ROUTE TO BUSINESS
574 chemin de Wette Fays
69300 Caluire-et-Cuire
Email: anaissoragna@route2business.fr
Tel: +33478725264

Social Selling LinkedIn pour éditeurs de logiciels et SaaS

Définir une démarche Social Selling sur Linked In pour les éditeurs de logiciels.

Avec les changements des comportements d'achat avec le web 2.0, l'adaptation de la stratégie de vente des éditeurs de logiciels est devenue indispensable. Les canaux d'acquisition de leads se développent à grande vitesse, avec les réseaux sociaux en premier plan.
Parmi les plus efficaces, Linked In a fait ses preuves et se positionne comme l'outil leader du Social Selling.
Comment les éditeurs de logiciels peuvent exploiter cet outil puissant qu'est Linked In pour développer ses ventes et asseoir ses parts de marché ?

Cette formation d'une journée est destinée aux dirigeants commerciaux et commerciaux des éditeurs de logiciels B2B. Elle leur permettra d'intégrer Linked In à leur stratégie de vente grâce à des méthodes claires et simples.

Pendant cette journée, vous comprendrez pourquoi Linked In est un canal à privilégier pour développer vos ventes, et comment intégrer Linked In à vos actions.

Durée: 7.00 heures (1.00 jours)
Avis clients :

Profils des stagiaires

- Commerciaux, dirigeants commerciaux d'un éditeur de logiciels ou d'application SaaS.

Prérequis

- Avoir un accès à un profil LinkedIn

Objectifs pédagogiques

- Comprendre l'intérêt du Social Selling LinkedIn dans une stratégie commerciale
- Connaître le fonctionnement de LinkedIn et ses particularités
- Connaître les particularités de l'inbound et de l'outbound marketing
- Ouvrir sa stratégie commerciale en intégrant LinkedIn
- Définir la stratégie Social Selling LinkedIn pour votre entreprise

Contenu de la formation

- Introduction
  - Les spécificités de la vente de logiciels : Vente complexe / Types d'éditeurs verticaux et horizontaux / Les spécificités de la vente logiciels / L'évolution des comportements d'achat depuis le web 2.0
  - Tirer profit des changements sociétaux
  - L'être humain au centre de la vente : l'impact pour un commercial
  - Social Selling : Définition, particularités et intérêt pour les éditeurs de logiciel

Date de mise à jour du programme : 09/04/2024

ROUTE TO BUSINESS
574 chemin de Wette Fays
69300 Caluire-et-Cuire
Email: anaissoragna@route2business.fr
Tel: +33478725264

- Inbound et Outbound Marketing : définitions, l'intérêt d'allier les 2 stratégies
- Exercice : Définir vos objectifs

- Partie 1 : les prérequis marketing nécessaires au Social Selling LinkedIn
  - Votre cible : étude de votre cible, définition ICP et persona, l'importance de connaître les douleurs de la cible pour adapter le produit
  - Exercice : Créer votre ICP
  - Votre concurrence : connaître ses canaux d'acquisition, vos axes de différenciation pour appuyer vos particularités
  - Exercice : Analyser la stratégie de votre concurrent principal
  - Personal Branding : définition, son utilité dans la démarche, les composantes du Personal Branding
  - Exercice : Réfléchir à la 1ère composante du Personal Branding
- Partie 2 : L'inbound Marketing sur LinkedIn
  - Stratégie Inbound Définition Importance dans la stratégie de vente
  - Bien connaître LinkedIn
  - Profil et page entreprise : des différences fondamentales
  - Créer votre profil comme page de vente
  - Créer du contenu : son importance dans la démarche, la méthode pour définir ses thèmes
  - Rédiger des posts : s'organiser, l'intérêt des ateliers d'écriture
  - Exercice : Définir les thèmes
- Partie 3 : L'outbound Marketing sur LinkedIn
  - La prospection sur LinkedIn : Procédés, avantages et inconvénients
  - Les solutions LinkedIn : version gratuite, les abonnements
  - L'utilisation d'outils annexes
- Partie 4 : Intégrer LinkedIn à votre plan d'actions commerciales
  - Les actions de votre plan d'action commercial : pour les suspects, prospects, clients, écosystème
  - Actions adaptées à chaque segment de votre territoire
  - Identifier les contenus marketing pertinents pour chaque segment de votre territoire
  - Adresser un prospect ou suspect avec un contenu en utilisant LinkedIn
  - Intégrer LinkedIn à votre quotidien grâce à la planification de votre routine d'engagement
  - Faites savoir vos actions auprès de votre management

Organisation de la formation

Equipe pédagogique

Pauline Jardin - Formateur, responsable pédagogique
Spécialiste Marketing, Growth Marketing & Formatrice LinkedIn
@ : paulinejardinpro@gmail.com
Tel : 07.88.83.04.99

Anaïs Soragna
Responsable administratif / référent handicap, aide technique
@ : anaissoragna@route2business.fr
Tel : 04.78.72.52.64

Date de mise à jour du programme : 09/04/2024

ROUTE TO BUSINESS
574 chemin de Wette Fays
69300 Caluire-et-Cuire
Email: anaissoragna@route2business.fr
Tel: +33478725264

Moyens pédagogiques et techniques

- Utilisation de Google Meet pour la visioconférence
- Documents supports de formation projetés
- Exposés théoriques
- Exercices pratiques, mises en situation
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence
- Questions orales ou écrites (QCM)
- Mises en situation
- Formulaires d'évaluation de la formation
- Certificat de réalisation de l'action de formation

Accessibilité

Formation à distance, en inter ou intra-entreprise.
Pour les formations en ligne, une bonne connexion internet est indispensable.

Pour tout besoin spécifique, merci de contacter notre référent handicap :
Anaïs Soragna : anaissoragna@route2business.fr / 0478725264

Delai d'accès à la formation

Les inscriptions sont ouvertes jusqu'à 1 semaine avant le début de la formation.

Date de mise à jour du programme : 09/04/2024