action de formation et vous permettre de suivre celle-ci dans les meilleures conditions en accord avec votre employeur.

En intra-entreprise : il appartient au client de s'assurer que les locaux soient conformes et accessibles aux personnes en situation de handicap.

### Contacts

Adeline GEORGES SCHAFFHAUSER : formatrice, référente pédagogique et référente handicap

Tél : 06.75.60.14.33

Mail : [adeline@iptm.fr](mailto:adeline@iptm.fr)

### Contenu de la formation

Le programme est découpé en 6 modules et peut être découpé et adapté selon les besoins du client.



## **Programme de formation**

### **Prospecter via les réseaux sociaux – Social selling**

#### **Début de la formation**

Présentation des stagiaires  
Présentation de la formation  
Définition du cadre formatif  
Positionnement : QCM via Google Forms

#### **Module 1 : Mesurer l'impact du social selling dans un contexte professionnel en identifiant les opportunités commerciales et les stratégies d'application**

*Durée* : 1 heure

Définir le concept de social selling et son rôle dans le processus de vente,  
Identifier les avantages et les opportunités qu'offre le social selling,

*Évaluation* : QCM via Google Forms

#### **Module 2 : Optimiser son profil sur les réseaux sociaux en mettant en œuvre des modifications spécifiques permettant d'accroître sa visibilité et son impact professionnel**

*Durée* : 2h

Créer un profil attractif sur les plateformes sociales,  
Évaluer l'importance de la première impression en ligne pour attirer les prospects,

*Évaluation* : mises en pratique

#### **Module 3 : Augmenter vos opportunités commerciales en convertissant des prospects à l'aide des techniques de prospection et de méthodes spécifiques**

*Durée* : 1 heure

Identifier les techniques de prospection,  
Cibler des prospects pertinents,  
Personnaliser les approches initiales pour accroître l'efficacité.

*Évaluation* : mise en pratique

#### **Module 4 : Mettre en place des objectifs de prospection définit en sélectionnant les outils de prospection appropriés**

*Durée* : 1 heure

Identifier les outils de prospection  
Utiliser des outils de prospection automatisés de manière éthique,  
Identifier les avantages et les limites de l'automatisation dans le contexte du social selling.

*Évaluation* : mise en pratique



## Programme de formation

### Prospecter via les réseaux sociaux – Social selling

**Module 5 : Favoriser la conversion des prospects en clients en renforçant les relations avec les prospects et en maintenant des interactions régulières**

*Durée* : 1 heure

Élaborer une stratégie de suivi après le premier contact,

Appliquer des techniques d'engagement pour maintenir l'intérêt des prospects.

*Évaluation* : mise en pratique

**Module 6 : Évaluer l'impact de sa stratégie de prospection en mesurant les résultats obtenus à l'aide d'un plan d'action concret**

*Durée* : 1 heure

Utiliser des indicateurs de performance pour évaluer l'efficacité du social selling,

Élaborer un plan d'action individuel basé sur les enseignements de la formation.

*Évaluation* : mises en pratique

#### **Fin de la formation**

QCM final via Google Forms

À la fin de notre parcours de formation, nous nous réunirons pour une séance de clôture dynamique. Au cours de cette séance, nous examinons les principales compétences nouvellement acquises. Vous partagerez vos impressions à travers un questionnaire de satisfaction qui contribuera à façonner nos futurs programmes de formation.

### Suivi et évaluation des résultats

Questionnaire de positionnement, feuille d'émargement, exercices pratiques, mises en situation, document d'évaluation de satisfaction à chaud et à froid (1 mois) attestation de formation.

### Dates

Nous consulter

### Horaires de formation

De 9h à 13h et de 14h à 17h



## Programme de formation

### Prospecter via les réseaux sociaux – Social selling

#### Les plus

1. **Approche pratique** : la formation est axée sur des activités pratiques, notamment des études de cas, des simulations de prospection en direct, et des exercices concrets, permettant une application immédiate des compétences acquises,
2. **Adaptabilité aux niveaux de compétence** : convient tant aux débutants qu'aux professionnels du social selling. Les sessions sont structurées de manière à accompagner chaque participant selon son niveau de compétence initial.
3. **Expertise de la formatrice** : la formatrice est experte en social selling, apportant une connaissance approfondie et des conseils pratiques basés sur son expérience réelle dans le domaine.
4. **Feedback personnalisé** : les participants bénéficieront d'un feedback personnalisé sur les profils sociaux, leurs approches de prospection, et leurs engagements en temps réel, favorisant une amélioration continue.
5. **Mises en situation réalistes** : les participants auront l'occasion de mettre en pratique leurs compétences dans des scénarios de prospection réalistes, renforçant ainsi leur confiance et leur capacité à appliquer les connaissances acquises.

#### Nos résultats 2024

Atteinte des objectifs de la formation : 100%

Taux de satisfaction des participants : 100%

Taux de recommandation : 100%

Nombre de formations dispensées : 1

Nombre d'apprenants : 1