

Gestion de portefeuilles - Prospection

Prospecter avec les réseaux sociaux

1 jour (7h00) | ★★★★★ 4,6/5 | DCPROS-RSOC | Évaluation qualitative de fin de stage |
Formation délivrée en présentiel ou distanciel ⁽¹⁾

Formations Management > Développement commercial > Gestion de portefeuilles - Prospection



À l'issue de ce stage vous serez capable de :

- Traduire votre présentation par un message impactant
- Formuler des objectifs cohérents dans votre démarche réseau
- Tester et trouver vos réseaux physiques et virtuels
- Gérer les relations.

Niveau requis

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

Public concerné

Toute personne souhaitant développer son réseau afin de favoriser les échanges commerciaux.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2i Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émarginée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

(1) Modalité et moyens pédagogique :

Formation délivrée en présentiel ou distanciel * (e-learning, classe virtuelle, présentiel à distance). Le formateur alterne entre méthodes ** démonstrative, interrogative et active (via des travaux pratiques et/ou des mises en situation). La validation des acquis peut se faire via des études de cas, des quiz et/ou une certification.

Les moyens pédagogiques mis en oeuvre (variables suivant les formations) sont : ordinateurs Mac ou PC (sauf pour les cours de l'offre Management), connexion internet fibre, tableau blanc ou paperboard, vidéoprojecteur ou écran tactile interactif (pour le distanciel). Environnements de formation installés sur les postes de travail ou en ligne. Supports de cours et exercices.

* Nous consulter pour la faisabilité en distanciel. ** Ratio variable selon le cours suivi.

Programme

Introduction

- Présentation de chacun
- Attentes et objectifs visés de chaque participant
- Présentation de la formation

Construire sa présentation

- Traduction du positionnement en message percutant
- Cohérence des messages sur réseaux physiques et virtuels
- Identifier les valeurs et les objectifs

Choisir ses réseaux

- Qu'est-ce qu'un réseau ?
- Quelles sont les conséquences systémiques de sa démarche ?
- Quels sont les acteurs qui les composent ?
- Identifier sa cible et la quantifier

Entretenir ses réseaux

- Les syndicats et associations professionnelles
- Les réseaux satellites éphémères
- Les réseaux sociaux : Facebook, LinkedIn, Viadeo, Twitter
- Construire sa base de données et entretenir ses contacts

Synthèse de la session

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

Modalités d'évaluation des acquis

- En cours de formation, par des mises en situation contextualisées évaluées
- Et, en fin de formation, par un questionnaire d'auto-évaluation ou une certification (M2i ou éditeur)