
lundi 19 février 2018

Programme de formation

Réf : 27371

Module 7 : Outils digitaux au service de l'action commerciale

Durée : 2 jours

Formation dispensée par
Activ'Partners

DEVELOPPEZ VOS COMPETENCES COMMERCIALES

1. Publics concernés

- Tout salarié en charge de développer une stratégie digitale commerciale (Dirigeants, Responsables et chargés de communication, Responsables et chargés de marketing, Directeurs commerciaux ...)

2. Pré-requis

- Connaître son offre commerciale et ses cibles.

3. Objectifs de la formation

- Apprendre à définir une stratégie commerciale digitale
- Détecter des opportunités commerciales grâce aux outils digitaux
- Entrer en contact avec des prospects (grâce aux outils digitaux)
- Découvrir les techniques pour améliorer sa visibilité et sa notoriété sur le web
- Evaluer, entretenir et animer son réseau relationnel pour optimiser sa démarche commerciale
- Exploiter les réseaux internet pertinents pour développer son réseau relationnel

4. Programme

1- Comprendre et exploiter la puissance des réseaux sociaux à des fins commerciales

- **Relier réseaux réels et réseaux virtuels**
 - S'approprier la théorie des 6 degrés de séparation pour prospecter par recommandation
 - Elargir son cercle d'influence pas à pas : liens forts/liens faibles
 - Réseauter avec méthode pour décupler les résultats
- **Connaître les règles et les usages des réseaux sociaux**
 - Comprendre les motivations des internautes sur les réseaux sociaux
 - Engager la conversation avec ses prospects sur un mode « social »
 - Utiliser les ressorts du partage et de l'engagement adaptés à sa cible
- **Créer les ramifications de sa sphère d'influence**
 - Paramétrer son CRM social pour qualifier ses contacts et cartographier son réseau
 - Créer une identification pertinente de ses relations pour optimiser les actions menées
 - Exploiter les données contacts en dehors des réseaux sociaux (export et plateformes externes)

DEVELOPPEZ VOS COMPETENCES COMMERCIALES

Mise en pratique : rechercher des profils ciblés au sein de son deuxième cercle de relations et classer ses contacts

2- Construire les piliers de ses actions commerciales

- **Créer son identité professionnelle sur les réseaux sociaux**
 - Créer des espaces (compte, page et/ou profil) « vendeurs », centrés sur les attentes de ses prospects et participant à l'e-réputation
 - Sélectionner les réseaux sociaux pertinents en fonction de sa cible et de ses activités (stratégie différenciée/indifférenciée)
 - Utiliser le pouvoir de la recommandation pour convaincre
- **Faciliter l'action commerciale**
 - Constituer des fichiers de prospection en maîtrisant la recherche avancée
 - S'inscrire dans groupes thématiques avec stratégie (réseau local/sectoriel/transverse)
 - Détecter des opportunités de vente en paramétrant sa veille sur les réseaux sociaux
- **Entretenir son réseau et rester actif pour être visible**
 - Comprendre la limite de la gratuité et découvrir les offres payantes
 - Interagir avec diplomatie sur le fil d'actualité de ses relations
 - Renforcer son e-réputation et son image grâce à un portfolio actualisé

Mise en pratique : effectuer des recherches avancées et paramétrer l'affichage de son fil d'actualité pour plus d'efficacité

3- Elaborer une stratégie de contenu efficace

- **Se lancer dans le marketing de contenu**
 - Comprendre le fonctionnement de Google et du référencement pour générer des appels entrants et maîtriser son e-réputation
 - Utiliser des outils complémentaires pour garder le contact avec ses prospects (emailing, abonnement, automatisation, etc.)
 - Paramétrer une veille sectorielle et concurrentielle
- **Déterminer les axes de sa stratégie éditoriale**
 - Choisir une ligne éditoriale pertinente pour ses cibles
 - Elaborer un planning éditorial variée et collaboratif sur la durée
 - Diversifier les contenus grâce aux plateformes de création en ligne
- **Mobiliser son réseau grâce au fil d'actualité**
 - Publier pour attirer l'attention et susciter le partage
 - Rester dans une démarche collaborative tout en valorisant l'expertise de l'entreprise
 - Partager du contenu autre que celui de l'entreprise : les règles à respecter

Mise en pratique : déterminer ses critères de veille et travailler sur un planning éditorial

4- Intégrer le digital à son plan d'actions commercial

- **Planifier des actions phares sur l'année**
 - Créer le buzz avec le marketing viral – Etudes de cas
 - Gagner en notoriété grâce au marketing d'influence : identifier les bons relais d'information

DEVELOPPEZ VOS COMPETENCES COMMERCIALES

- Créer du lien grâce au marketing de l'engagement en impliquant ses clients/fans

- **Organiser la fréquence de ses actions**
 - Intégrer les réseaux sociaux dans sa prospection et connaître les outils externes pour faciliter la gestion et optimiser le temps passé
 - S'engager sur une fréquence d'activité minimale ou déléguer l'animation pour plus d'efficacité (community manager)
 - Evaluer le résultat de ses actions pour recentrer ses efforts et optimiser les résultats grâce aux statistiques

- **Prévoir la gestion des retours négatifs**
 - Connaître recours et délai de prescription en cas de diffamation
 - Paramétrer veille et alertes pour plus de réactivité aux avis et commentaires négatifs
 - Anticiper les difficultés pour gérer une crise plus sereinement et rebondir

Mise en pratique : imaginer une action phare et un plan d'actions mensuel

5. Méthodes et moyens pédagogiques

- Supports visuels et guide imprimé
- Visites guidées de sites/plateformes web
- Etudes de cas
- Trame de stratégie digitale
- Exercices de réflexion et échanges d'expériences

6. Evaluations

- 1/ Questionnaire Amont
- 2/ Test amont-aval
- 3/ Evaluation à chaud des acquis de la formation
- 4/ Conférence de suivi à 45 jours avec évaluation du transfert de compétences

Evaluations des pré requis :

Questionnaire amont envoyé à chaque participant synthétisant l'expérience le contenu du poste, les principales attentes et objectifs du stagiaire. Après la présentation du stage et de son contenu, des méthodes et des objectifs visés, chaque participant spécifie ses attentes et les objectifs qu'il souhaite atteindre au terme de la formation.

Evaluations des acquis :

DEVELOPPEZ VOS COMPETENCES COMMERCIALES

Evaluation des acquis au cours des différents ateliers de mises en situation et du débriefing réalisé après chaque atelier pratique.
Les participants construisent avec le formateur un Plan Personnel de Progrès en conclusion de la formation.

Suivi :

→ *Suivi collectif :*

Un retour d'expérience sous la forme d'une conférence téléphonique **1h (web conférence)** organisée 45 jours après la fin de la formation.
Ce suivi vise à optimiser la mise en application de la formation.



Cela permet également de responsabiliser le participant afin qu'il devienne acteur de son évolution.

Evolution qui sera à l'origine du retour sur investissement pour l'entreprise et permettra de pérenniser ainsi durablement les outils et les mises en situation développées au cours de l'action de formation.

→ *Accès à la plateforme collaborative :*

Pendant 3 mois, possibilité de télécharger les vidéos, outils et documents relatifs à la formation en format numérique.

→ Remise d'une attestation de compétences en fin de formation.