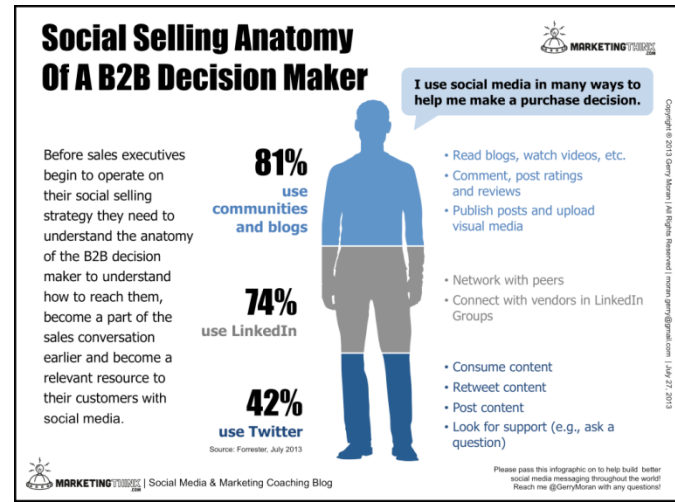
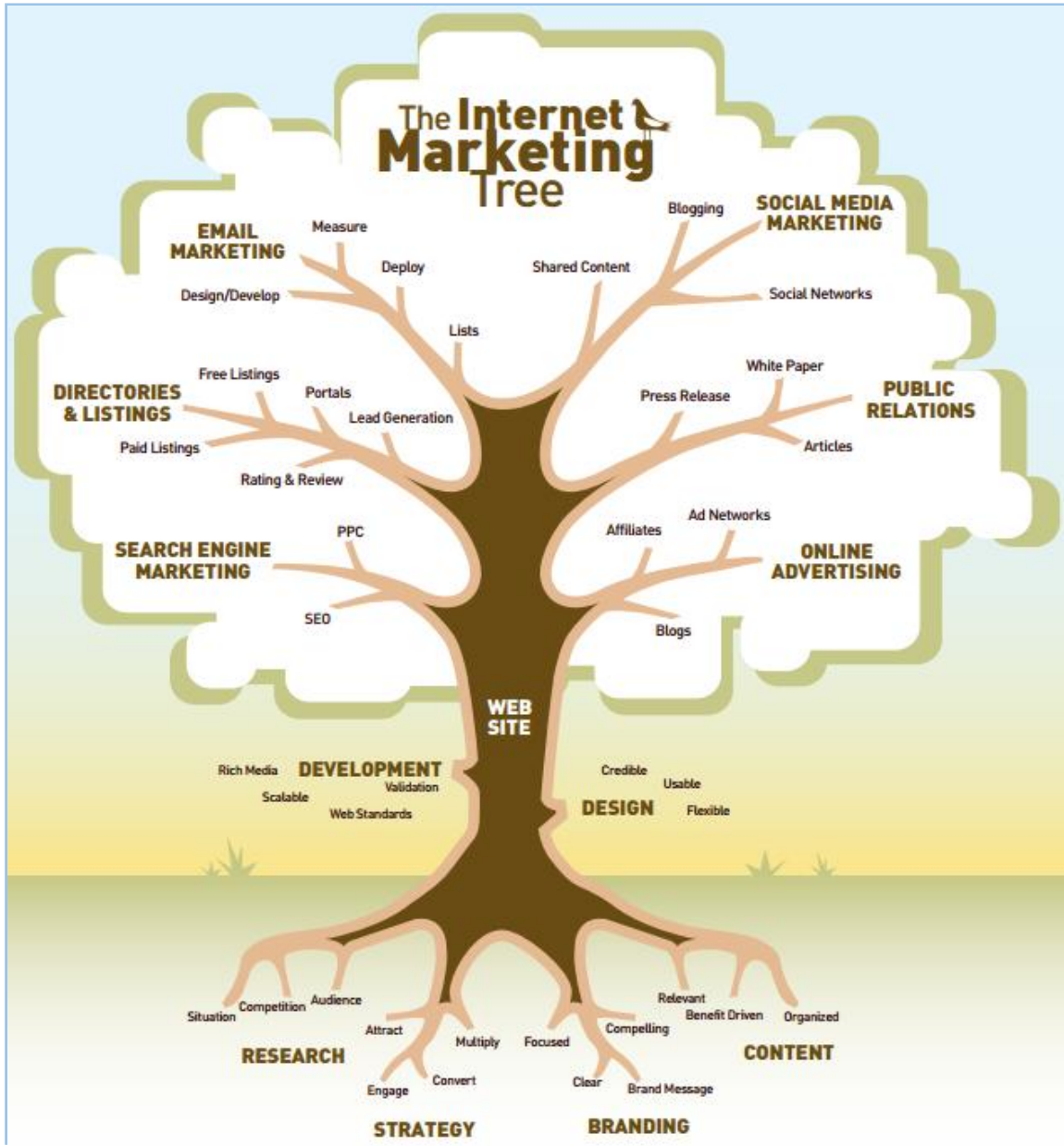


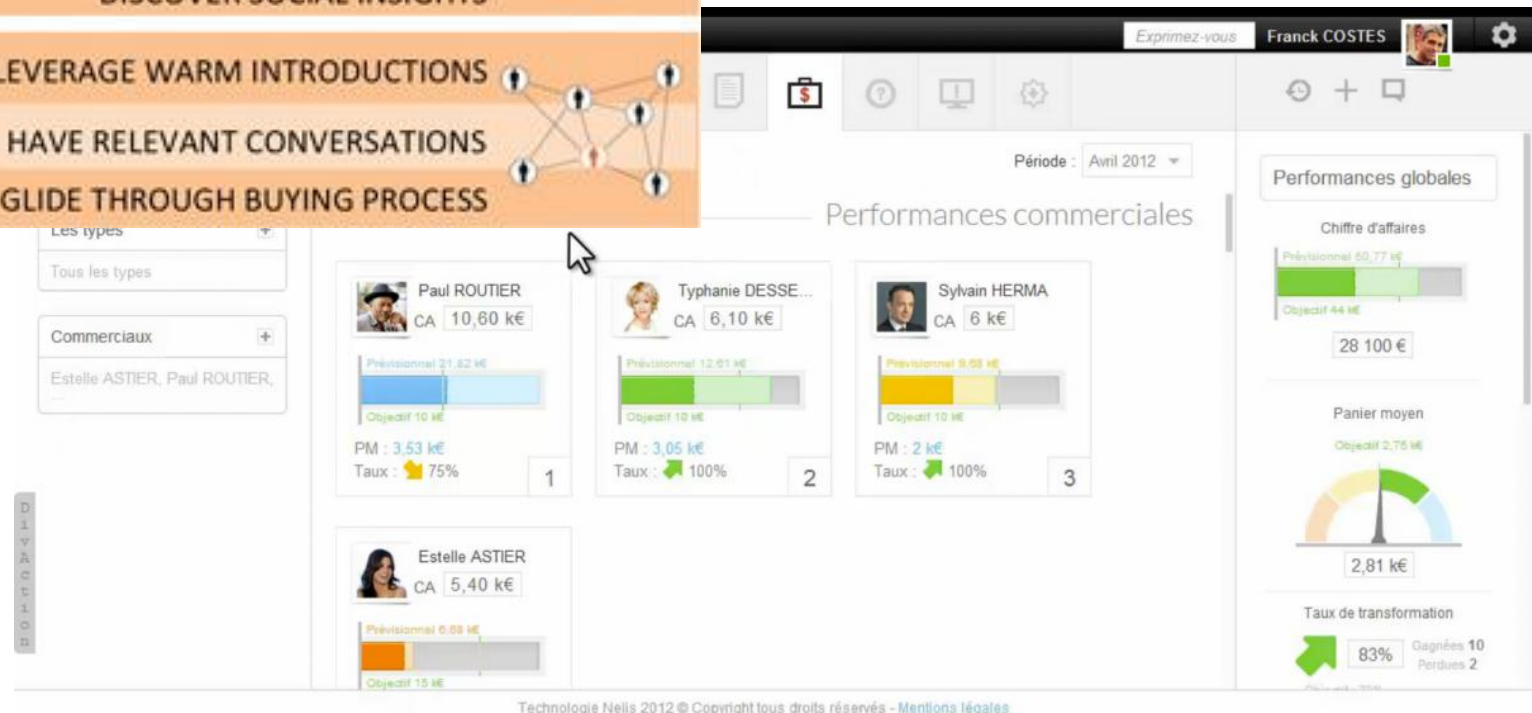


Workshop + formation « Road to Social Selling »

Transformer votre marketing digital...



... en outil de performance commerciale!



Agenda – *Digital 360 Workshop*



AVANT LE WORKSHOP

- **Audit de vos pratiques commerciales et marketing sur Internet et sur les Réseaux Sociaux**

Préalablement au workshop un mini audit de votre présence commerciale et marketing en ligne sera réalisé. Nous analyserons en effet votre site web, votre blog, votre présence sociale et votre visibilité générale sur Internet.

LE WORKSHOP

- **Etat des lieux marketing et vente**

La première partie du workshop est consacrée à un échange sur votre stratégie d'acquisition et sur les fondamentaux marketing et vente à mettre en place ou à améliorer afin de capitaliser au maximum sur la mise en place de la démarche de "Social Selling". Voici les points qui feront l'objet d'échanges et de transmission de bonnes pratiques :

- Notoriété/Visibilité
- "Corporate" et "personal" branding
- Génération de leads et Nurturing
- SEO/SEM/Retargeting
- Ecosystème (partenaires technologiques, intégrateurs, consultants, influenceurs...)

- **Stratégie de contenus**

Il s'agira dans cette partie de définir le contenu dont l'entreprise aura besoin afin d'alimenter sa démarche de "Social selling".

- Contenus existants
- Contenus à valeur ajoutée (Livres Blancs, Etudes, Points de Vue, Infographies, Vidéos..)
- Processus et thématiques de veille, curation

Livrables :

- Feuille de route Digital 360 (Améliorations marketing, outils et sales enablement)
- Ebauche d'un plan et d'un calendrier éditorial

Agenda – *Social Selling Workshop*



- Introduction par la direction et le marketing de la démarche
- Rappel des objectifs recherchés par le « Social Selling »
- Créer/améliorer son profil sur LinkedIn
- Approcher des contacts « coeur de cible »
- Lier le nurturing au « social selling »
- Faire ma veille/curation personnelle
- Questions/réponses

Livrables :

- Tutorial
- Charte de bonnes pratiques sur les réseaux sociaux et processus de partage des contenus



Logistique & Modalités

Audit des pratiques commerciales et marketing

Avant intervention après un call avec le chef de projet

Digital 360 Workshop

Cibles : Directions générale, marketing et commerciale

Durée : ½ journée présentielle

Formation coaching

Cibles : Consultants, avant-vente, architectes, ingénieurs d'affaires

Durée : ½ journée présentielle

Forfait : 3 000€ H.T.

Formation finançable par OPCA

Organisme de formation enregistré sous le n° 11 75 44759 75 auprès de la Direction Régionale du Travail, de l'Emploi et de la Formation Professionnelle d'Ile-de-France





Thierry Bayon **Linked** 

Conseil AMOA - Stratégie, Innovation et Transformation digitale B2B Vente complexe

Evangéliste Cloud & Social Selling

tbayon@marketor.fr - 09 81 90 30 00



Co-organisateur du

