PRATIQUER LE SOCIAL SELLING DANS L'ASSURANCE

Savoir identifier des prospects et fidéliser ses clients par le biais des réseaux sociaux

1 JOUR, 7 HEURES

MARKETING / COMMERCIAL

CODE : AMC15

Objectifs de la formation

Créer et optimiser ses profils LinkedIn et Twitter

Communiquer efficacement auprès de ses clients et prospects via les réseaux sociaux

Développer sa sphère d'influence

Parmi nos formateurs

- Professionnel(s) du secteur

Public concernés

- Directions du développement et de la stratégie ; Directions prévoyance, santé, dépendance ; Directions épargne et retraite ; Directions marketing et Communication ; Directions commerciales ; Commerciaux ; Services à la personne ; CGP ; CGPI ; Courtiers

Prérequis

- Cette formation entre dans le champ d'application des dispositions relatives à la formation professionnelle continue car considérée comme une action d'adaptation et de développement des compétences des salariés.

Pourquoi être présent sur les nouveaux outils de communication

Comprendre l'évolution du comportement des consommateurs

- Présentation des principaux réseaux sociaux et des pratiques associées, LinkedIn, Twitter

Le social selling

- Principes et définition
- Les 4 piliers du social selling
- LinkedIn / Twitter : quelles différences pour quels objectifs
- Etude de cas : quels sont les résultats obtenus par les commerciaux pratiquant le social selling
- Analyse des retours d'expériences dans l'assurance en France et à l'étranger (Allianz, AXA, Santander, La Banque Postale…)

Utilisation des principaux outils NTIC pour développer votre activité commerciale

Maîtriser les fondamentaux de Twitter-LinkedIn

- Comment créer mon profil sur Twitter-LinkedIn

- Comment bien compléter mon profil ou l'alléger
- Exercices pratiques

Comment communiquer auprès de ses clients et prospects sur ces réseaux

Twitter / LinkedIn des outils complémentaires

Comment adopter une stratégie de communication axée sur le contenu

- La curation de contenus
- Identifier, s'inspirer et utiliser le contenu des influenceurs

Comment faire une recherche efficace de prospects sur LinkedIn, Twitter et comment l'exploiter

- Développer sa sphère d'influence en ajoutant des contacts qualifiés
- Trouver des contacts via une recherche directe ou avancée : Via LinkedIn, Via Twitter
- Exercices pratiques
- Identifier des leads à partir d'outils
- Maitriser les techniques de rebond
- Augmenter son audience
- Entretenir la conversation avec ses followers
- Analyser et suivre les statistiques
- Exercices pratiques

Dates

Modalités pédagogiques, d'évaluation et techniques

- **Modalités pédagogiques:**

Pour les formations synchrones-présentiel ou classes virtuelles (formations à distance, en direct), les stages sont limités, dans la mesure du possible, à une douzaine de participants, et cherchent à respecter un équilibre entre théorie et pratique. Chaque fois que cela est possible et pertinent, des études de cas, des mises en pratique ou en situation, des exercices sont proposées aux stagiaires, permettant ainsi de valider les acquis au cours de la formation. Les stagiaires peuvent interagir avec le formateur ou les autres participants tout au long de la formation, y compris sur les classes virtuelles durant lesquelles le formateur, comme en présentiel peut distribuer des documents tout au long de la formation via la plateforme. Un questionnaire préalable dit 'questionnaire pédagogique' est envoyé aux participants pour recueillir leurs besoins et attentes spécifiques. Il est transmis aux intervenant(e)s avant la formation, leur permettant de s'adapter aux publics. Pour les formations en E-learning (formations à distance, asynchrones), le stagiaire peut suivre la formation à son rythme, quand il le souhaite. L'expérience alterne des vidéos de contenu et des activités pédagogiques de type quizz permettant de tester et de valider ses acquis tout au long du parcours. Des fiches mémos reprenant l'essentiel de la formation sont téléchargeables. La présence d'un forum de discussion permet un accompagnement pédagogique personnalisé. Un quizz de validation des acquis clôture chaque parcours. Enfin, le blended-learning est un parcours alternant présentiel, classes virtuelles et/ou e-learning.

- **Modalités d'évaluation:**

Toute formation se clôture par une évaluation à chaud de la satisfaction du stagiaire sur le déroulement, l'organisation et les activités pédagogiques de la formation. Les intervenant(e)s évaluent également la session. La validation des acquis se fait en contrôle continu tout au long des parcours, via les exercices proposés. Sur certaines formations, une validation formelle des acquis peut se faire via un examen ou un QCM en fin de parcours. Une auto-évaluation des acquis pré et post formation est effectuée en ligne afin de permettre à chaque participant de mesurer sa progression à l'issue de la formation. Une évaluation à froid systématique sera effectuée à 6 mois et 12 mois pour s'assurer de l'ancrage des acquis et du transfert de compétences en situation professionnelle, soit par téléphone soit par questionnaire en ligne.

- **Modalités techniques FOAD:**

Les parcours sont accessibles depuis un simple lien web, envoyé par Email aux stagiaires. L'accès au module de E-learning se fait via la plateforme 360Learning. La durée d'accès au module se déclenche à partir de la réception de l'invitation de connexion. L'accès aux classes virtuelles se fait via la plateforme Teams. Le(a) stagiaire reçoit une invitation en amont de la session lui permettant de se connecter via un lien. Pour une bonne utilisation des fonctionnalités multimédia, vous devez disposer d'un poste informatique équipé d'une carte son et d'un dispositif vous permettant d'écouter du son (enceintes ou casque). En ce qui concerne la classe virtuelle, d'un microphone (éventuellement intégré au casque audio ou à la webcam), et éventuellement d'une webcam qui permettra aux autres participants et au formateur de vous voir. En cas de difficulté technique, le(a) stagiaire pourra

contacter la hotline au 01 70 72 25 81, entre 9h et 17h ou par mail au logistiqueformations@infopro-digital.com et la prise en compte de la demande se fera dans les 48h.