Communication et prospection active de nouveaux clients initiation

Durée	2 Jours - (16 Heures)
Pré-requis	Avoir déjà utilisé les réseaux sociaux
Public	Tout public, notamment les dirigeants d'entreprise et les salariés en charge de la prospection commerciale souhaitant utiliser les réseaux sociaux (dirigeants, responsables commerciaux)
Intervenants	Formateur issu de la bureautique, communication et spécialisé en webmarketing
Nb participants	1 à 5
Prix	Sur devis (durée, nombre de participants, lieu) ou voir convention
Financement	OPCO, AGEFICE, FIF PL, FAFCEA ou entreprise, sous réserve de l'accord du financeur
Modalité d'accès	Inscription par téléphone au 01 34 25 80 37, par mail à contact@pyramidia.fr ou via notre formulaire de contact sur notre site internet www.pyramidia.fr
Date	Voir convention
Lieu	Voir convention
Délai d'accès	8 jours à 3 mois entre la demande et le début de la formation
Accessibilité	L'organisme de formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap. Référent handicap : Hugo Chaussavoine – contact@pyramidia.fr ou 01 34 25 80 37
Obligations réglementaires	Aucune

Méthode pédagogique :
Alternance entre théorie et mise en pratique : exercices, études de cas et simulations.

Outil pédagogique :
Supports papier et/ou numérique - Supports pédagogiques numériques et papiers

Évaluation :
Exercices de validation en continu et des appréciations tout au long de la formation : une note en pourcentage avec grille d'évaluation d'entrée et grille d'évaluation de sortie

Validation :
Attestation de fin de formation (formation non certifiante)

OBJECTIF

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Identifier les fondamentaux des réseaux sociaux comme outils de prospection et de vente
- Créer et optimiser son profil social pour attirer des prospects qualifiés
- Appliquer les techniques de communication adaptées aux réseaux sociaux
- Utiliser les outils et techniques pour détecter, engager et convertir des prospects

PROGRAMME

JOUR 1 :

Introduction et bases des réseaux sociaux

- Identifier les habitudes et freins dans la prospection digitale.
- Inventaire des pratiques actuelles des participants.
- Comprendre les enjeux de la prospection via les réseaux sociaux.
- Choisir les réseaux sociaux adaptés à son audience.
- Étude des caractéristiques de chaque plateforme (Facebook, LinkedIn, Instagram, etc.).
- Créer et optimiser son profil social.
- Définir le profil de l'acheteur idéal.
- Rédiger un profil attractif et professionnel.

Création de contenu et engagement des prospects

- Découvrir les contenus qui intéressent son audience.
- Analyse des besoins et comportements des prospects.
- Initiation à la création de visuels attractifs (photos, vidéos) avec un smartphone.
- Utilisation d'applications et outils de création graphique.
- Stratégies de pré-qualification et détection des besoins.
- Techniques d'écoute active sur les réseaux.
- Mise en place d'un système de gestion des prospects (CRM, alertes).

JOUR 2 :

Techniques avancées de prospection et de vente

- Augmenter son chiffre d'affaires grâce aux réseaux sociaux.
- Techniques pour engager et convertir ses prospects.
- Utilisation des fonctionnalités spécifiques (publicités ciblées, messageries privées, etc.).
- Pièges à éviter dans la prospection digitale.
- Étude de cas : erreurs fréquentes et bonnes pratiques.