Formation Social Selling - La vente par les réseaux sociaux

Commercial / Vente **Digital / Web**

Référence de la formation : **Y005**
Villes : **Colmar**, **Mulhouse**, **Strasbourg**

Développez votre stratégie de Social Selling, créez des outils de prospection performants et maîtrisez les techniques digitales pour attirer, engager et convertir efficacement vos prospects en clients.



En présentiel ou à distance



Accessible

Durée : **2 jours (14 heures)**
Tarif Inter : **990 € net**

Tarif intra sur demande

Mise à jour le 14 octobre 2026

Nouveau format, Nouvelle durée !

Cette formation devient éligible au CPF dans le cadre du :

Parcours certifiant « Commercial 2.0 » : Développer son portefeuille client grâce au face-à-face et au digital

Elle complète le module 1 : Formation Élaborer et s'approprier l'ensemble des outils de prospection

Vous avez du mal à capter l'attention de vos prospects et à générer des leads qualifiés via le digital ? Cette formation vous aide à structurer votre prospection et à exploiter pleinement le Social Selling. Vous apprendrez à optimiser votre présence sur LinkedIn, créer des outils de prospection efficaces (e-mailing, phoning, pitch) et adopter les bonnes pratiques pour engager votre audience. Grâce à une approche concrète et opérationnelle, vous développerez une stratégie digitale performante pour attirer et convertir vos prospects en clients.

CCI Campus Alsace - Strasbourg
234 Avenue de Colmar, 67021, Strasbourg

CCI Campus Alsace - Colmar
4 Rue du Rhin, 68000, Colmar

CCI Campus Alsace - Mulhouse
15 Rue des Frères Lumière, 68350, Mulhouse

Objectifs de la formation

- Développer une stratégie de Social Selling efficace pour attirer et convertir des prospects
- Maîtriser les outils digitaux pour générer des leads qualifiés
- Créer des contenus impactants et adapter leur communication sur les différents canaux
- Structurer et optimiser leur approche commerciale pour améliorer leur taux de conversion

A qui s’adresse la formation ?

Public

- Commerciaux, entrepreneurs, responsables marketing et communication
- Toute personne en charge du développement commercial ou ayant un projet de prospection

Pré-requis

- Être à l’aise avec les outils numériques et les réseaux sociaux
- Avoir une première expérience en prospection commerciale est un plus...

Les points forts de la formation

- Formation axée sur la pratique : Apprentissage concret avec études de cas, mises en situation et ateliers pratiques sur les outils digitaux
- Approche stratégique et opérationnelle : Structuration d’une démarche de Social Selling efficace pour attirer et convertir des prospects

- Utilisation des outils digitaux clés : Optimisation de LinkedIn, e-mailing, phoning et création de contenus engageants pour la prospection
- Accompagnement sur mesure : Interactivité et échanges d’expériences pour une mise en application immédiate des compétences acquises

Programme de la formation

1. Comprendre et intégrer le Social Selling dans sa stratégie commerciale

- Définition et enjeux du Social Selling
- Panorama des réseaux sociaux les plus efficaces pour la prospection
- Identifier et qualifier ses prospects via les outils digitaux

2. Créer des outils de prospection attractifs et efficaces

- E-Mailing : concevoir un message performant avec la méthode AIDA
- Réseaux sociaux : générer plus de leads grâce à des posts engageants et un calendrier de publication stratégique
- Phoning : réussir ses appels avec un guide d’entretien structuré
- Face à face : capter l’attention avec un pitch percutant
- Techniques d’approche : bonnes pratiques et usages pour contacter un prospect via un compte professionnel

3. Maîtriser LinkedIn et les réseaux sociaux pour générer des opportunités

- Optimiser son profil LinkedIn pour renforcer sa crédibilité
- Se constituer un réseau de prospects qualifié
- Publier des contenus engageants pour susciter l'intérêt et interagir avec son audience

4. Construire et piloter une démarche de prospection digitale performante

- Identifier les indicateurs clés de performance (KPI)
- Suivre et analyser ses actions pour ajuster sa stratégie
- Automatiser et structurer sa prospection pour gagner en efficacité

Modalités de la formation

Modalités pédagogiques

Apports théoriques et méthodologiques
Mises en situation et études de cas
Ateliers pratiques sur les outils digitaux et techniques de prospection
Échanges d'expériences et travail collaboratif

Organisation

Formation à distance (4 séances de 3h30) ou en présentiel

Évaluation des connaissances

L'intervenant vérifie régulièrement au cours de la formation le degré d'atteinte des objectifs pédagogiques à travers des exercices d'application, des simulations ou des études de cas

Validation de la formation

ATTESTATION D'EVALUATION DES ACQUIS
ATTESTATION DE SUIVI DE FORMATION

Chiffres clés

92 %
de recommandation
en 2025

93 %
de satisfaction
en 2025

81 %
de réussite CCE
en 2025