

# Le Social Selling pour les acteurs de l'événementiel

## OBJECTIFS

- Gagner du temps et de l'argent dans la recherche de nouveaux prospects et générer plus de leads
- Créer de la proximité avec les prospects et les clients
- Enrichir la présence sur les réseaux sociaux
- Etre en contact avec les bonnes personnes, aux bons moments avec les bons contenus

## PROGRAMME

### Démarrer l'aventure Social Selling

- Appréhender le contexte des entreprises événementielles et le besoin et rôle du Social Selling au sein de leur écosystème
- Prendre conscience de l'importance de définir une stratégie d'entreprise afin de vendre sur les réseaux sociaux
- Comprendre le Social Selling, son utilité et ses bénéfices

### Construire son nouveau Personal Branding de Social Seller

- Comprendre le fonctionnement et la mise en application des différents réseaux
- Réfléchir sur comment se présenter sur les réseaux sociaux de manière professionnelle

### Comment communiquer efficacement en tant que Social Seller

- Appréhender les bonnes pratiques de communication et de diffusion des contenus sur les réseaux sociaux (quels contenus, quand et quelle cible)
- Apprendre à paramétrer son profil afin d'agrèger des contenus ciblés.
- Approfondir la ligne éditoriale en se basant sur le cycle d'événementiel

### Construire sa stratégie Social Selling

- Maîtriser les pratiques d'identification des prospects
- Concevoir les invitations, des modèles de textes et sa feuille de route stratégique
- Apprendre les techniques de fidélisation des clients et prospects sur les réseaux sociaux

### Intégrer les réflexes de Social Seller

- Revoir les outils nécessaires afin d'optimiser la productivité de ses actions de Social Seller (veille, agrégation, partage, etc.)
- Créer et s'approprier des automatismes quotidiens tout au long du cycle de vente
- Identifier le ROI et mettre en place un système de sa prise de mesure

## CODE MKT07

### Public

Dirigeants, responsables, et tout collaborateur en charge de la commercialisation, la relation client et la communication.

### Démarche pédagogique

Alternance d'accompagnement pédagogique en face à face et à distance pour aider à intégrer les méthodes et pratiques de Social Selling. Un questionnaire sera envoyé en amont pour mieux comprendre vos pratiques des réseaux sociaux.

### Durée

7 heures (1 jour) en présentiel  
5 heures en distanciel

### Tarif inter par personne

Adhérent : 590,00 € HT.  
Non adhérent : 1180,00 € HT.

### Tarif intra

Nous consulter

## Organisme de formation : The Smartworking Company

L'équipe Smartworking® c'est une vingtaine de consultants et formateurs multi-culturels spécialistes de leur métier : prospection commerciale, performance des forces commerciales, transformation digitale dans l'événementiel, la banque/finance, le télécom, les assurances, le BTP, l'IT, l'aérien, l'industrie et les réseaux de distribution spécialisés, expérience client, medias sociaux, ressources humaines, e-marketing, digital learning... Experts de l'accompagnement pédagogique, l'acculturation des collaborateurs aux réseaux sociaux et la transformation digitale des métiers, les formateurs expérimentés permettent d'être rapidement opérationnels afin d'obtenir des résultats durables et d'anticiper les évolutions futures des métiers.