Formation Social Selling LinkedIn

Développer une influence commerciale durable sur LinkedIn, créer de la confiance avant la prise de contact, générer de l'intérêt qualifié et accélérer les cycles de vente grâce à une stratégie de Social Selling maîtrisée.

Durée	1 jour (7 heures) : 9 h 00 à 12 h 30 et 14 h 00 à 17 h 30, en une journée ou en deux demi-journées
Format	En présentiel (à Rennes, à Paris ou dans vos locaux) ou à distance (classe virtuelle en direct)
Organisation	Inter-entreprises ou intra-entreprise, de 1 à 4 apprenants
Lieu des sessions inter	Rennes, Paris, À distance
Sessions inter programmées	18 janvier 2027 : Rennes 15 mars 2027 : Paris 19 mai 2027 : À distance 21 juin 2027 : Rennes 22 septembre 2027 : Paris 1 décembre 2027 : À distance
Public visé	Commerciaux, Account Executives, Business Developers, Dirigeants, Consultants, Créateurs de contenu commercial ou experts métiers souhaitant créer un flux constant d'opportunités via LinkedIn.
Niveau	Tous niveaux
Prérequis	Aucun prérequis de diplôme ou d'ancienneté n'est exigé À distance, prévoir : un ordinateur une connexion internet stable une webcam de qualité adéquate un navigateur web à jour (Chrome ou équivalent) un espace au calme un système audio adapté (casque ou enceintes) + micro.
Tarifs	Inter : 990 € HT par participant (inter-entreprises) Intra : À partir de 2 690 € HT forfait par groupe (intra-entreprise) TVA 20 % en sus. Tarifs indicatifs : le prix applicable est celui de la proposition ou du devis accepté (CGV, article 5).

Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, l'apprenant est capable de :

- Expliquer la logique et les leviers du social selling.
- Optimiser son profil LinkedIn pour générer de la confiance.
- Créer un contenu régulier et à fort impact.
- Transformer les interactions en opportunités commerciales réelles.
- Piloter sa stratégie d'influence et mesurer son ROI.

Programme

Module 1 – Comprendre les fondations du social selling et la psychologie de l'influence — 1h45 · En groupe

Application

- Définir le social selling : bien plus qu'un "marketing de soi", une méthode structurée de création de valeur et de crédibilité commerciale.
- Analyser la psychologie de l'acheteur B2B moderne : autonomie, recherche d'expertise, rejet de la sollicitation directe.
- Décoder le fonctionnement de l'algorithme LinkedIn : engagement, pertinence, régularité et réseau.
- Identifier les 4 piliers du social selling performant : positionnement, contenu, interaction, conversation.

Action

- Auto-évaluation du score de social selling (SSI).
- Cartographie du réseau actuel : connexions pertinentes, zones à renforcer, cibles prioritaires.
- Définition du positionnement d'expert : promesse, tonalité, thématiques d'influence.

Module 2 – Optimiser son profil LinkedIn pour inspirer confiance et attirer ses prospects — 1h45 · En groupe

Application

- Transformer son profil LinkedIn en vitrine commerciale et éditoriale : les zones chaudes du profil (photo, bannière, titre, "à propos", sélection de contenus).
- Savoir rédiger une biographie qui attire sans surjouer : authenticité, clarté et impact.
- Mettre en avant ses réalisations, témoignages et preuves sociales.
- Utiliser les fonctionnalités avancées : mode créateur, lien de contact, newsletter, "étoile de créateur".

Action

- Audit et refonte du profil LinkedIn étape par étape.
- Création d'un résumé orienté client : problématique → solution → bénéfice → appel à l'action.
- Mise en cohérence du visuel, du ton et du message.

Module 3 – Créer du contenu à forte valeur ajoutée pour nourrir la confiance — 1h45 · En groupe

Application

- Les 5 types de posts qui engagent : storytelling, preuve, apprentissage, coulisse, opinion.
- Travailler le rythme de publication et la cohérence éditoriale.
- Utiliser les techniques de copywriting pour structurer un post : accroche, tension, valeur, call to action.
- Valoriser son expertise sans autopromotion : parler des clients, du marché, de la valeur créée.

Action

- Rédaction de 3 publications LinkedIn personnalisées selon le style de l'apprenant.
- Création d'un calendrier éditorial sur 30 jours (thèmes, formats, objectifs).
- Analyse en direct de posts performants et décryptage de leurs leviers d'impact.

Module 4 – Engager, interagir et convertir les relations en opportunités — 1h45 · En groupe

Application

- Les clés d'une relation digitale durable : bienveillance, régularité, sincérité.
- Apprendre à transformer une interaction en conversation (commentaire → message → rendez-vous).
- Structurer ses approches : connexion, suivi, relance, contenu complémentaire.
- Mesurer la performance : SSI, taux de contact, nombre de conversations commerciales initiées.

Action

- Rédaction de 5 messages d'engagement personnalisés pour transformer ses interactions en rendez-vous.
- Mise en place d'une routine quotidienne de 20 minutes : commentaire, publication, relance.
- Construction d'un tableau de suivi de ses leads issus de LinkedIn.

Déroulement

Réunion de cadrage	30 minutes Présentiel ou à distance Individuel ou collectif	Un échange simple et direct pour : comprendre vos enjeux et vos besoins, identifier les compétences à renforcer, ajuster le programme sur-mesure, et enfin caler la logistique (dates, horaires, financement).
La journée immersive de formation	7 heures Présentiel ou à distance Individuel ou collectif	Sur une journée consécutive ou deux demi-journées distinctes, cette formation se veut très opérationnelle. En face-à-face avec votre formateur-expert, vous travaillez exclusivement les compétences dont vous avez besoin, avec une large place à la mise en pratique à partir de vos cas d'usage, de vos cibles et de vos outils du quotidien.

Méthodes mobilisées et moyens pédagogiques

Méthodes mobilisées : apports courts du formateur, exercices et mises en situation sur vos propres cas (cibles, offres, outils), débriefs individualisés. Moyens : en présentiel, salle de formation à Rennes ou à Paris, ou dans vos locaux ; à distance, classe virtuelle en direct sur une plateforme sécurisée accessible depuis l'extranet Propulsez. Support : un support présentant l'essentiel des points vus et des éléments d'approfondissement est disponible sur l'espace extranet de chaque apprenant.

Modalités d'évaluation

Avant et après la formation, chaque apprenant se positionne sur les compétences visées par le programme : l'écart mesure sa progression. Un questionnaire de satisfaction est rempli en fin de formation, puis un questionnaire à froid trois mois après. Détails sur la page Évaluation des formations .

Documents remis

Feuille d'émargement, attestation de formation et certificat de réalisation.

Modalités et délai d'accès

Modalités d'accès : demande de devis ou de rendez-vous depuis cette page, au 02 30 96 13 30 ou à bonjour@propulsez.fr ; réunion de cadrage pour recueillir vos besoins ; proposition ou devis, puis signature de la convention de formation ; positionnement des apprenants et envoi des convocations avant la formation. Délai d'accès : en intra, deux semaines en moyenne entre la validation de la demande et le début de la formation, selon les disponibilités ; pour une session inter, la date de la session choisie parmi celles affichées sur la fiche, sous réserve de places disponibles.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap, avec des adaptations étudiées au cas par cas. Pour toute demande, contactez notre référente handicap, Charlotte VIARD, au 02 30 96 13 30 ou à cviard@propulsez.fr. Vous n'avez pas à préciser la nature de votre situation.

Financement

Nos formations sont éligibles au financement par les Opérateurs de Compétences (OPCO) qui sont des organismes agréés par l'Etat pour accompagner les employeurs, dans le cadre du financement de formations professionnelles, en fonction de leur éligibilité. Formation non certifiante, non éligible au CPF.

Contact

Propulsez, 5 boulevard Magenta, 35000 Rennes. 02 30 96 13 30, bonjour@propulsez.fr. Fiche en ligne : propulsez.fr/formation/social-selling-sur-linkedin/. Indicateurs de résultats : propulsez.fr/nos-resultats/. Conditions générales de vente et règlement intérieur : propulsez.fr.

PROPULSEZ SAS au capital de 10 000 euros, 5 boulevard Magenta, 35000 Rennes. RCS Rennes 942 083 205, SIRET 942 083 205 00016.
Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 53351251135 auprès du préfet de région Bretagne. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'État. La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante : actions de formation.
Programme version du 04/11/2026, revu tous les six mois.