

# Cycle Conquête et prospection de nouveaux clients / marchés

Vente, relation client, marketing - 2020

## La formation en résumé

Quelque soit votre domaine d'activité, pour développer l'entreprise, l'aider à lancer un nouveau produit /service ou compenser une baisse d'activité, il faut régulièrement prospecter pour trouver de nouveaux contacts à transformer en clients. Cette conquête est une priorité stratégique pour chaque entreprise

### Objectifs :

- Développer son portefeuille clients grâce à la prospection et/ou les appels d'offres
- Utiliser au mieux les réseaux professionnels pour trouver de nouveaux clients ou marchés

### Participants :

- Commerciaux
- Dirigeants de PME/PMI

### Prérequis :

Pas de pré requis

**2 925 €**

(non assujetti à la TVA sauf formation à Roanne)



À partir de 6 jours  
(42 heures)



Certificat  
consulaire



Training

## Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques :

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques. Echanges, analyses de pratiques, mises en situation et cas réels d'entreprises. Support de formation remis aux participants. Groupe de 10-12 participants maximum.

Suivi et évaluation de la formation :

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation. Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

## Modules obligatoires

### Prospecter et se développer

— 2 jours (14 heures)

### Prospecter, vendre et relancer par téléphone

— 2 jours (14 heures)

### Prospection, réseaux professionnels et networking commercial

— 1 jour (7 heures)

### Prospecter et réussir sa participation à un salon

— 1 jour (7 heures)

## Modules optionnels

### Répondre aux marchés publics/privés et gagner ses appels d'offres

— 2 jours (14 heures)

### Optimiser la rédaction de son mémoire technique

— 1 jour (7 heures)

### LinkedIn pour son entreprise

— 1 jour (7 heures)

## La formation en résumé

Bâtir une stratégie de prospection adaptée à chacune de ses cibles est primordial pour conquérir de nouveaux clients.

### Objectifs :

- Connaître et utiliser les outils de prospection adaptés pour développer son fichier de prospects, acquérir et fidéliser de nouveaux clients
- Maîtriser les techniques de communication, de relance et de fidélisation
- Déterminer ses cibles, sa stratégie d'approche et préparer son plan d'actions de prospection

### Participants :

- Commerciaux, chargés de relation clients
- Dirigeants d'entreprise
- Toute personne chargée du développement commercial de l'entreprise

### Prérequis :

- Cette session ne nécessite aucun pré-requis particulier

## Le programme

### Préparer la prospection

- Définir ses objectifs, ses cibles, les marchés dans le cadre de la politique commerciale de l'entreprise
- Mettre en place un plan d'action de prospection, établir et respecter son planning
- Sourcing et recherche de prospects : recherche de fichiers, les sources (internes, externes), constitution d'une base de données, la segmentation, analyse, segmentation et tests
- Préparer son argumentaire en fonction des cibles abordées

### Organiser sa prospection

- Développer l'efficience commerciale
- Les temps d'une prospection performante
- Planifier les étapes

### Maîtriser les techniques de communication

- Savoir écouter pour développer un climat de confiance
- Développer son questionnement
- Argumenter pour convaincre

### Développer de nouvelles actions de prospection

- Développer les attitudes de création de réseau
- Par l'événement : les principes de l'action événementielle
- Les événements à distance : webinar
- Par le partenariat : les principes du gagnant- gagnant
- Par les outils du marketing direct
- Déceler les limites de chaque média de prospection

Sourcer les lieux, événements, interlocuteurs en lien avec son activité commerciale : workshop « générateur de contacts »

### Réussir ses entretiens de prospection

- Se motiver dans la pratique
- S'entraîner aux différentes phases de l'entretien quelque soit le média de prospection : mises en situation

**1 100 €**

Accès appli Hubble intégré  
(non assujetti à la TVA sauf formation à Roanne)



2 jours (14 heures)



Accès Mobile learning



Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle piloter et organiser son activité commerciale  
Cycle Maîtriser la fonction commerciale  
Cycle Conquête et prospection de nouveaux clients / marchés  
Cycle Mener une négociation commerciale



**-10%**

Formation en tandem avec :  
**Prospecter, vendre et relancer par téléphone**  
Ou  
**Prospection, réseaux professionnels et networking commercial**  
Ou  
**Prospecter et réussir sa participation à un salon**

## Dates et villes

**Lyon - 04 72 53 88 00**

- 14/09, 15/09
- 05/11, 06/11

**Saint-Etienne - 04 77 49 24 66**

- 05/11, 06/11

**Roanne - 04 77 44 54 69**

- 05/11, 06/11

**Marseille - 04 91 14 26 90**

- 15/06, 16/06
- 07/10, 08/10

## Acquérir les bonnes pratiques de la relance

- Choisir les temps de relance et organiser la relance en fonction des cibles
- Mettre en place la synergie des canaux de communication avec son prospect
- Savoir créer les opportunités de contact

## Acquérir les bonnes pratiques de la fidélisation

- Les techniques pour fidéliser et leurs mises en œuvre

### Les + de la formation :

- Étude personnalisée des axes de développement en fonction de la structure du fichier clients des participants et définition des actions à mettre en œuvre dès la fin de formation
- Vous bénéficiez dès le démarrage de votre formation d'un accès de 3 mois à HUBBLE, notre application micro-learning téléchargeable sur smartphones et tablettes via votre app store ou play store. Cette application vous permet d'approfondir de façon rapide, simple et ludique les thèmes abordés au cours de votre formation. Grâce à des jeux, quizz, vidéos et fiches de synthèse construits en lien direct avec votre formation vous pourrez vous entraîner, enrichir vos connaissances et même aller plus loin tout en vous amusant !

## Moyens pédagogiques et d'encadrement

### Moyens pédagogiques :

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques. Echanges, analyses de pratiques, mises en situation et cas réels d'entreprises. Support de formation remis aux participants. Groupe de 10-12 participants maximum.

### Suivi et évaluation de la formation :

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation. Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

### Objectifs :

- Maîtriser les techniques de communication par téléphone et parfaire son efficacité commerciale en émission et / ou en réception d'appels
- Maîtriser les outils pour prospecter, relancer, vendre, fidéliser ses clients ou obtenir des RDV qualifiés par téléphone
- Savoir argumenter en fonction des besoins de son interlocuteur

### Participants :

- Commerciaux, chargés de relations clients
- Collaborateurs et assistants des services commerciaux
- Créateurs d'entreprise

### Prérequis :

- Cette session ne nécessite aucun pré-requis particulier

## Le programme

### Se préparer et maîtriser les techniques spécifiques de communication par téléphone

- L'intérêt de se fixer des objectifs SMART
- Qualifier et développer son fichier
- Les bonnes attitudes pour avoir de l'impact au téléphone
- Identifier la typologie de son client et s'adapter
- Maîtriser le vocabulaire commercial
- Adopter une communication positive et valorisante
- Préparer son Elevator Pitch Commercial et son entretien de découverte

### Maîtriser chaque étape de l'entretien commercial au téléphone

- Passer les barrages pour obtenir le bon interlocuteur
- Créer un climat de confiance
- Maîtriser sa prise de contact et son pitch au travers de mises en situation
- Écouter pour identifier les besoins de son interlocuteur
- Questionner et reformuler lors de la phase découverte
- Argumenter et convaincre avec un argumentaire personnalisé selon les besoins identifiés
- Être force de proposition
- Anticiper et gérer les objections
- Verrouiller l'entretien et conclure
- Prendre congé
- Générer des résultats : ventes ou prises de RDV
- Maîtriser la totalité de son offre commerciale
- Connaître ses clients : historique, retour d'informations
- Détecter le moment opportun pour proposer
- Mise en situation globale propre à l'activité de chaque participant : prise en RDV, vente...

### Utiliser des outils adaptés

- L'argumentaire de vente
- La fiche contact
- Les outils de suivi : comprendre l'importance d'un outil GRC (Gestion Relation Client)
- Les outils de mesure et d'analyse des résultats

### Générer des ventes additionnelles

- Maîtriser dans sa totalité l'offre commerciale
- Connaître ses clients : historique, retour d'informations
- Détecter le moment opportun pour proposer

**1 100 €**

Accès appli HUBBLE intégré  
(non assujéti à la TVA sauf formation à Roanne)



2 jours (14 heures)



Accès Mobile learning



Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Maîtriser la fonction commerciale  
Cycle Conquête et prospection de nouveaux clients / marchés  
Cycle Mener une négociation commerciale  
Cycle Assistanat commercial : Relation et Qualité de service client

 **-10%**

Formation en tandem avec :  
**Prospecter et se développer**

## Dates et villes

**Lyon - 04 72 53 88 00**

- 08/06, 09/06
- 12/10, 13/10
- 03/12, 04/12

**Saint-Etienne - 04 77 49 24 66**

- 03/12, 04/12

**Roanne - 04 77 44 54 69**

- 03/12, 04/12

## Relancer avec efficacité

- Organiser et planifier ses relances
  - Acquérir Les bonnes pratiques de relance et fidélisation par téléphone
  - Compte-rendu d'appels et gestion avec les équipes transverses
  - Débriefer ses appels
  - Analyser ses résultats pour progresser et répéter les facteurs clés de succès
  - Rebondir après une vente difficile
  - Mettre en place un process gagnant
  - Rester positif et persévérer
  - Mise en place d'un plan d'actions individuel par le biais d'une grille d'autoanalyses

## Trucs et astuces pour appels entrants/sortants

- Les particularités des appels entrants suite à un mailing, une action commerciale  
....  
Les particularités des appels sortants

## Les + de la formation :

- Simulations et mises en situation avec entretiens téléphoniques enregistrés et débriefés pour améliorer sa pratique. Possibilité d'utiliser les fichiers du participant pour du training réel sur la prise de rendez-vous ou la prospection téléphonique. Auto analyse et conseils personnalisés
- Vous bénéficiez dès le démarrage de votre formation d'un accès de 3 mois à HUBBLE, notre application micro-learning téléchargeable sur smartphones et tablettes via votre app store ou play store. Cette application vous permet d'approfondir de façon rapide, simple et ludique les thèmes abordés au cours de votre formation. Grâce à des jeux, quizz, vidéos et fiches de synthèse construits en lien direct avec votre formation vous pourrez vous entraîner, enrichir vos connaissances et même aller plus loin tout en vous amusant !

## Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques :

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.  
Echanges, analyses de pratiques, mises en situation et cas réels d'entreprises.  
Support de formation remis aux participants. Groupe de 10-12 participants maximum.

Suivi et évaluation de la formation :

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation. Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

# Prospection, réseaux professionnels et networking commercial

Vente, relation client, marketing - 2020

## Objectifs :

- Construire son réseau professionnel et savoir l'utiliser
- Connaître les différentes méthodes de networking commercial et l'organiser
- Adopter les bonnes pratiques relationnelles pour se promouvoir soi-même ou son entreprise, prospecter, fidéliser ses contacts et collecter des informations de qualité

## Participants :

- Responsables, commerciaux, ingénieurs d'affaires, KAM
- Dirigeants d'entreprise et créateurs d'entreprise

## Prérequis :

- Cette session ne nécessite aucun pré-requis particulier

**525 €**

(non assujetti à la TVA sauf formation à Roanne)



1 jour (7 heures)



Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Manager Commercial  
Cycle Conquête et prospection de nouveaux clients / marchés

## Le programme

### Définition, enjeux et intérêt du réseau professionnel

- Qu'est-ce qu'un réseau ?
- Identifier les canaux de déploiement des réseaux

### Optimiser son réseau actuel et le développer

- Cartographier structurellement son réseau
- Evaluer son propre carnet d'adresses pour le faire vivre
- Faire émerger les marchés cachés, les viviers porteurs
- Choisir le bon réseau parmi les locaux et les nationaux : clubs, clusters, Only Lyon etc....
- Se positionner et être proactif dans son réseau

### Développer sa présence en Networking

- Identifier sa dynamique, ses pratiques et les comprendre (se Benchmarker)
- Faire émerger les freins, perceptions et idées reçues pour les faire évoluer
- Intégrer le Networking à son quotidien et en faire un réflexe
- Activer les leviers d'une posture proactive

### Adopter les bonnes pratiques

- Devenir acteur de son réseau pour gagner en influence
- Raisonner « Networking durable »
- Aborder le Business comme conséquence et non comme finalité

### Mettre en place son plan d'Actions

- Créer sa boîte à outils de Networker
- Constituer sa BDDN
- Exploiter le CRM interne
- Identifier puis qualifier les Leads
- Assurer l'accroche des contacts par un élaborer un Pitch Elevator dédié puis:
  - ~ Mettre en confiance et échanger
  - ~ Stimuler la curiosité des Leads
  - ~ Insuffler du lien et un futur proche
- Connaître les rituels, les codes, les bonnes pratiques

**Les + de la formation :** chaque participant cartographie son réseau et construit son plan d'actions pendant la formation

## Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 26/06
- 20/11

# Moyens pédagogiques et d'encadrement

## Moyens pédagogiques :

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.  
Echanges, analyses de pratiques, mises en situation et cas réels d'entreprises.  
Support de formation remis aux participants. Groupe de 10-12 participants maximum.

## Suivi et évaluation de la formation :

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation. Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

# Prospecter et réussir sa participation à un salon

Vente, relation client, marketing - 2020

## La formation en résumé

Un salon se prépare en quelques mois, se joue en quelques jours et s'exploite sur plusieurs années. C'est un investissement financier, en temps et en moyens humains qui nécessite une préparation rigoureuse et où le hasard n'a pas sa place ! Afin d'optimiser sa participation à un événement, 3 étapes indispensables : Se préparer AVANT – PENDANT – APRES sont les clés de votre succès. Se former aux techniques, outils et moyens d'optimiser sa prospection permet de gagner en efficacité commerciale.

### Objectifs :

- Définir sa stratégie de communication et de prospection lors d'un salon
- Acquérir des techniques de prospection efficaces pour développer votre chiffre d'affaires et votre notoriété lors d'un salon
- Maîtriser les étapes clés pour optimiser et rentabiliser sa participation à un salon

### Participants :

- Commerciaux, chargés d'affaires et collaborateurs participants à des salons professionnels
- Directeur de TPE, créateurs d'entreprise

### Prérequis :

Cette formation ne nécessite pas de prérequis

## Le programme

Connaître les données du secteur de l'événementiel, les évolutions et les tendances de demain

### Préparer son événement

- ~ Définir la manifestation adaptée à son besoin : analyser son marché et ses attentes
- ~ Établir un budget de participation
- ~ Préparer l'organisation logistique et administrative : répartition des tâches, réservation de son stand, définition du meilleur emplacement, préparation des outils de communication et commerciaux
- ~ Fixer des objectifs commerciaux et préparer un pitch commercial adapté au public et/ou partenariats visés
- ~ Cibler les prospects à rencontrer
- ~ Sélectionner les produits à exposer et préparer les éléments de promotion (PLV, fournitures, plaquettes...)
- ~ Elaborer un argumentaire adapté à vos objectifs de prospection
- ~ Communiquer auprès des visiteurs/prospects en amont : utilisation des réseaux sociaux et du digital pour optimiser la visibilité de la participation
- ~ Mise en pratique sur un rétro-planning des actions à prévoir pour chaque participant

### Optimiser sa participation pendant le salon :

- ~ Animer votre stand
- ~ Se démarquer de ses concurrents
- ~ Définir le bon comportement et l'attitude commerciale pour présenter son offre
- ~ Utiliser des fiches contacts et les supports de l'organisateur pour collecter des informations qualifiées sur les visiteurs
- ~ Optimiser sa prospection par rapport aux cibles fixées en amont

### Exploiter sa participation après le salon :

•

**525 €**

(non assujetti à la TVA sauf formation à Roanne)



1 jour (7 heures)



Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Conquête et prospection de nouveaux clients / marchés



**-10%**

Formation en tandem avec :  
**Prospecter et se développer**  
Ou

**Prospection, réseaux professionnels et networking commercial**

## Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 21/09
- 11/12



- Exploiter les données collectées, analyser les opportunités et programmer des relances
- Remercier les visiteurs, prospects et partenaires rencontrés
- Exploiter la veille concurrentielle
- Mesurer les retours sur investissement et la performance commerciale : nombre de visiteurs, de contacts qualifiés, de devis ... en fonction des objectifs fixés
- Etablir le bilan et les axes d'amélioration : travail sur des fiches de synthèses

#### Les + de la formation :

A l'issue de la formation les participants auront acquis des techniques et d'outils pratiques pour améliorer leur prospection et le nombre de nouveaux clients

Chaque participant travaillera sur son plan d'action commercial salon adapté à ses objectifs et bénéficiera de conseils individualisés du formateur expert, référencé à L'UNIMEV (Union Française des métiers de l'événementiel)

## Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques :

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques. Echanges, analyses de pratiques, mises en situation et cas réels d'entreprises. Support de formation remis aux participants. Groupe de 10-12 participants maximum.

Suivi et évaluation de la formation :

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation. Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

# Répondre aux marchés publics/privés et gagner ses appels d'offres

Vente, relation client, marketing - 2020

## La formation en résumé

La commande publique est aujourd'hui une opportunité commerciale pour le développement des entreprises. Cette formation vous permet de mieux appréhender la réglementation des marchés publics et la mise en concurrence.

### Objectifs :

- Connaître la réglementation des marchés publics et privés
- Mettre en place une veille efficace
- Analyser un appel d'offres
- Rédiger une réponse pertinente

### Participants :

- Responsables, chargés d'affaires, commerciaux, assistants commerciaux, chefs d'entreprise
- Toute personne ayant à réaliser des réponses à appels d'offres

### Prérequis :

- Cette session ne nécessite aucun pré-requis particulier

## Le programme

### Comprendre le nouveau contexte des marchés publics et privés

- Présentation du marché, des acteurs
- Les enjeux de la réponse aux marchés publics/privés
- Les différentes procédures
- La réglementation des seuils
- Le code des marchés publics/privés
- Savoir où trouver les informations clés pour réussir sa réponse aux appels d'offres publics et privés

### Comment accéder aux marchés publics et privés

- Mise en place des veilles automatisées
- Mise en place de la prescription technique
- Où trouver les appels d'offres
- Déterminer les marchés pertinents
- Mise en place de la prescription technique

### Comprendre et étudier le dossier de consultation des entreprises

- Analyse des pièces générales
- Analyse des pièces techniques
- Demander des informations complémentaires

### Analyse du cahier des charges et des éléments de réponse à apporter

- Les éléments constitutifs d'un mémoire technique
- Analyse des besoins du marché public
- Analyse et mise en avant des avantages concurrentiels de l'entreprise

### Rédiger une réponse

- Elaborer sa stratégie de réponse
- Les pièces de la candidature (capacités techniques et financières)
- Les pièces de l'offre (mémoire technique)

**1 010 €**

(non assujetti à la TVA sauf formation à Roanne)



2 jours (14 heures)



Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Conquête et prospection de nouveaux clients / marchés  
Cycle Assistanat commercial : Relation et Qualité de service client

 **-10%**

Formation en tandem avec :  
Optimiser la rédaction de son mémoire technique

Ou

Dématérialisation des marchés publics : les fondamentaux

Ou

Dématérialisation des marchés publics : répondre avec le DUME

## Dates et villes

**Lyon - 04 72 53 88 00**

- 11/06, 12/06
- 26/11, 27/11

**Saint-Etienne - 04 77 49 24 66**

- 22/09, 23/09

**Roanne - 04 77 44 54 69**

- 22/09, 23/09

**Marseille - 04 91 14 26 90**

- 08/06, 09/06
- 21/09, 23/09
- 02/11, 04/11

## Dématérialisation: les fondamentaux

- Rappel des règles depuis 2016
- Connaître les points clés de la dématérialisation de la commande publique et les aspects réglementaires
- La signature électronique

## Les + de la formation

Etude de cas réel d'un marché public

# Moyens pédagogiques et d'encadrement

## Moyens pédagogiques :

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques. Echanges, analyses de pratiques, mises en situation et cas réels d'entreprises. Support de formation remis aux participants. Groupe de 10-12 participants maximum.

## Suivi et évaluation de la formation :

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation. Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

# Optimiser la rédaction de son mémoire technique

Vente, relation client, marketing - 2020

## La formation en résumé

La qualité de votre mémoire technique est un élément clef de votre succès à un appel d'offres privé ou public. Il doit refléter clairement le savoir-faire technique de l'entreprise mais aussi son « savoir-vendre ». A ce titre, il représente l'unique véhicule commercial de votre offre et doit adopter le même comportement qu'un commercial. Sa rédaction nécessite donc une réelle expertise rédactionnelle

### Objectifs :

- Analyser les demandes de l'acheteur pour bâtir une réponse structurée et pertinente
- Rendre son mémoire technique attractif et vendre pour se démarquer de la concurrence

### Participants :

Connaître les principes de base de la commande publique et de la réponse aux appels d'offre

### Prérequis :

- Avoir déjà répondu à un appel d'offres et en maîtriser les étapes clés
- Avoir de bonnes notions de bureautiques et les bases de présentation sur office

## Le programme

### Maîtriser les principes de base du mémoire technique

- La pondération des critères de jugement des offres dans les marchés publics
- De l'importance d'un mémoire technique de qualité dans la réponse aux appels d'offres publics
- Les principes de la structuration d'un mémoire technique

### Analyser le cahier des charges et les éléments de réponse à apporter


- Les éléments constitutifs d'un mémoire technique
- Analyse des besoins du marché public et des propositions à retranscrire dans le mémoire technique
- Analyse et mise en avant des avantages concurrentiels de l'offre

### Rédiger un mémoire technique

- Les principes rédactionnels détaillés afférents à chaque section constitutive d'un mémoire technique
- - Présentation de l'entreprise
  - Moyens humains et matériels
  - Dispositions adoptées pour la réalisation du marché
  - Méthodologie
  - Responsabilité sociétale des entreprises appliquée au marché public
- De l'importance de la mise en forme du mémoire technique et de la relecture
- Analyses de mémoires techniques réels
- Dématérialisation du mémoire technique et de ses annexes (nouvelle réglementation sur la dématérialisation de la commande publique au 1er octobre 2018)

**525 €**

(non assujetti à la TVA sauf formation à Roanne)

  
1 jour (7 heures)

  
Training



Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Conquête et prospection de nouveaux clients / marchés

 **-10%**

Formation en tandem avec :  
Répondre aux marchés publics/privés et gagner ses appels d'offres

### Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 26/06
- 07/12

Les + de la formation : Analyse d'exemples de mémoires techniques pouvant être apportés par les participants ou l'intervenant pour identifier les meilleures pratiques

## Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques :

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.  
Echanges, analyses de pratiques, mises en situation et cas réels d'entreprises.  
Support de formation remis aux participants. Groupe de 10-12 participants maximum.

Suivi et évaluation de la formation :

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation. Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

## La formation en résumé

Pour tirer le meilleur de ce réseau social devenu incontournable dans le domaine professionnel, il est important de connaître parfaitement l'outil et de savoir comment l'utiliser pour arriver atteindre ses objectifs

### Objectifs :

- Savoir construire et optimiser son image professionnelle sur LinkedIn
- Connaître les spécificités de la plateforme et ses fonctionnalités
- Savoir développer son réseau et acquérir de nouveaux abonnés
- Savoir créer et administrer une page entreprise
- Savoir utiliser LinkedIn pour améliorer sa marque employeur

### Participants :

Chargée de communication, chef de projet Web, Responsable Webmarketing, Assistante communication, Personnes se préparant à la prise de fonction de Community Manager ou souhaitant élargir ses compétences sur les missions liées à la fonction de Community Manager

### Prérequis :

- Savoir publier du contenu sur les réseaux sociaux

## Le programme

### Présentation du réseau social

- LinkedIn : chiffres et enjeux
- Définir ses objectifs
- Définir ses cibles

### Découverte de l'interface et des fonctionnalités

### Créer et optimiser un profil LinkedIn

### Organiser sa publication

- Personal branding
- Marque Employeur
- Concevoir sa charte éditoriale

### Développer son réseau et acquérir de nouveaux abonnés

### Prospecter

### LinkedIn et marque employeur

### Mesurer ses performances

**420 €**

(non assujetti à la TVA sauf formation à Roanne)



1 jour (7 heures)



Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Conquête et prospection de nouveaux clients / marchés  
Cycle Community Management

 **-10%**

Formation en tandem avec :  
Facebook pour son entreprise  
Ou  
Instagram pour votre entreprise  
Ou  
Twitter pour son entreprise

## Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 19/06
- 09/10
- 11/12

Saint-Etienne - 04 77 49 24 66

- 17/06
- 04/12

Roanne - 04 77 44 54 69

- 17/06
- 04/12

## Moyens pédagogiques et d'encadrement

### Suivi de l'exécution et appréciation des résultats

Cette formation donne lieu à une évaluation de satisfaction complétée par les participants et un tour de table collectif avec le formateur. Cette formation donne lieu à une évaluation des acquis uniquement dans le cadre d'une certification  
Nombre de stagiaires : 3 à 10 Animateur/formateur : nom et parcours disponible sur simple demande

### Moyens pédagogiques techniques et d'encadrement

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques. Echanges, analyse de pratiques, mises en situation et mises en pratique, cas réels d'entreprises, co-construction Salles de formation équipées pour une pédagogie active