

Outils digitaux au service de l'action commerciale

Durée : 2 Jours Tarif : Nous consulter

France entière

- Nous contacter pour organiser ce stage en INTRA

Module 7 - Coursus commercial

Référence : COM7

OBJECTIFS

Cette formation permettra aux participants de :

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

Évaluer, entretenir et animer son réseau relationnel pour optimiser sa démarche commerciale

Exploiter les réseaux internet pertinents pour développer son réseau relationnel

PROGRAMME

Introduction

Le contexte 2.0 et les enjeux

Les nouveaux moyens de communication à l'ère du digital

Les nouveaux usages

L'impact du Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) en matière de communication digitale

Les principaux leviers d'acquisition de nouveaux clients

Le site internet et le blog

Le référencement naturel

Le référencement payant

L'email marketing

Les médias sociaux

Prospecter et vendre grâce aux réseaux sociaux professionnels

Qu'est-ce que le social selling ?

Présentation des différents réseaux sociaux

L'inbound marketing et stratégie de contenu

Mettre en place une stratégie « social media » efficace

Définir ses objectifs

Identifier les cibles (cartographier, organiser et qualifier son réseau professionnel)

Choisir les réseaux sociaux adaptés

Construire son identité numérique et définir le bon message

Organiser le contenu (choix des contenus, organiser sa veille, créer un plan d'actions)

Planifier et mettre en place les actions pour animer son réseau

Évaluer l'efficacité de sa stratégie et la faire évoluer

En savoir +

PUBLIC

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

PRÉ-REQUIS

Connaître son offre commerciale et ses cibles

FORMAT

2 journées consécutives en présentiel (14h)

??
??

POUR APPROFONDIR ET ALLER PLUS LOIN

Un **module complémentaire** permet aux participants, en une journée, de **découvrir les autres outils digitaux** au service de la vente. Découvrir le programme ici :

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Les méthodes seront essentiellement actives et pratiques, complétées par des apports méthodologiques.

Les participants travailleront sur leur propre « identité digitale ».

Une connection à internet et la mise à disposition d'un ordinateur leurs permettront de découvrir les différents outils digitaux et « les bonnes pratiques » associées.

A la fin de la formation présentielle, ils auront construit leur « plan d'action individuel digital ».

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situation, entraînements ou exercices donnant lieu à un feedback du formateur

Autodiagnostic

Autoévaluation par le participant

EN AMONT DE LA FORMATION

Mise à disposition sur notre plateforme de :

Ressources documentaires

Un questionnaire préparatoire destiné à valider les pré-requis, recueillir les attentes des participants et leur perception de la thématique

Autodiagnostic « identité digitale » leur permettant d'identifier les moyens digitaux utilisés.
Nous leur demanderons, si cela n'est déjà fait, de créer leur compte sur les réseaux sociaux « clés » : LinkedIn / Twitter / ...

Participants en situation de handicap

Nous vous invitons à nous contacter afin que nous envisagions ensemble les meilleures solutions pour adapter notre formation à vos besoins

adhérents ATLAS

Les formations relevant des Actions collectives peuvent être financées jusqu'à 100% par l'OPCO ATLAS (dans la limite des fonds disponibles et selon les conditions en vigueur sur le site de l'OPCO ATLAS),

Les critères à remplir sont les suivants :

- L'entreprise doit être à jour de ses cotisations auprès de l'OPCO ATLAS
- Les participants inscrits doivent avoir le statut de salarié de l'entreprise adhérente

Plus d'informations sur le site www.fafiec.fr

Pour les entreprises soumises à quotas, le calcul de ces derniers sera effectué en fonction du nombre de salariés inscrits et non en fonction du nombre d'inscriptions pour un même salarié, chaque salarié pouvant suivre toute ou partie du cursus.