

LinkedIn, un nouvel outil de prospection



RÉFÉRENT PÉDAGOGIQUE

Alain MULERIS

Coach Commercial & Formateur Vente
Vitamine V
Expert de la vente

Directeur commercial puis fondateur de Vitamine V, cabinet spécialisé dans l'accompagnement commercial et la formation vente.

« Mon métier est passionnant : j'aide mes clients à trouver leurs clients ! ».

Alain MULERIS est l'auteur du livre « *Trouvez vos futurs clients* » en 2017 aux Éditions Eyrolles et du Podcast coaching commercial vitaminé en 2021.

Formateur certifié PCM.

INFORMATIONS PRATIQUES

PARTICIPANTS

Directeurs d'associations et de services de gestion des Politiques Éducatives Vacances Loisirs Culture, administrateurs, chargés de projets et professionnels PEVLC.

Groupe de 7 à 10 personnes

Prérequis : avoir un profil LinkedIn existant et venir avec son ordinateur ou tablette.

DATES DES SESSIONS

■ Durée : 2 matinées consécutives ■ Horaires : 9h00-12h30

■ Dates à définir avec vous selon les disponibilités de vos équipes

LIEUX DES SESSIONS

■ 100 % à distance

TARIF 2 150 € / groupe / 2 matinées

TARIF MEMBRE 1 860 € / groupe / 2 matinées

LES +

Ce programme peut aussi être proposé en présentiel pour vos équipes en vos locaux, et être proposé sur trois journées consécutives associé au programme « *Avant je n'aimais pas vendre* ».

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Les participants seront en capacité de :

- Utiliser LinkedIn à des fins professionnelles.
- Aborder ce réseau social en connaissant les pratiques et les usages.
- Concevoir une stratégie commerciale adaptée à son activité.

PROGRAMME

3 chiffres poussent à développer cette utilisation

- 53 % des acheteurs professionnels disent être connectés avec des vendeurs potentiels sur LinkedIn ou un autre réseau social,
- 73 % des acheteurs utilisent les médias sociaux (et citent LinkedIn en premier lieu) pour faire des recherches avant de procéder à un achat.
- 81 % des acheteurs citent la présence sur les réseaux sociaux comme leur premier contact avec la marque.

Comment utiliser LinkedIn pour augmenter votre prospection ?

- Construire un profil attractif.
- Demande de contacts, obtenir des recommandations.
- Publier des actualités, des nouvelles.
- Organiser sa prospection : réflexion, actions, moyens, planning.
- Optimiser votre présence sur LinkedIn.
- Comprendre les best practises.

Méthodes et outils pédagogiques

- Association de données théoriques et pratiques, partage de l'expérience du formateur et de ses clients.

Évaluation

- En complément du bilan oral réalisé par le formateur en cours de formation, un questionnaire de satisfaction sera remis aux participants en fin de formation.
- Dans les 6 mois suivants, un questionnaire à froid sera envoyé au commanditaire et aux stagiaires pour évaluer l'impact de la formation sur les pratiques professionnelles.