

# PROGRAMME FORMATION

Donner un sens à votre stratégie





Laurianne Metzinger  
Dirigeante



LMCP est spécialisée en Stratégie Commerciale, Marketing, Digitale.

✓ Nous accompagnons les entreprises de toutes tailles et de tous secteurs d'activités confondus, dans le déploiement et l'optimisation de leur stratégie **Commerciale, Managériale, Marketing et Digitale** en proposant un accompagnement sur mesure externalisé du cahier des charges à la mise en œuvre et au suivi ✓

✓ Un accompagnement, qui vous permet de poser un regard extérieur sur votre activité, disposer d'une ressource experte opérationnelle, faciliter votre croissance, crédibilité et notoriété en vous concentrant sur votre cœur de métier.

► Nos accompagnements sur mesure :

#### **STRATÉGIE COMMERCIALE :**

Accompagnement KAM - Fidélisation clients - Management - Prospection - Social Selling

#### **STRATÉGIE MARKETING :**

Identité de marque - Inbound Marketing - Marketing - Newsletter - Vidéos-Graphismes

#### **STRATÉGIE DIGITALE :**

Community management - Netlinking - Réseaux sociaux - SEO-SEA - Webdesign

► vos objectifs ◀

- Booster votre chiffre d'affaires
- Développer une communauté ciblée
- Positionner votre proposition de valeur claire et efficace
- Vous ancrer en tant qu'expert dans votre environnement
- Positionner votre identité de marque

# SOMMAIRE

## RÉSEAUX SOCIAUX

Linkedin	5
Facebook	6
Je lance mon entreprise sur Facebook	7
E-Réputation	8
Twitter	9
Pinterest	10
Instagram	11
Buffer	12
Panorama des Réseaux Sociaux	13
Hootsuite	14

## MARKETING

Emailing	16
Marketing Direct	17
Transformation digitale	18 - 19
Stratégie de contenu	20
Fondamentaux du marketing	21

# SOMMAIRE

## COMMERCIAL

La prospection	23
Techniques de vente	24
Social Selling	25
Le rendez-vous commercial	26
La relance clients	27
La performance commerciale au téléphone	28
La posture commerciale	29
Développer ses ventes	30

## MANAGEMENT

Fédérer son équipe	32
Déléguer / Co-Animer	34
Communiquer avec son équipe	35
Animation déléguée	36
Animer une réunion	37

<b>WORKSHOP</b>	<b>37-39</b>
-----------------	--------------

# LES RESEAUX SOCIAUX





### Objectifs :

Découvrir le réseau professionnel LinkedIn

Créer un profil et en comprendre l'utilisation pour la prospection

Utiliser LinkedIn pour communiquer sur son entreprise

### Niveau & public concerné

Dirigeants, cadres et salariés ...

Niveau requis : maîtriser les outils Word, Excel et Internet

### Moyens pédagogiques

Support de formation électronique fourni. Exercices et cas pratiques proposés tout au long de la formation.

### Lieu et durée

La formation peut se dérouler soit dans vos locaux, soit dans nos locaux, soit en ligne. En une journée de 7h ou en demi journée

### Numéro d'agrément

44670603867

# LINKEDIN



## 1. Quels usages pour les professionnels ?

30min

- Découverte des usages pour les professionnels
- Points forts
- A qui se destine LinkedIn ?

## 2. Créer son profil

1h30

- Compléter son profil avec les bonnes informations
- le résumé, l'URL, recommandations,
- Gérer les paramètres de son compte
- Travailler sa visibilité
- Partager du contenu

## 3. Recherche de contacts / prospects

2h00

- Trouver les bonnes personnes
- Rechercher une entreprise, un groupe
- Contacter une personne pour générer du leads
- Développer une communauté ciblée
- Les fonctionnalités de Sales Navigator

## 4. Créer une page entreprise

30min

- Ajouter un descriptif
- Ajouter des photos
- Compléter avec des mots-clés pour les moteurs de recherche
- Créer et optimiser sa page pour sa visibilité et ses ventes

## 5. Animer votre page / groupe

2h00

- Définir une ligne et un calendrier éditorial
- Mettre en avant votre expertise et votre savoir-faire
- Créer du contenu engageant
- Partager et interagir au sein du réseau
- Travailler la veille
- La publicité sur LinkedIn
- Créer un groupe, publier et inviter

## 6. Les bonnes pratiques



réseaux sociaux

### Objectifs :

Découvrir les usages professionnels de Facebook  
Créer une page entreprise et publier du contenu pertinent  
Découvrir la publicité sur Facebook

### Niveau & public concerné

Dirigeants, cadres et salariés ...  
Niveau requis : maîtriser les outils Word, Excel et Internet

### Moyens pédagogiques

Support de formation électronique fourni. Exercices et cas pratiques proposés tout au long de la formation.

### Lieu et durée

La formation peut se dérouler soit dans vos locaux, soit dans nos locaux, soit en ligne. En une journée de 7h ou en demi journée

### Numéro d'agrément

44670603867

# FACEBOOK



- |  |              |
|--|--------------|
| <b>1. Quels usages pour les professionnels ?</b>   | <b>30min</b> |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Découverte des usages pour les professionnels</li><li>• Points forts</li><li>• A qui se destine Facebook ?</li></ul>   |              |
| <b>2. Définir son positionnement client</b>  | <b>2h00</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Profiler son client</li><li>• Les 7 règles d'un positionnement</li><li>• Définir et créer son persona</li><li>• Trouvez les bons prospects</li><li>• Les outils/plugins utiles</li></ul>   |              |
| <b>3. Créer une page entreprise</b>  | <b>1h30</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Définir l'identité visuelle</li><li>• Compléter sa page avec les bonnes informations</li><li>• Gérer les paramètres de sa page</li><li>• Les statistiques</li></ul>  |              |
| <b>4. Publier sur Facebook</b>   | <b>2h00</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Définir une ligne et un calendrier éditorial</li><li>• Mettre en avant votre expertise et votre savoir-faire</li><li>• Créer du contenu engageant et émotionnel</li><li>• Créer ses visuels</li><li>• Publier et programmer ses publications</li></ul> |              |
| <b>5. La publicité sur facebook</b>  | <b>1h00</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Booster une publication</li><li>• Créer une campagne</li><li>• Définir un objectif</li><li>• Définir une audience</li><li>• Définir un budget</li></ul>  |              |



### Objectifs :

Créer une page entreprise, publier et vendre

Lancer et optimiser vos campagnes de publicité sur Facebook

### Niveau & public concerné

Dirigeants, cadres et salariés ...  
Niveau requis : maîtriser les outils Word, Excel et Internet

### Moyens pédagogiques

Support de formation électronique fourni. Exercices et cas pratiques proposés tout au long de la formation.

### Lieu et durée

La formation peut se dérouler soit dans vos locaux, soit dans nos locaux, soit en ligne. En une journée de 7h ou en demi journée

### Numéro d'agrément

44670603867

# JE LANCE MON ENTREPRISE SUR FACEBOOK

- |  |              |
|--|--------------|
| <b>1. Quels usages pour les professionnels ?</b>   | <b>30min</b> |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Découverte des usages pour les professionnels</li><li>• Points forts</li><li>• A qui se destine Facebook ?</li></ul>   |              |
| <b>2. Définir son positionnement client</b>  | <b>2h00</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Profiler son client</li><li>• Les 7 règles d'un positionnement</li><li>• Définir et créer son persona</li><li>• Trouvez les bons prospects</li><li>• Les outils/plugins utiles</li></ul>   |              |
| <b>3. Créer une page Facebook optimisée</b>  | <b>1h30</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Définir l'identité visuelle</li><li>• Compléter sa page avec les bonnes informations</li><li>• Gérer les paramètres de sa page</li><li>• Les statistiques</li><li>• Créer un groupe (optionnel)</li></ul>                                  |              |
| <b>4. Vendre sur Facebook</b>  | <b>1h30</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Créer du contenu engageant et émotionnel</li><li>• Publier et programmer ses publications</li><li>• Créer une boutique en ligne</li><li>• Trouver des clients</li><li>• Travailler les Facebook Ads</li></ul>                              |              |
| <b>5. La publicité sur Facebook</b>  | <b>2h30</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Créer une campagne</li><li>• Définir un objectif</li><li>• Définir une audience</li><li>• Définir un budget</li><li>• Analyser vos statistiques</li><li>• Travailler une publicité optimisée</li><li>• Développer le retargeting</li></ul> |              |





réseaux sociaux

### Objectifs :

Découvrir les différents réseaux et leurs usages

Mettre en place une stratégie de gestion de l'image sur le web

Gérer son image et sa présence sur internet

### Niveau & public concerné

Dirigeants, cadres et salariés ...

Niveau requis : maîtriser les outils

Word, Excel et Internet

### Moyens pédagogiques

Support de formation électronique fourni. Exercices et cas pratiques proposés tout au long de la formation.

### Lieu et durée

La formation peut se dérouler soit dans vos locaux, soit dans nos locaux, soit en ligne. En une journée de 7h ou en demi journée

### Numéro d'agrément

44670603867

# GESTION DE L'E-RÉPUTATION

## 1. L'e-réputation

1h00

- Définition
- Les enjeux pour une entreprise
- L'aspect légal

## 2. Les réseaux sociaux

2h00

- La typologie des réseaux
- Les principaux réseaux sociaux
- Les relais d'opinion

## 3. Stratégie de gestion de l'image

2h30

- Gérer les réseaux sociaux
- Le site internet
- Lier la communication online et offline
- Le contenu

## 4. Maîtriser son e-réputation

1h30

- Mettre en place des outils de contrôle
- Gestion de crise



réseaux sociaux

### Objectifs :

- Découvrir le réseau social Twitter
- Créer un profil et publier du contenu pertinent
- Découvrir la publicité sur Twitter

### Niveau & public concerné

Dirigeants, cadres et salariés ...  
Niveau requis : maîtriser les outils Word, Excel et Internet

### Moyens pédagogiques

Support de formation électronique fourni. Exercices et cas pratiques proposés tout au long de la formation.

### Lieu et durée

La formation peut se dérouler soit dans vos locaux, soit dans nos locaux, soit en ligne. En une journée de 7h ou en demi journée

### Numéro d'agrément

44670603867

# TWITTER



- |   |              |
|---|--------------|
| <b>1. Quels usages pour les professionnels ?</b>  | <b>30min</b> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Découverte des usages pour les professionnels</li> <li>• Points forts</li> <li>• A qui se destine Twitter ?</li> </ul>   |              |
| <b>2. Les fondements de Twitter</b>   | <b>30min</b> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le Tweet</li> <li>• Le Hashtag</li> <li>• Le Retweet</li> <li>• Les mentions</li> </ul>  |              |
| <b>3. Créer un profil Twitter</b>   | <b>1h00</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le nom d'utilisateur</li> <li>• Définir l'identité visuelle</li> <li>• Compléter sa page avec les bonnes informations</li> <li>• Les abonnés et les abonnements</li> </ul>   |              |
| <b>4. Créer une communauté d'abonnés</b>  | <b>2h00</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comment exploiter les contacts / clients existants ?</li> <li>• Se mêler aux conversations</li> <li>• Comment pousser les utilisateurs à interagir avec votre contenu</li> </ul>   |              |
| <b>5. Créer une stratégie éditoriale</b>  | <b>2h00</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Définir une ligne et un calendrier éditorial</li> <li>• Mettre en avant votre expertise et votre savoir-faire</li> <li>• Créer du contenu engageant en 280 caractères</li> <li>• Publier et programmer ses publications</li> <li>• Live tweet</li> </ul> |              |
| <b>6. La publicité sur Twitter</b>  | <b>1h00</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Découvrir les différents objectifs</li> <li>• Le Tweet sponsorisé</li> <li>• La campagne publicitaire</li> </ul>   |              |



réseaux sociaux

### Objectifs :

Découvrir les usages professionnels de Pinterest  
Créer une page entreprise et publier du contenu pertinent  
Découvrir la publicité sur Pinterest

### Niveau & public concerné

Dirigeants, cadres et salariés ...  
Niveau requis : maîtriser les outils Word, Excel et Internet

### Moyens pédagogiques

Support de formation électronique fourni. Exercices et cas pratiques proposés tout au long de la formation.

### Lieu et durée

La formation peut se dérouler soit dans vos locaux, soit dans nos locaux, soit en ligne. En une journée de 7h ou en demi journée

### Numéro d'agrément

44670603867

# PINTEREST



- |   |              |
|---|--------------|
| <b>1. Quels usages pour les professionnels ?</b>  | <b>30min</b> |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Découverte des usages pour les professionnels</li><li>• Points forts</li><li>• A qui se destine Pinterest ?</li></ul>   |              |
| <b>2. Les fondements</b>  | <b>30min</b> |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Les épingles</li><li>• Les tableaux</li></ul>   |              |
| <b>3. Créer un profil Pinterest</b>   | <b>1h00</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Créer un profil professionnel</li><li>• Modifier le profil</li><li>• Compléter sa page avec les bonnes informations</li></ul>   |              |
| <b>4. Publier sur Pinterest</b>   | <b>1h00</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Créer des épingles et des tableaux</li><li>• Recherche les mots-clés et les tendances</li><li>• Définir une ligne et un calendrier éditorial</li><li>• Utiliser les leviers de la viralité</li><li>• Créer ses visuels</li><li>• Publier et programmer ses publications</li></ul> |              |
| <b>5. La publicité sur Pinterest</b>  | <b>30min</b> |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Pinterest Analytics</li><li>• Définir un objectif</li><li>• Définir une audience</li><li>• Définir un budget</li></ul>  |              |



### Objectifs :

Découvrir les usages professionnels d'Instagram  
Créer une page entreprise et publier du contenu pertinent  
Découvrir la publicité sur Instagram

### Niveau & public concerné

Dirigeants, cadres et salariés ...  
Niveau requis : maîtriser les outils Word, Excel et Internet

### Moyens pédagogiques

Support de formation électronique fourni. Exercices et cas pratiques proposés tout au long de la formation.

### Lieu et durée

La formation peut se dérouler soit dans vos locaux, soit dans nos locaux, soit en ligne. En une journée de 7h ou en demi journée

Numéro d'agrément  
44670603867

# INSTAGRAM



- |  |              |
|--|--------------|
| <b>1. Quels usages pour les professionnels ?</b>   | <b>30min</b> |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Découverte des usages pour les professionnels</li><li>• Points forts</li><li>• A qui se destine Instagram</li></ul>  |              |
| <b>2. Créer un compte</b>  | <b>1h00</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• L'aspect visuel</li><li>• Créer un profil optimisé</li><li>• Gérer les paramètres de son compte</li></ul>  |              |
| <b>3. Publier sur Instagram</b>  | <b>30min</b> |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Définir une ligne et un calendrier éditorial</li><li>• Les différents formats de publications</li><li>• Utiliser les leviers de la viralité</li><li>• Créer ses visuels</li><li>• Publier et programmer ses publications</li></ul> |              |
| <b>4. La publicité sur Instagram</b>   | <b>1h00</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Promouvoir une publication</li><li>• Créer une campagne</li><li>• Définir un objectif</li><li>• Définir une audience</li><li>• Définir un budget</li></ul>   |              |
| <b>5. Les bonnes pratiques</b>   | <b>30min</b> |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• l'algorithme</li><li>• Améliorer son engagement</li><li>• Outils et plugins utiles</li><li>• Gagner des followers</li></ul>  |              |



réseaux sociaux

### Objectifs :

S'inscrire sur Buffer  
Publier et programmer sur les réseaux sociaux  
Découvrir les différents usages de Buffer

### Niveau & public concerné

Dirigeants, cadres et salariés ...  
Niveau requis : maîtriser les outils Word, Excel et Internet

### Moyens pédagogiques

Support de formation électronique fourni. Exercices et cas pratiques proposés tout au long de la formation.

### Lieu et durée

La formation peut se dérouler soit dans vos locaux, soit dans nos locaux, soit en ligne. En une journée de 7h ou en demi journée

### Numéro d'agrément

44670603867

# BUFFER



## 1. S'inscrire

30min

- Choisir un forfait
- Créer un profil
- Ajouter un réseau social

## 2. Publier et programmer sur les réseaux sociaux 1h00

- Ecrire un message
- Ecrire un message sur plusieurs comptes
- Ajouter une pièce jointe
- Les réglages
- Gérer calendrier

## 3. Gérer son calendrier

30min

- Les programmations précédentes
- Les réglages
- Définir des horaires de publication
- Modifier l'heure de publication



### Objectifs :

Découvrir les différents réseaux sociaux et leurs usages  
Définir le choix de son réseau pour son entreprise  
Adapter le contenu à chaque réseau

### Niveau & public concerné

Dirigeants, cadres et salariés ...  
Niveau requis : maîtriser les outils Word, Excel et Internet

### Moyens pédagogiques

Support de formation électronique fourni. Exercices et cas pratiques proposés tout au long de la formation.

### Lieu et durée

La formation peut se dérouler soit dans vos locaux, soit dans nos locaux, soit en ligne. En une journée de 7h ou en demi journée

Numéro d'agrément  
44670603867

# PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX

- 1. Quels usages pour les professionnels ?** **1h00**
  - Découverte des usages pour les professionnels
  - La révolution digitale
  - Les médias sociaux
- 2. Les réseaux sociaux** **2h30**
  - Les différents types de réseaux
  - Présentation des principaux réseaux sociaux
  - Quels réseaux sociaux choisir pour mon entreprise?
  - Pourquoi intégrer les réseaux sociaux sur le site web?
- 3. Communiquer via les réseaux sociaux** **2h00**
  - Élaborer une stratégie média
  - Adapter son plan média
  - Quand publier ? Définir un calendrier et suivi des actions
  - Quoi publier ? Définir une ligne et un calendrier éditorial
- 4. Stratégie de contenus** **1h00**
  - Le fond
  - La forme
  - Contenus multimédias
- 5. Les bonnes pratiques** **30min**
  - Être actif
  - Échanger et interagir
  - Convivialité et bienveillance



réseaux sociaux

### Objectifs :

S'inscrire sur Hootsuite  
Publier et programmer sur les réseaux sociaux  
Découvrir les différents usages d'Hootsuite

### Niveau & public concerné

Dirigeants, cadres et salariés ...  
Niveau requis : maîtriser les outils Word, Excel et Internet

### Moyens pédagogiques

Support de formation électronique fourni. Exercices et cas pratiques proposés tout au long de la formation.

### Lieu et durée

La formation peut se dérouler soit dans vos locaux, soit dans nos locaux, soit en ligne. En une journée de 7h ou en demi journée

### Numéro d'agrément

44670603867

# HOOTSUITE



## 1. S'inscrire sur Hootsuite

30min

- Choisir un forfait
- Créer un profil
- Ajouter un réseau social

## 2. Publier et programmer sur les réseaux sociaux 1h00

- Ecrire un message
- Ajouter un lien
- Ajouter une pièce jointe
- Gérer son calendrier

## 3. Les flux

30min

- Créer un flux
- Communiquez avec votre audience
- Elargissez votre public
- Ajouter des flux

## 4. Les statistiques

30min

- Créer un rapport
- Modifier un rapport
- Analyser un rapport

## 5. Les campagnes et les applications

30min

- Créer un campagne
- Choisir un objectif
- Les applications gratuites et payantes

# MARKETING







Marketing

### Objectifs :

- Découvrir l'emailing et ses usages
- Se constituer une base de données
- Découvrir les bonnes pratiques
- Analyser les résultats

### Niveau & public concerné

- Dirigeants, cadres et salariés ...
- Niveau requis : maîtriser les outils Word, Excel et Internet

### Moyens pédagogiques

- Support de formation électronique fourni. Exercices et cas pratiques proposés tout au long de la formation.

### Lieu et durée

- La formation peut se dérouler soit dans vos locaux, soit dans nos locaux, soit en ligne. En une journée de 7h ou en demi journée

Numéro d'agrément  
44670603867

# EMAILING



## 1. L'emailing

30min

- Définition
- Les avantages
- Quelques chiffres

## 2. Les différents types d'emailing

30min

- L'email de bienvenue
- Les emails liés aux achats
- Le contenu d'engagement
- Le réengagement
- La désinscription

## 3. La base de données

30min

- Gérer les inscriptions
- Achat ou location de base de données
- La RGPD

## 4. Les bonnes pratiques

1h00

- La lecture mobile
- Intégrer du Storytelling
- Etre efficace dans le titre et le contenu
- S'adapter à la cible et à la saison
- Inclure un call to action
- Ajouter des boutons réseaux sociaux

## 5. Analyser les résultats

15min

- Taux d'ouverture
- Taux de clic
- Taux de rebond
- Taux de spam

## 6. Les outils de création

15min

- Les différents outils
- Les tarifs



Marketing

**Objectifs :**

- Découvrir l'emailing et ses usages
- Se constituer une base de données
- Découvrir les bonnes pratiques
- Analyser les résultats

**Niveau & public concerné**

Dirigeants, cadres et salariés ...  
Niveau requis : maîtriser les outils Word, Excel et Internet

**Moyens pédagogiques**

Support de formation électronique fourni. Exercices et cas pratiques proposés tout au long de la formation.

**Lieu et durée**

La formation peut se dérouler soit dans vos locaux, soit dans nos locaux, soit en ligne. En une demi journée.

**Numéro d'agrément**

44670603867

# MARKETING DIRECT



<b>1. Définition</b>	<b>30min</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les différents canaux</li> <li>• Les différents objectifs</li> </ul>	
<b>2. le mailing</b>	<b>30min</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les avantages</li> <li>• Les inconvénients</li> <li>• Les bonnes pratiques</li> </ul>	
<b>3. L'emailing</b>	<b>1h00</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les avantages</li> <li>• Les inconvénients</li> <li>• RGPD</li> <li>• Les bonnes pratiques</li> </ul>	
<b>4. Le téléphone</b>	<b>1h00</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les avantages</li> <li>• Les inconvénients</li> <li>• Les bonnes pratiques</li> </ul>	
<b>5. L'imprimé sans adresse</b>	<b>30min</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le catalogue</li> <li>• Le dépliant</li> <li>• Le prospectus / flyer</li> <li>• Les avantages et inconvénients pour chaque support</li> <li>• Les bonnes pratiques pour chaque support</li> </ul>	
<b>6. Le sms marketing</b>	<b>30min</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les avantages</li> <li>• Les inconvénients</li> <li>• Les bonnes pratiques</li> </ul>	



Marketing

### Objectifs :

Comprendre les enjeux de la transformation digitale

Connaître les bonnes pratiques et facteurs clés de succès d'une mise en oeuvre

Découvrir les bonnes pratiques

### Niveau & public concerné

Dirigeants, cadres et salariés ...

Niveau requis : maîtriser les outils Word, Excel et Internet

### Moyens pédagogiques

Support de formation électronique fourni. Exercices et cas pratiques proposés tout au long de la formation.

### Lieu et durée

La formation peut se dérouler soit dans vos locaux, soit dans nos locaux, soit en ligne. Formation se déroulant sur 2jours

### Numéro d'agrément

44670603867

# TRANSFORMATION DIGITALE PART 1

## 1. Le digital : panorama des acteurs du marché 30min

- Les acteurs historiques
- Les géants du web social
- Les géants du picture marketing
- Les acteurs principaux du e-commerce

## 2. Le digital : panorama des nouveaux usages 1h00

- De nouveaux comportements d'achat
- De nouvelles façons de consommer et payer
- Les grandes tendances du Web
- Le Big Data

## 3. Les nouveaux leviers du marketing digital 2h00

- Le référencement
- Marketing viral / Buzz marketing
- Marketing mobile
- Email marketing
- Connaissance pointue du client

## 4. Les nouveaux leviers : communication digitale 1h30

- La convergence des médias
- Les enjeux de la gestion de son e-réputation
- Digital storytelling
- Brand content

## 5. La puissance du web social 2h30

- La définition de la stratégie Social Media
- Community management et dialogue avec les communautés
- Les stratégies d'influence sur les médias sociaux
- Le contrôle et le suivi des résultats sur le web social



Marketing

### Objectifs :

Comprendre les enjeux de la transformation digitale

Connaître les bonnes pratiques et facteurs clés de succès d'une mise en oeuvre

Découvrir les bonnes pratiques

### Niveau & public concerné

Dirigeants, cadres et salariés ...

Niveau requis : maîtriser les outils

Word, Excel et Internet

### Moyens pédagogiques

Support de formation électronique fourni. Exercices et cas pratiques proposés tout au long de la formation.

### Lieu et durée

La formation peut se dérouler soit dans vos locaux, soit dans nos locaux, soit en ligne. Formation se déroulant sur 2jours

### Numéro d'agrément

44670603867

# TRANSFORMATION DIGITALE PART 2

## 6. Relation client : les points de contact digitaux 30min

- Le nouveau client digitalisé
- E-CRM .

## 7. Les nouveaux visages de la distribution/vente 1h00

- Les canaux de vente en vogue
- Omni-canal et cross-canal
- Zoom sur le SoLomo
- La révolution mobile et le m-mobile

## 8. La transformation digitale en pratique 2h00

- Se préparer
- Auditer
- Planifier et cadrer
- Tester
- Déployer (Mesurer et optimiser)

## 9. Exercices et cas pratiques 3h00

- Echanges en fonction des besoins



Marketing

### Objectifs :

Découvrir les différents usages de la stratégie de contenu

Savoir créer du contenu pour les différents supports numériques

Adapter son contenu aux différents supports

### Niveau & public concerné

Dirigeants, cadres et salariés ...

Niveau requis : maîtriser les outils

Word, Excel et Internet

### Moyens pédagogiques

Support de formation électronique fourni. Exercices et cas pratiques proposés tout au long de la formation.

### Lieu et durée

La formation peut se dérouler soit dans vos locaux, soit dans nos locaux, soit en ligne.

En une journée de 7h.

### Numéro d'agrément

44670603867

# STRATÉGIE DE CONTENU

<b>1. Ecrire sur le web</b>	<b>2h00</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'identité et le contenu de marque</li> <li>• La ligne éditoriale</li> <li>• Concevoir son texte</li> </ul>	
<b>2. Publier sur les réseaux sociaux</b>	<b>1h00</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• S'adapter selon les médias</li> <li>• L'image et la vidéo</li> <li>• L'image de marque</li> <li>• Customer et employee advocacy</li> </ul>	
<b>3. S'organiser pour produire</b>	<b>1h00</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La charte éditoriale</li> <li>• Le calendrier éditorial</li> <li>• Décliner, recycler et relier</li> <li>• Veiller pour s'inspirer</li> </ul>	
<b>4. Le SEO</b>	<b>1h00</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le choix des mots-clés</li> <li>• Les différentes balises</li> <li>• L'arborescence</li> <li>• La sémantique</li> </ul>	
<b>5. Formats web spécifiques</b>	<b>1h00</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La fiche produit</li> <li>• La FAQ</li> <li>• Le lexique</li> <li>• Le dossier</li> <li>• Le blog</li> <li>• La newsletter</li> </ul>	
<b>6. Exercices et cas pratiques</b>	<b>1h00</b>



Marketing

### Objectifs :

Découvrir et s'approprier les concepts, techniques et outils du marketing

Comprendre l'importance du marketing dans l'entreprise

S'initier à la démarche marketing, à ses outils et à leur mise en pratique en travaillant sur des cas d'entreprises

### Niveau & public concerné

Dirigeants, cadres et salariés ...

Niveau requis : maîtriser les outils Word, Excel et Internet

### Moyens pédagogiques

Support de formation électronique fourni. Exercices et cas pratiques proposés tout au long de la formation.

### Lieu et durée

La formation peut se dérouler soit dans vos locaux, soit dans nos locaux, soit en ligne. Formation se déroulant sur 2 jours

### Numéro d'agrément

44670603867

# FONDAMENTAUX DU MARKETING

<b>1. Introduction</b>	<b>1h00</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Définition</li> <li>• Un peu d'histoire</li> <li>• La place du marketing au sein de l'entreprise</li> <li>• La démarche marketing</li> </ul>	
<b>2. Analyser et diagnostiquer</b>	<b>3h00</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Élément de base de la stratégie marketing</li> <li>• L'analyse externe (Environnement, marché, consommateurs)</li> <li>• L'analyse interne</li> <li>• Le diagnostic SWOT</li> </ul>	
<b>3. La stratégie marketing</b>	<b>3h00</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La segmentation</li> <li>• Le ciblage</li> <li>• Le positionnement</li> </ul>	
<b>4. La stratégie marketing : les 4P</b>	<b>4h30</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La politique de produit</li> <li>• La politique de prix</li> <li>• La politique de distribution</li> <li>• La communication, la publicité, la promotion des ventes</li> <li>• La mise en application : le plan marketing</li> </ul>	
<b>5. Le marketing d'aujourd'hui et de demain</b>	<b>2h30</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le marketing des réseaux sociaux</li> <li>• Présentation des différents réseaux sociaux</li> <li>• Le marketing de demain</li> <li>• Les bonnes pratiques</li> </ul>	
<b>6. Exercices et cas pratiques tout au long de la formation</b>	<b>1h00</b>

# COMMERCIAL





Commercial  
Commercial

### Objectifs :

Organiser sa prospection en BtoB  
et BtoC

Travailler son approche

Obtenir des rendez-vous qualifiés

Assurer le suivi

### Niveau & public concerné

Technico-commerciaux et  
commerciaux.

Niveau requis : maîtriser les outils

Excel, internet et CRM

### Moyens pédagogiques

Support de formation électronique  
fourni. Exercices et cas pratiques  
proposés tout au long de la  
formation.

### Lieu et durée

La formation peut se dérouler soit  
dans vos locaux, soit dans nos  
locaux, soit en ligne. En une  
journée de 7h ou en demi journée

### Numéro d'agrément

44670603867

# PROSPECTION

## 1. Délimiter sa cible et préparer son argumentaire 1h00

- Rédaction de l'argumentaire
- Méthode pitch

## 2. Organiser sa prospection 1h30

- Bien planifier sur le court, moyen et long terme
- Assurer le suivi des actions de prospection
- Relancer les clients et les prospects

## 3. L'interlocuteur 1h00

- Détecter les besoins de son interlocuteur au travers  
d'un entretien
- Anticiper les objections

## 4. Obtenir un rendez-vous qualifié 2h00

- Franchir les obstacles
- Convaincre

## 5. Gestion de la relation clients 1h30

- CRM
- Outils
- Indicateurs de résultats





Commercial

### Objectifs :

- Organiser sa prospection en BtoB et BtoC
- Travailler son approche
- Obtenir des rendez-vous qualifiés
- Assurer le suivi

### Niveau & public concerné

Technico-commerciaux et commerciaux.

Niveau requis : maîtriser les outils Excel, internet et CRM

### Moyens pédagogiques

Support de formation électronique fourni. Exercices et cas pratiques proposés tout au long de la formation.

### Lieu et durée

La formation peut se dérouler soit dans vos locaux, soit dans nos locaux, soit en ligne. En une journée de 7h ou en demi journée

Numéro d'agrément  
44670603867

# TECHNIQUES DE VENTES

## 1. Préparer ses présentations

2h00

- Adapter ses outils de communication à chaque type de prospection ou de vente
- Créer des présentations aux prospects ou clients en utilisant un support, plaquette, PowerPoint, internet ou sans support

## 2. Prospecter

2h00

- Préparer sa prospection
- Mener une prospection téléphonique en présentant efficacement ses produits
- Qualifier sa base pour mieux l'exploiter
- Mettre en place des tableaux de bord de prospection et les exploiter
- Suivre les actions de prospection et la relation prospects
- Mesurer l'action

## 3. De la prospection au suivi de la relation client

1h30

- La reprise de contact par téléphone
- La reprise de contact par mail
- La recommandation (mail type)

## 4. Exercices et cas pratiques

1h30

- Echange et cas en fonction de vos besoins



Commercial

### Objectifs :

Intégrer les réseaux sociaux dans sa stratégie commerciale et marketing

Augmenter sa visibilité

Partager et interagir au sein des réseaux

Créer des mises en relation ciblées

### Niveau & public concerné

Technico-commerciaux et commerciaux.

Niveau requis : maîtriser les outils Excel, internet et CRM

### Moyens pédagogiques

Support de formation électronique fourni. Exercices et cas pratiques proposés tout au long de la formation.

### Lieu et durée

La formation peut se dérouler soit dans vos locaux, soit dans nos locaux, soit en ligne. En une journée de 7h ou en demi journée

### Numéro d'agrément

44670603867

# SOCIAL SELLING

## 1. Qu'est ce que le Social Selling ?

30min

- Définition
- Usages

## 2. Créer une présence sur les réseaux sociaux

1h30

- Créer sa page Facebook
- Créer un profil Twitter
- Créer sa page LinkedIn

## 3. Intégrer les réseaux sociaux dans son organisation : le Community Management

1h30

- Le community manager
- Définir sa stratégie
- Le contenu
- La veille

## 4. La prospection via LinkedIn & facebook

2h00

- Créer son profil et son persona
- définir le positionnement
- Générer du leads, augmenter son réseau
- Les fonctionnalités de Sales Navigator, les plugins utiles

## 5. Les bonnes pratiques du Social Selling

30min

- Les codes de bienveillance à respecter
- Comment développer sa réputation
- Social Selling Process
- Fondements, points de vigilance

## 6. Gestion de la relation clients

1h00

- Social CRM
- Outils
- Indicateurs de résultats
- Choisir ses indicateurs en fonction des objectifs : connexions, niveaux d'engagement, visites générées, mentions, etc.



Commercial

### Objectifs :

Prendre un rendez-vous commercial

Découvrir les différentes phases d'un rendez-vous

Apprendre à gérer les objections

### Niveau & public concerné

Technico-commerciaux et commerciaux.

Niveau requis : maîtriser les outils Excel, internet et CRM

### Moyens pédagogiques

Support de formation électronique fourni. Exercices et cas pratiques proposés tout au long de la formation.

### Lieu et durée

La formation peut se dérouler soit dans vos locaux, soit dans nos locaux, soit en ligne. En une journée de 7h ou en demi journée

### Numéro d'agrément

44670603867

# LE RDV COMMERCIAL



<b>1. La prise de rdv</b>	<b>1h00</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• La prospection</li><li>• Préparer l'appel</li><li>• La méthode CROC</li></ul>	
<b>2. La préparation</b>	<b>2h00</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Les outils de présentation</li><li>• La veille</li><li>• Les questions à se poser</li></ul>	
<b>3. La découverte</b>	<b>1h30</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• L'écoute active</li><li>• Les besoins</li><li>• La reformulation</li><li>• Le profil SONCASE</li></ul>	
<b>4. L'argumentaire</b>	<b>1h30</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• L'argumentaire CAP / SONCASE</li><li>• L'optimisation</li></ul>	
<b>5. Le prix</b>	<b>1h30</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• La présentation du prix</li><li>• Défendre son prix</li><li>• Gérer les objections</li></ul>	
<b>6. La relance</b>	<b>1h30</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• La relance</li><li>• L'e-mail</li><li>• Les bonnes pratiques</li></ul>	



Commercial

### Objectifs :

Gérer ses relances  
Maîtriser les différents supports  
Assurer un suivi et la gestion de la relation client

### Niveau & public concerné

Technico-commerciaux et commerciaux.

Niveau requis : maîtriser les outils Excel, internet et CRM

### Moyens pédagogiques

Support de formation électronique fourni. Exercices et cas pratiques proposés tout au long de la formation.

### Lieu et durée

La formation peut se dérouler soit dans vos locaux, soit dans nos locaux, soit en ligne. En une journée de 7h ou en demi journée

### Numéro d'agrément

44670603867

# LA RELANCE CLIENTS



## 1. Quand convient-il de relancer

1h30

- Relances systématiques
- Relances événementielles
- Relances opportunités
- Choisir son timing

## 2. La reprise de contact par téléphone

1h30

- L'attitude
- La voix
- Les formules gagnantes

## 3. La reprise de contact par mail

1h30

- La personnalisation
- Être bref et clair
- Rédiger un contenu utile et convaincant

## 4. Suivi et gestion de la relation client

1h00

- CRM
- Fichier de prospection

## 5. Echanges, cas pratique en fonction des besoins 1h30



Commercial

### Objectifs :

Découvrir les postures commerciales

Découvrir les techniques de communication

Gérer l'entretien et les situations compliquées

### Niveau & public concerné

Technico-commerciaux et commerciaux.

Niveau requis : maîtriser les outils Excel, internet et CRM

### Moyens pédagogiques

Support de formation électronique fourni. Exercices et cas pratiques proposés tout au long de la formation.

### Lieu et durée

La formation peut se dérouler soit dans vos locaux, soit dans nos locaux, soit en ligne. En une journée de 7h ou en demi journée

### Numéro d'agrément

44670603867

# LA PERFORMANCE COMMERCIALE AU TÉLÉPHONE

## 1. Les postures commerciales d'épanouissement 1h00

- Les constats effectués
- L'implication nécessaire
- Les postures commerciales

## 2. Les techniques de communication 1h30

- Le processus de communication
- Le SONCASE
- Les méthodes de questionnement

## 3. L'entretien 1h30

- L'objectif de l'appel
- La maîtrise de l'entretien
- L'écoute active
- Le profil SONCASE

## 4. La gestion des situations compliquées 1h30

- Les situations compliquées
- Gérer les objections
- Gérer ses émotions

## 5. Échanges/cas pratique en fonction des besoins 1h30



Commercial

# LA POSTURE COMMERCIALE DU VENDEUR

## Objectifs :

Apprendre à gérer les différents aspects de la posture commerciale du vendeur

Gérer les différents aspects d'un rendez-vous commercial

## Niveau & public concerné

Technico-commerciaux et commerciaux.

Niveau requis : maîtriser les outils Excel, internet et CRM

## Moyens pédagogiques

Support de formation électronique fourni. Exercices et cas pratiques proposés tout au long de la formation.

## Lieu et durée

La formation peut se dérouler soit dans vos locaux, soit dans nos locaux, soit en ligne. En une journée de 7h ou en demi journée

## Numéro d'agrément

44670603867

### 1. La posture commerciale

1h00

- La séduction
- L'organisation
- L'urgent et l'important

### 2. Savoir questionner

1h30

- Les différents types de questions
- La reformulation

### 3. Les techniques de prospection

1h30

- La préparation
- Les objectifs
- La prospection téléphonique

### 4. Savoir communiquer

2h00

- Les écarts de compréhension et de perception
- Les règles de communication
- L'écoute active

### 5. Traiter les objections

1h00

- Traitement des différentes objections
- L'annonce du prix
- Défendre son prix



Commercial

### Objectifs :

Optimiser sa prospection  
Développer son portefeuille de clients

Gérer les différents aspects d'un rendez-vous commercial

### Niveau & public concerné

Technico-commerciaux et commerciaux.

Niveau requis : maîtriser les outils Excel, internet et CRM

### Moyens pédagogiques

Support de formation électronique fourni. Exercices et cas pratiques proposés tout au long de la formation.

### Lieu et durée

La formation peut se dérouler soit dans vos locaux, soit dans nos locaux, soit en ligne. En une journée de 7h ou en demi journée

### Numéro d'agrément

44670603867

# DÉVELOPPER SES VENTES



## 1. La posture commerciale

1h00

- Les constats effectués
- La séduction
- L'organisation
- Les postures commerciales

## 2. Prospecter

1h30

- Préparer sa prospection
- Mener une prospection téléphonique en présentant efficacement ses produits
- Qualifier sa base pour mieux l'exploiter
- Mettre en place des tableaux de bord de prospection

## 3. La prise de rdv

1h00

- Préparer l'appel
- La méthode CROC
- Les outils de présentation
- La veille

## 4. La découverte prospects/clients

1h30

- L'écoute active
- Les besoins
- La reformulation
- Le profil SONCASE

## 5. La communication

1h30

- Les écarts de compréhension et de perception
- Les règles de communication
- L'argumentaire
- Présenter et défendre son prix
- Gérer les objections

## 6. De la prospection au suivi de la relation client

30min

- La reprise de contact par téléphone et par mail
- Les bonnes pratiques

# MANAGEMENT







Management

### Objectifs :

Manager son équipe

Rassembler son équipe autour d'un projet commun

Développer une synergie au sein de son équipe

### Niveau & public concerné

Dirigeants, cadres et salariés ...

Niveau requis : maîtriser les outils Word, Excel et Internet

### Moyens pédagogiques

Support de formation électronique fourni. Exercices et cas pratiques proposés tout au long de la formation.

### Lieu et durée

La formation peut se dérouler soit dans vos locaux, soit dans nos locaux, soit en ligne. En une journée de 7h ou en demi journée

### Numéro d'agrément

44670603867

# FÉDÉRER SON ÉQUIPE



## 1. Définition du manager

30min

- Rôles
- Missions
- Bien se connaître avant de manager

## 2. Votre équipe

1h30

- Etablir un diagnostic du service
- Bien connaître vos collaborateurs
- Mesurer les compétences de ses collaborateurs

## 3. La communication

1h30

- Les canaux de transmission
- Les canaux de perception
- La bonne transmission du message

## 4. Développer une synergie au sein de son équipe 1h30

- Fédérer autour de valeurs communes
- Faire émerger l'intelligence collective
- Jouer sur la complémentarité pour développer la coopération
- Encourager les initiatives et les propositions d'amélioration

## 5. Exercices et cas pratiques

2h



### Objectifs :

Gagner en efficacité  
Déléguer à son équipe  
Maintenir une relation de confiance

### Niveau & public concerné

Dirigeants, cadres et salariés ...  
Niveau requis : maîtriser les outils  
Word, Excel et Internet

### Moyens pédagogiques

Support de formation électronique  
fourni. Exercices et cas pratiques  
proposés tout au long de la  
formation.

### Lieu et durée

La formation peut se dérouler soit  
dans vos locaux, soit dans nos  
locaux, soit en ligne. En une  
journée de 7h ou en demi journée

### Numéro d'agrément

44670603867

# DÉLÉGUER CO-ANIMER



- 1. Hiérarchiser** **1h00**
  - Définir les priorités collectives et managériales
  - Distinguer l'urgent de l'important
  - Faire des choix et les justifier
  - Déléguer, supprimer des tâches
- 2. Déléguer** **1h30**
  - Pourquoi ?
  - A qui ? Comment ?
- 3. Les missions** **1h30**
  - Fixer les missions et les objectifs
  - Définir les indicateurs de performance
  - Contrôler et valider
- 4. Maintenir une relation de confiance** **1h30**
  - Gérer la réussite comme l'échec
  - Mener des entretiens de suivi
  - Guider la recherche de solutions
  - Encourager les initiatives et les propositions
- 5. Exercices et cas pratiques** **1h30**



### Objectifs :

Travailler dans un environnement sain

Connaître les approches de la PNL  
Connaître les différentes postures de la communication

Travailler dans un environnement fédérateur

### Niveau & public concerné

Dirigeants, cadres et salariés ...  
Niveau requis : maîtriser les outils Word, Excel et Internet

### Moyens pédagogiques

Support de formation électronique fourni. Exercices et cas pratiques proposés tout au long de la formation.

### Lieu et durée

La formation peut se dérouler soit dans vos locaux, soit dans nos locaux, soit en ligne. En une journée de 7h ou en demi journée

### Numéro d'agrément

44670603867

# COMMUNIQUER AVEC SON ÉQUIPE

## 1. Qu'est ce que communiquer ?

1h00

- Communiquer ses idées avec clarté et conviction
- Instaurer la bonne distance

## 2. Son équipe

1h30

- Pratiquer l'écoute active
- Encourager les initiatives et les propositions d'amélioration
- Donner des feed-back et en recevoir
- Gérer les conflits par l'objectivité et non l'affectivité

## 3. Travailler le non verbal

1h00

- Voix, gestuelle, regard...
- Savoir garder le contrôle de soi et de la situation

## 4. La programmation neuro-linguistique

1h30

- Processus interne
- Comportement externe
- Etat interne
- Apports pour le management

## 5. Exercices et cas pratiques

2h00



Management

### Objectifs :

Gagner en efficacité et en performance  
Repenser les objectifs d'une réunion

Utiliser la réunion comme un outil de management fédérateur

Maintenir une cohésion au sein de l'équipe

### Niveau & public concerné

Dirigeants, cadres et salariés ...

Niveau requis : maîtriser les outils Word, Excel et Internet

### Moyens pédagogiques

Support de formation électronique fourni. Exercices et cas pratiques proposés tout au long de la formation.

### Lieu et durée

La formation peut se dérouler soit dans vos locaux, soit dans nos locaux, soit en ligne. En une journée de 7h ou en demi journée

### Numéro d'agrément

44670603867

# ANIMATION DÉLÉGUÉE



## 1. De quoi s'agit-il ? ?

1h00

- Présentation des outils
- Les observations
- Le constat
- Déléguer, supprimer des tâches

## 2. Les conditions de réussite

1h30

- Les convictions
- L'organisation
- La mise en place
- Les enjeux

## 3. Les bénéfiques

1h30

- Outil de management
- Efficacité et performance
- Favoriser la cohésion
- Améliorer l'écoute et la communication

## 4. Les rôles à déléguer

1h30

- L'animateur
- Le pousse-décision
- Le scribe
- Le gardien du temps

## 5. La réunion déléguée une étape vers...

1h30

- Un nouveau souffle dans l'entreprise
- Une intelligence émotionnelle
- Une organisation déléguée



### Objectifs :

Gagner en performance et en efficacité Préparer son ordre du jour

Maitriser le déroulement de la réunion Animer et intéresser l'auditoire

Clôturer et donner les prochaines perspectives

### Niveau & public concerné

Dirigeants, cadres et salariés ...  
Niveau requis : maîtriser les outils Word, Excel et Internet

### Moyens pédagogiques

Support de formation électronique fourni. Exercices et cas pratiques proposés tout au long de la formation.

### Lieu et durée

La formation peut se dérouler soit dans vos locaux, soit dans nos locaux, soit en ligne. En une journée de 7h ou en demi journée

### Numéro d'agrément

44670603867

# ANIMER UNE RÉUNION



## 1. Animer une réunion

1h00

- Maitriser les phases de la réunion
- Maitriser le rôle d'animateur
- Maitriser la diffusion du message

## 2. Préparer la réunion

1h30

- Objectifs
- Méthodologie-démarche
- Les conditions pour une réunion efficace

## 3. Ouvrir la réunion

1h30

- Objectifs
- Méthodologie -démarche
- Les différents types de réunions

## 4. Maitriser le déroulement de la réunion

1h30

- Objectifs
- Méthodologie -démarche
- Les caractéristiques d'un groupe

## 5. Clore la réunion

1h30

- Les rôles et attitudes, les outils
- Les 6 problèmes les plus fréquents
- La parole est d'or
- La technique du voisinage

# WORKSHOP



*Et si LinkedIn devenait votre meilleur AMI digital business ? Back to basics avec du neuf pour vous ! Dirigeant, manager ou indépendant, vous aimeriez savoir comment dire et dire plus fort qui vous êtes et ce que vous savez faire afin de développer votre business ? Découvrez comment tirer le meilleur de vous-même avec LinkedIn.*

**Retrouvons-nous pour parler de vous, nous voulons que vous réussissiez.**

- Comprenez les **stratégies** qui fonctionnent et **adaptez-les** à votre cadre personnel.
- Préparez votre **nouvelle logique de présentation, de publications et d'interactions**.
- Accédez aux **points de vue et retours d'expériences de vos pairs tout au long du parcours AMI**.

**Participez à un parcours de 9 étapes (3 modules de 3h) pour exprimer et libérer votre AMI LinkedIn.**

Après une introduction aux principaux types de stratégies qui fonctionnent, nous aborderons ensemble :

### ***Le meilleur de votre profil – module 1***

**Etape1** : Projetez-vous dans le meilleur de vous-même.

**Etape2** : Comprenez comment le faire vivre à travers votre profil (comprenez aussi la complémentarité possible avec la page de votre entreprise).

**Etape3** : Préparez les modifications de votre profil pour le rendre plus impactant et engageant.

### ***Le meilleur de vos publications – module 2***

**Etape4** : Comprenez les différents types de publications complémentaires et l'enjeu de publier régulièrement.

**Etape5** : Libérez vos idées à exploiter toute l'année et donnez-vous les moyens d'être régulier.

**Etape6** : Planifiez vos prochaines publications.

### ***Le meilleur de votre réseau et de vos conversations – module 3***

**Etape7** : Comprenez les façons de cibler et de développer un réseau de qualité, progressivement, avec vos amis, le moteur de recherche et vos invitations.

**Etape8** : Comprenez les bonnes façons d'engager les membres de votre réseau au-delà de vos publications dans les fils de discussion et la messagerie.

**Etape9** : Libérez vos idées de prises de parole et envisagez la façon de standardisez ce qui pourrait l'être

## SUITE

### **Les ingrédients clés de notre parcours AMI LinkedIn :**

**Acquisition :** 9 heures\* de workshops apprenant vous permettent d'acquérir les connaissances essentielles nécessaires et de repartir avec des éléments directement utilisables. Ces workshops valorisent le développement d'une conscience et d'une réflexion collective de groupe autour des apports théoriques partagés, pour des résultats plus riches et plus efficaces  
\*3x3h réparties sur les 3 à 6 premières semaines du parcours

**Motivation :** 9 notifications flash mensuelles (suivi ou rappel, conseil, challenge, bonne pratique inspirante) vous incitent à développer et à ancrer vos nouveaux réflexes sur LinkedIn.

**Inspiration :** 9 minutes d'échanges entre participants complétées par 9 minutes de coaching collectif avec les formateurs vous permettent de partager des bonnes pratiques, des succès, des bonnes nouvelles et autres, chaque 1er et 3ème vendredi du mois à 8h40 (ou à un autre moment retenu avec le groupe).

- **Réservez votre session sur [www.lmeconseils.fr](http://www.lmeconseils.fr)**





# NOS RÉFÉRENCES



# NOS RÉFÉRENCES





# NOS COORDONNÉES

## ADRESSE

5 Rue d'Urmatt, 67300 Schiltigheim

## MAIL

- [laurianne.metzinger@lmcp.fr](mailto:laurianne.metzinger@lmcp.fr)
- [francesco.freni@lmcp.fr](mailto:francesco.freni@lmcp.fr)

## TÉLÉPHONE

07 71 22 97 00

Siret : 804 592 111