Prospection et social selling

Le module Prospection et social selling a pour vocation de transmettre les fondamentaux de la prospection allant du social Selling au cold call en passant par le marketing direct.
Le module a pour objectif également d'initier aux outils digitaux en matière de sales automation.

SOCIAL SELLING
- Créer son personal branding
- Connecter ses prospects
- Maîtriser la notion d'inbound marketing
- Développer sa stratégie de communication
- Maîtriser le content Marketing et créer du contenu de valeur
- Cibler et personnaliser le contenu
- Participer ou créer des échanges sur les réseaux
- Maîtriser les réseaux et outils de social selling

STRATÉGIE DE PROSPECTION
- Comment cibler des entreprises (ICP)
- Prioriser ses cibles (personae)
- Identifier les enjeux clients
- Comprendre le contexte des interlocuteurs ciblés
- Fixer des objectifs cohérents
- Maîtriser la notion de compelling event et USP
- Identifier et manipuler des outils de récolte de données

TÉLÉPHONE
- Construire un argumentaire orienté valeur ajoutée
- Passer les objections standards/prospects
- Préparer activement son call
- Décrocher des Rdv pour enrichir le pipe et le CRM
- Qualifier des rdv
- Évaluer le potentiel business d'un R1
- Connaître les plages horaires pertinentes pour appeler
- Maîtriser les outils digitaux de prospection

MAILING

● Construire une stratégie de contact
● Maîtriser les outils de mailing automatisé
● Travailler le content mail : contenu cibler avec un livre blanc, retour d’expérience...

Formateur·rice(s) :

- Victor Adbib

Objectifs visés

- Définir une stratégie de prospection
- Maitriser le cold calling
- Maitriser le social selling et ses aspects
- Maitriser l'inbound marketing
- Savoir rédiger des séquences de contenu qui convertissent

Méthodes d'évaluation

- Cas pratique
- Jeu de rôle / Simulation

Déroulé pédagogique

Journée 1

- Personnal branding
- Inbound marketing
- Pause
- Content marketing
- Outils

Journée 2

- Mise en application social selling
- Ciblage prospection (ICP / personae / USP)
- Pause
- Outils ciblage prospection
- Objectifs et mindset

Journée 3

- Argumentaire et pitch de prospection
- Objections standards / prospects
- Pause
- Décrocher des RDV et les qualifier
- Mise en application

Journée 4

- Stratégie de contact par mail
- Outils de prospection
- Pause
- Mise en application de la stratégie multicanale
- Pour aller plus loin

Informations complémentaires

Durée : 28 heures de formation sur 4 jours

Pré-requis :

- Maitrise des outils informatiques de base.

Public concerné : Commerciaux aspirants ou confirmés