

COM-22

SOCIAL SELLING SUR LINKEDIN : DEVELOPPER SON IMAGE DE MARQUE SUR LINKEDIN

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES :

A l'issue de la formation, chaque participant devra mieux :

- Comprendre l'intérêt de LinkedIn dans une stratégie de communication de marque commerciale ou personnelle
- Savoir analyser les performances d'un profil LinkedIn
- Savoir se rendre plus visible et rendre son entreprise plus visible sur LinkedIn
- Connaitre les bases du social selling

CONTENU DU PROGRAMME DE LA FORMATION :

- **Introduction au réseau social LinkedIn : un outil de plus en plus utilisé**
 - ✓ Synthèse des chiffres de LinkedIn dans le monde et en Côte d'Ivoire
 - ✓ Panorama et description des cibles du réseau social
 - ✓ Appréhender les différentes utilités offertes par LinkedIn
 - Réseautage
 - Développer son E-réputation
 - Gain de légitimité
- **Le profil LinkedIn : une véritable vitrine de vos compétences**
 - ✓ Connaitre la structure d'un profil personnel efficace
 - ✓ Appréhender les clés pour optimiser un profil personnel et développer son image
 - ✓ Optimiser un profil d'entreprise : découvrir les bonnes pratiques pour accroître sa légitimité
 - ✓ Appréhender la structure d'un profil d'entreprise
- **La création de contenu, la solution pour gagner en visibilité**
 - ✓ Quel contenu publier sur LinkedIn : panorama de leurs spécificités et de leurs enjeux
 - ✓ Appréhender les spécificités des différents formats de contenus disponibles
 - ✓ Assimiler les bonnes pratiques des créateurs de contenu
 - ✓ Les campagnes publicitaires : les bases pour lancer une publicité sur LinkedIn
 - ✓ Quel contenu promouvoir dans sa campagne publicitaire ?

- **Le Social Selling, ou comment trouver des clients via les réseaux sociaux**
 - ✓ Introduction au concept de social selling :
 - Comprendre les objectifs et outils propres à cette démarche
 - Appréhender les bénéfices du social selling dans une démarche commerciale
 - ✓ Les différentes fonctionnalités de social selling proposées par LinkedIn
 - ✓ Intégrer efficacement LinkedIn à vos processus commerciaux

PUBLIC CIBLE :

- Professionnels de la communication
- Professionnels du marketing
- Commerciaux
- Professionnels des RH

DUREE DE LA FORMATION :

03 journées de 8 heures chacune

ANIMATEUR :

Formateur spécialisé