

Formation - Exploiter LinkedIn pour développer son chiffre d'affaires

Utiliser efficacement LinkedIn afin d'élargir son réseau, transformer ses contacts en opportunités commerciales et en clients.

Réseaux sociaux

Prospection

CODE : 69570 | Mise à jour : 19/11/2025

Objectifs

- Augmenter sa visibilité auprès d'une cible BtoB sur LinkedIn : Mettre en œuvre des stratégies pour accroître sa présence en ligne et établir des connexions professionnelles de qualité.
- Créer des contenus attractifs : Concevoir et diffuser des contenus pertinents pour capter l'attention et maximiser l'engagement
- Préparer des rendez-vous personnalisés : Exploiter les ressources en ligne pour mieux connaître les prospects, personnaliser les échanges et créer de la valeur dès le premier contact.
- Transformer les prises de contact digitales en rendez-vous efficaces : Structurer et mener des rendez-vous professionnels. Formuler des offres adaptées et engageantes.
- Fidéliser les clients : Mettre en place des actions digitales pour entretenir une relation de confiance continue avec les clients.
- Encourager la recommandation : Développer une stratégie digitale simple pour inciter les clients satisfaits à recommander et devenir des ambassadeurs.

Contenu de la formation

Programme J1 : Apprendre à élargir son réseau professionnel grâce aux réseaux sociaux pour attirer l'attention de votre cible

Présentation - (0h30)

FORMATION MULTIMODALE

PUBLIC CIBLE

Tous publics - Maxi 10 participants

PRÉ-REQUIS

Savoir se servir d'un ordinateur et avoir un ordinateur à disposition avec une connexion internet. Les participants ne sont pas dans l'obligation d'avoir un profil LinkedIn.

DURÉE

2 jours (14 heures)

SESSION INTER

350€ par participant

Aucune session n'est actuellement programmée

SESSION INTRA

2500€ pour 10 participants maximum

GROUPE

Minimum 5 personnes

Maximum 10 personnes

Intro : Pourquoi choisir LinkedIn pour rechercher de nouvelles opportunités d'affaires ? – (0h30)

Séquence 1 : Construire un profil attractif pour atteindre de nouveaux prospects BtoB sur LinkedIn – (2h00)

Objectifs :

- Créer ou d'optimiser son profil LinkedIn afin d'attirer et de convertir des contacts professionnels en opportunités commerciales.
- Apprendre à se démarquer sur LinkedIn pour être plus facilement visible pour des prospects et des partenaires potentiels.
- Construire un profil qui inspire confiance et professionnalisme, en mettant en avant les compétences et expériences pertinentes.
- Créer un profil qui incite à l'interaction et à l'engagement
- Adapter le contenu du profil pour qu'il soit en phase avec ses objectifs commerciaux

Pourquoi c'est important ?

Créer un profil optimisé sur LinkedIn est essentiel pour donner une première impression positive, renforcer sa crédibilité et augmenter sa visibilité auprès de ses prospects. Cela permet d'engager efficacement son réseau et d'aligner sa présence en ligne avec ses objectifs commerciaux pour faciliter la conversion de ses contacts LinkedIn en futurs clients.

Contenu :

- Une photo qui vous avantage
- Une bannière qui vous valorise
- Un titre qui parle
- Des coordonnées complètes et cohérentes
- Des infos qui informent
- Des expériences qui achèvent de convaincre

Atelier :

- Création, / Optimisation de son profil LinkedIn (bannière sur Canva + rédaction de son « résumé »).

Séquence 2 : Élargir son réseau LinkedIn pour être

repéré par le plus grand nombre de contacts qualifiés – (2h00)

Objectifs :

- Apprendre à utiliser des stratégies efficaces pour augmenter sa visibilité sur LinkedIn, attirer l'attention de sa cible et établir des connexions professionnelles de qualité.
- Identifier ses interlocuteurs cibles pour élargir son réseau avec les bonnes personnes
- Apprendre à formuler des demandes d'invitation convaincantes pour maximiser les acceptations et élargir son réseau.
- Maîtriser les techniques de commentaire, partage et interaction pour se positionner comme un acteur actif et pertinent

Pourquoi c'est important ?

Élargir son réseau sur LinkedIn est primordial pour augmenter sa visibilité et attirer l'attention de ses prospects. En interagissant de manière pertinente, on renforce sa crédibilité et on multiplie les opportunités de trouver des contacts qualifiés.

Contenu :

- Identifier et cibler les décideurs et influenceurs dans votre secteur.
- Utiliser les fonctionnalités avancées de LinkedIn pour la prospection (Recherches avancées, identification des contacts de mes contacts).
- Faire des demandes de mise en relation percutantes et obtenir une réponse favorable à vos demandes d'invitation
- Commenter, partager, interagir de manière pertinente

Atelier :

- Recherche de profils cibles sur LinkedIn pour identifier les personnes à contacter pour élargir son réseau + rédaction du message idéal pour une bonne prise de contact

Séquence 3 : Faire de l'IA votre allié pour créer des Contenus Engageants en BtoB et BtoC – (1h30)

Objectifs :

- Apprendre à concevoir et à diffuser des contenus pertinents

et attractifs sur LinkedIn pour capter l'attention de son audience et maximiser l'engagement.

- Comprendre quels types de contenu (articles, vidéos, infographies, Messages Directs etc.) sont les plus efficaces pour engager les audiences BtoB sur LinkedIn.
- Apprendre à planifier et organiser sa stratégie de création et de diffusion de contenu pour maintenir l'intérêt de son audience. (Méthodologie et utilisation des outils numériques)
- Savoir utiliser des outils de création de contenu (Canva, IA) pour partager des visuels percutants et des textes engageants
- Utiliser les informations statistiques pour mesurer l'impact des contenus publiés et ajuster la stratégie en fonction des résultats obtenus.

Pourquoi c'est important ?

Créer des contenus engageants est essentiel pour capter l'attention des audiences BtoB et BtoC sur LinkedIn. En planifiant et ajustant votre stratégie de contenu grâce aux analytics, vous maximisez vos chances de toucher votre cible et de transformer votre audience en prospect puis en client.

Contenu :

- Types de contenu sur LinkedIn (articles, vidéos, infographies) et avantages de chacun en fonction de ses objectifs
- Planifier et organiser une stratégie de contenu pour maintenir l'engagement
- Prompter l'IA pour créer des contenus percutants
- Utiliser les analytics pour ajuster et améliorer la performance du contenu

Atelier :

- Création d'un contenu adapté à LinkedIn et avec Canva et Le Chat By Mistral

Bilan de la journée et gestion administrative (30 min)

Programme J2 : Maîtriser les étapes de contact, de rendez-vous, de vente et de fidélisation, en tirant pleinement parti des réseaux sociaux pour maximiser le chiffre

d'affaires.

Séquence 1 : Obtenir un rendez-vous efficacement – (1h00)

Objectifs :

- Savoir transformer un contact acquis que les réseaux sociaux en opportunité de RDV qualifié.
- Apprendre à prioriser ses contacts LinkedIn et WhatsApp pour plus de retours positifs
- Rédiger un message d'approche personnalisé et engageant pour obtenir des rendez-vous qualifiés
- Mettre en place une stratégie d'approche douce via les réseaux sociaux.

Contenu :

- Stratégie d'approche douce en 3 étapes
- Scripts personnalisés & séquences de messages.

Atelier :

- Rédaction et test de messages adaptés aux différentes cibles.

Séquence 2 : Préparer un RDV grâce aux informations digitales – (0h50)

Objectifs :

- Utiliser les ressources en ligne pour mieux connaître le prospect avant le rendez-vous, personnaliser le discours, et créer de la valeur dès le 1er échange.
- Analyser les traces digitales (profils sociaux, avis clients, contenus partagés) d'un prospect.
- Construire une fiche de préparation au rendez-vous intégrant les informations issues du web.

Pourquoi c'est important ?

Les prospects sont très sollicités. Lorsque l'on montre que l'on connaît leurs besoins, leurs valeurs ou leur contexte, on crée un climat de confiance dès les premières secondes. Et surtout, on montre que l'on n'est pas là pour vendre à tout prix, mais pour proposer une solution adaptée.

Contenu :

- Les outils de veille à utiliser
- Les informations à récolter

Atelier :

- Construction d'une la fiche portrait digital pour prospect particulier et pour un prospect professionnel

Séquence 3 : Conduire un RDV et formuler une offre adaptée en s'appuyant sur des supports digitaux simples – (1h20)

Objectifs :

- Conduire un RDV et formuler une offre
- Structurer un rendez-vous en visio ou en présentiel
- Mettre en place un climat de confiance grâce à une communication adaptée au canal (physique ou visio)
- Utiliser un support impactant
- Enclencher l'engagement

Contenu :

- Accueil et mise en confiance
- Écoute et qualification
- Présentation de l'offre
- Engagement doux

Atelier :

- Création d'un outil de présentation en 3 slides en fonction de la cible et de l'offre proposée

Séquence 4 : Fidéliser son client par des actions digitales – (0h50)

Objectifs :

- Créer une relation continue et de confiance avec ses clients grâce au digital
- Renforcer la satisfaction,
- Être visible au bon moment,
- Créer des opportunités de ventes additionnelles et de recommandation.

Pourquoi c'est essentiel ?

“Un client fidèle, c'est un client qui revient, qui recommande, et qui coûte moins cher qu'un nouveau prospect.” Sauf que... si la relation n'est pas entretenue entre deux rendez-vous, le client passe à autre chose. Le digital permet de garder le lien à moindre coût, même avec peu de temps.

Contenu :

- Intérêts de fidéliser avec le digital
- Les outils simples à utiliser
- Exemples d'actions simples à mettre en place

Atelier :

- Création d'un calendrier de fidélisation sur 6 mois (1 idée de contenu/mois)

Séquence 5 : Transformer ses clients en ambassadeurs – (0h50)

Objectifs :

- Créer une stratégie simple et digitale pour encourager la recommandation
- Encourager les clients satisfaits à recommander
- Multiplier les ventes via le bouche-à-oreille digital
- Construire un réseau d'influence grâce à sa base clients.

Pourquoi c'est stratégique ?

Un client satisfait qui recommande une entreprise, c'est souvent plus impactant que dix publications sur LinkedIn. Les prospects veulent savoir que d'autres vous ont déjà fait confiance.

Contenu :

- Pourquoi transformer un client en ambassadeur
- Collecter des avis positifs après un RDV ou une signature.
- Mettre en place une campagne de parrainage simple avec un formulaire digital
- Publier des témoignages clients sur les réseaux
- Tirer parti des événements : afterworks, portes ouvertes, apéros clients, etc.

Atelier :

- Création d'une mini-campagne ambassadeur contenant un modèle de formulaire de parrainage, un visuel Canva type "Parrainage client", un message d'invitation à laisser un avis Google

Synthèse & plan d'action personnalisé – (45 min)

- Élaboration d'un plan d'action individuel (supports + calendrier + canaux).

Feedback croisé en binôme.

Bilan de la journée et gestion administrative – (30 min)

Modalités pédagogiques

- Documents supports de formation projetés
- Exposés théoriques
- Quiz
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation

Suivi, évaluation et sanction

Suivi et évaluation des résultats

- Feuille d'émargement
- Formulaires d'évaluation de la formation
- Mises en situations
- Questions écrites ou orales (QCM, Quiz, ...)

Sanction de formation

- Remise d'une attestation de formation

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Veillez faire connaître vos besoins au plus tôt lors de nos échanges. La prise en compte d'un besoin spécifique peut nécessiter un délai pour étudier les modalités d'adaptation ou d'orientation.

Taux de satisfaction des stagiaires

Issus des évaluations de satisfaction à chaud des stagiaires.

0% (avis)

Taux de validation de la formation

Issus des résultats de l'atteinte des objectifs par les stagiaires (Acquis et En cours d'acquisition).

Non renseigné



Delphine PENGUILLY

Consultante en marketing Digital et Création de sites Internet

DP COMMUNICATION DIGITALE

Delphine PENGUILLY vous accompagne dans la création de vos emailings et de sites internet à travers des formations axées sur la pratique.



☎ 06 50 80 20 95

✉ dp@delphine-penguilly.fr

Site web : <https://delphine-penguilly.fr/>

Facebook : <https://www.facebook.com/dpenguilly>

LinkedIn : <https://www.linkedin.com/in/delphine-penguilly/>

Instagram : https://www.instagram.com/delphine_penguilly_web/

Biographie

Grâce à une expérience de près de 20 ans dans le domaine du marketing et de la communication, j'accompagne depuis 2021, des TPE et PME nantaises dans le développement de leur activité avec la mise en place de stratégies digitales. Titulaire d'une certification en stratégie marketing digital et en création de sites web, j'ai mené à bien un grand nombre de projets.

Mes domaines de compétence :

- Mise en place de campagnes d'emailing
- Création de sites web
- Stratégie Digitale
- Gestion des réseaux sociaux

Mes points forts :

- Un profil polyvalent
- La maîtrise des CMS WordPress, Wix, Shopify, Prestashop
- Une vision à 360° sur la conception de stratégies digitales
- Une capacité à analyser les projets dans leur ensemble tant d'un point de vue marketing que d'un point de vue commercial

Mon objectif : transmettre mes connaissances pour permettre au plus grand nombre d'être autonome dans la gestion de sa stratégie digitale !

N'hésitez pas à me faire part de vos besoins en formation

Diplômes et formations

Nov - Déc. 2022 - ECHOBAT DEVELOPPEMENT - Formation de formateur occasionnel

Formation ayant pour objectif de :

- Comprendre le cadre réglementaire, administratif et les enjeux de la formation professionnelle.
- Comprendre la démarche pédagogique globale d'une action de formation.
- Savoir construire et adapter une formation en fonction du public cible.

- Comprendre et savoir concevoir une action de formation à partir de votre contenu.
- Savoir élaborer une démarche de formation se fondant sur des pédagogies actives.
- Comprendre et appréhender les différents rôles, postures du formateur.
- Savoir animer des modules de formations.
- Comprendre et savoir mettre en place des critères d'évaluation de son action de formation.

2020 – 2021 – NAÏAS FORMATION – Certification Directeur/trice Marketing Digital et E-commerce –

Niveau : Obtention de la certification

Audit de stratégie et présence digitale d'entreprises

- Analyse des concurrents et de leur présence digitale
- Analyse des plateformes et choix techniques de l'entreprise
- Identification des cibles de l'entreprise

Conception de stratégies marketing digital et e-commerce

- Définition des objectifs de rentabilité de la stratégie marketing digital
- Répartition et priorisation des axes de la stratégie marketing digital
- Définition, pilotage, et délégation de la présence digitale d'entreprise sur les différentes plateformes
- Définition des axes et des outils de fidélisation d'entreprise

Développement de moyens pour la mise en œuvre de stratégies marketing digital et e-commerce

- Sélection des ressources internes pour la mise en œuvre de stratégies digitales et e-commerce
- Sélection et contractualisation avec des prestataires
- Mise en place des moyens pour le développement des projets digitaux

Pilotage de la performance de stratégie marketing digital et e-commerce

- Coordination des actions marketing digital
- Organisation de la collaboration entre les départements sur les projets transverses digitaux
- Reporting et optimisation de la performance des actions de la stratégie marketing digital via la data

Nov – Déc. 2020 – GRAFIPOLIS (AFIIG) – Certification en réalisation de sites internet, Marketing digital – Création de sites internet WORDPRESS

Niveau : Obtention de la certification

Compétences acquises :

- Définition d'une stratégie marketing (positionnement, ciblage, plan marketing et mise en action)
- Réalisation un cahier des charges pour la mise en place de projets de site web
- Création de sites web performants avec le CMS WordPress

- Optimisation du référencement naturel pour favoriser la visibilité de site web
- Mise en place des campagnes sur Google Ads pour atteindre les objectifs de conversion
- Construction d'une stratégie de communication efficace sur les réseaux sociaux et mise en place

Décembre 2020 – Koena – Sensibilisation à l'accessibilité numérique

Niveau : Obtention de la certification

Compétences acquises :

- Définir précisément ce qu'est l'accessibilité numérique et la distinguer des autres domaines connexes : ergonomie, qualité...
- Identifier les obligations légales qui leur incombent
- Décrire les étapes pour mettre en œuvre une démarche accessibilité dans une organisation
- Faire un audit rapide de l'accessibilité d'une page web
- Appliquer quelques règles de base pour produire des documents numériques accessibles

1998 – 2001 – BREST BUSINESS SCHOOL – Master Grande Ecole – Spécialisation commercialisation et E-Business

Niveau : Obtention du Diplôme

1996 – 1998 – CENTRE INTERNATIONAL D'ETUDE DES LANGUES – BTS Commerce International

Niveau : Obtention du Diplôme



L'OUVRE-BOITES

Coopérative d'Activité et d'Emploi - Pôle formation
20, allée de la Maison Rouge 44000 Nantes

Téléphone : 02 28 21 65 10
Courriel : contact@corymbe.coop

Nos CGV : www.corymbe.coop/cgv/



www.corymbe.coop

Enregistré auprès du préfet de la Région Pays-de-la-Loire
N° de déclaration d'activité : 52 44 04429 44
Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'État