

**MS2 – LINKEDIN ET TWITTER : 2 RESEAUX SOCIAUX POUR DEVELOPPER ET ENTREtenir VOS CONTACTS
PROFESSIONNELS EN BtoB**

Social Selling & Social Buying

Acheteurs et vendeurs se rencontrent sur les réseaux sociaux

147 694 Tour opérateurs dans le monde, 339 autocaristes français, 1 366 professionnels du tourisme d'affaire ; s'ils font partie de vos cibles privilégiés LinkedIn est le réseau social le plus adapté pour entretenir ou entrer en contact avec eux.

Si vous ciblez les journalistes, comprendre le mode de fonctionnement de Twitter vous aidera à les identifier et à communiquer avec les médias.

Méthode, publications et fonctionnalités sont au programme de cette formation pratique : 75% LinkedIn et 25% à Twitter

**Public et pré-requis :****Partenaire : FVHPA - UMIH**

Public : Tout professionnel du tourisme et des loisirs de Pays de la Loire travaillant avec des entreprises et des organismes de voyages en B to B

Pré-requis : Avoir une offre adaptée aux professionnels (TO, groupes, entreprises) / Avoir une présence web active : site web, page Facebook / Avoir créé ses comptes sur LinkedIn et Twitter (indispensable sur LinkedIn, facultatif sur Twitter)

**Durée :** 1 journée (7 h)**Dates et lieux :**

Mardi 10 décembre 2019– 9h00-12h30 / 14h00-17h30

Loire Atlantique Développement - l'Estuaire, 2 Boulevard de l'Estuaire - 44200 Nantes

**Formatrice :** Gisèle TAELEMANS – CoManaging**Effectif maximum :** 12 participants**Objectifs pédagogiques :**

- Connaissance : Identifier le potentiel commercial et les motivations des usagers et des entreprises dans l'utilisation de LinkedIn et de Twitter
- Compréhension : Distinguer les objectifs que vous pouvez atteindre avec LinkedIn et Twitter, pourquoi les utiliser ?
- Application : Pratiquer LinkedIn et Twitter
- Analyse : Sélectionner et Inviter vos cibles
- Synthèse : Structurer l'optimisation de vos actions sur LinkedIn

Programme détaillé**Matin****Partie N° 1 : Connaissance : Identifier le potentiel commercial et les motivations des usagers et des entreprises dans l'utilisation de LinkedIn et de Twitter**

- Social Selling / Social Buying : Pourquoi et comment utiliser les réseaux sociaux pour la prospection commerciale en BtoB ?
- Les 4 piliers du Social Selling

*Illustrer par des exemples***Partie N° 2 : Compréhension : Distinguer les objectifs que vous pouvez atteindre avec LinkedIn et Twitter, pourquoi les utiliser**

- Être acteur de la stratégie de prise de parole sur les Réseaux sociaux de votre entreprise Construire un récit puissant

*Atelier individuel : préparation d'un plan d'actions et mise en commun en collectif***Partie N°3 : Application : Pratiquer LinkedIn et Twitter**

- Créer vos comptes

- Administrer la Page entreprise seul ou à plusieurs
- Connaître les fonctionnalités de LinkedIn
- Optimiser votre présence personnelle (Personnal Branding) et celle de votre entreprise

Après-midi

- Définir votre ligne éditoriale et vos Hashtags #
- Publier au nom de l'entreprise
- Contribuer avec votre profil aux publications de votre entreprise
- Créer un groupe de discussion

Partie N°4 : Analyse : Sélectionner et Inviter vos cibles

- Développer votre réseau professionnel
- Trouver les contacts et nouer des liens de confiance

Partie N°5 : Synthèse : Structurer l'optimisation de vos actions sur LinkedIn et Twitter

- Reprise des étapes méthodologiques
- Prioriser les actions à mettre en œuvre, en cohérence avec la stratégie de votre entreprise

Atelier individuel de réflexion – Quels pourraient être les leviers intéressants à activer pour mon activité ? Quelles priorités ?
Lister les actions à réaliser (feuille de route)

Tour de table, bilan de la formation et évaluation des acquis

Méthodes et moyens pédagogiques

Méthodes

- Pédagogie active et participative :
Une approche pédagogique qui s'appuie sur 3 composantes méthodologiques :
 1. PARTAGER : Transmettre la connaissance
 2. CREATIVITE : Faire émerger des idées
 3. PROCESSUS : Apporter une méthode de travail
- Apport théorique et méthodologique
- Exercices pratiques en situation
- Travaux individuels ou par groupe

Moyens

- Un questionnaire préalable
- Support de présentation
- Ateliers pratiques

Mise à disposition de supports pédagogiques

- Book pédagogique et trames fournis sur papier en début de cours
- Support de cours au format PDF envoyé après la formation avec des liens & ressources complémentaires

Matériel recommandé

Venir avec son ordinateur portable.

Venir avec ses identifiants et codes d'accès (important - ne pas oublier)

Évaluation des acquis

Une évaluation en 2 parties

- Un tableau d'auto-évaluation rempli par le participant
- Un tableau d'évaluation des acquis par objectif pédagogique rempli par le formateur en fin de session avec le participant, au vu des ateliers pratiques réalisés et de l'auto-évaluation du participant.

Évaluation de la satisfaction

Un questionnaire à chaud à remplir en ligne par le participant à la fin de la session (questionnaire obligatoire).

Contact : contact@academie-etourisme-paysdelaloire.fr / CoManaging - 06 86 90 96 51
<http://academie-etourisme-paysdelaloire.fr>