WSI waxoodigital
Smart marketing & sales solutions

« Social Selling , Comment générer des rendez vous via LinkedIn »

© 2020 WSI. All rights reserved.

Quelques règles

- Toutes les lignes sont par défaut en mode muet
- Posez vos questions dans « Converser »
- Sessions de questions/réponses à la fin
- Si votre audio ne fonctionne pas , appelez le numéro de téléphone ou dans les réglages passez en « téléphone » puis retournez sur le mode « ordinateur »

WSI waxoodigital
Smart marketing & sales solutions

Jean-Pierre Bereau

Directeur WSI Waxoo Digital

Consultant Marketing digital & ventes

Réseau WSI Côte d'Azur – France

Contact : jp.bereau@wsiworld.fr

https://meetings.hubspot.com/jp-bereau1

https://www.linkedin.com/in/jeanpierrebereau/

WSI © 2017 WSI. All rights reserved.

© 2020 WSI. All rights reserved.

Plan

- Qu'est ce que le Social Selling ?
- 10 bonnes raisons de faire du Social Selling
- Installez les Fondations !
- Les 10 étapes de la routine Social Selling
- Outils – Trucs & Astuces
- Q/A

Qu’est ce que le Social Selling ou Vente Sociale ?

C'est l'utilisation des médias sociaux pour favoriser les ventes et augmenter les résultats de l’entreprise. C’est une des phases du « digital selling »

…pour répondre à 3 Objectifs

1. Construire votre marque personnelle

2. Marketez-vous, votre entreprise ou vos services

3. **Génération de prospects par une prospection ciblée**

© 2020 WSI. All rights reserved.

Comment ça marche ?

01 IDENTIFIER LES PROSPECTS

Que vous souhaitez engager

02 CONNECTEZ VOUS AVEC EUX

De préférence demandez à un collègue une reco

03 OBSERVEZ

les prospects sur les medias sociaux

04 UTILISEZ DU CONTENU

Pour vous engager avec le prospect et établir une relation

05 SIGNER

Construisez la confiance puis aller à l'accord

10 Bonnes raisons de faire du Social Selling …tout de suite !

#1

Les appels à froid ne sont efficaces que dans 3% des cas

90% des cadres supérieures ne répondent ni aux appels ni aux emails à froid …

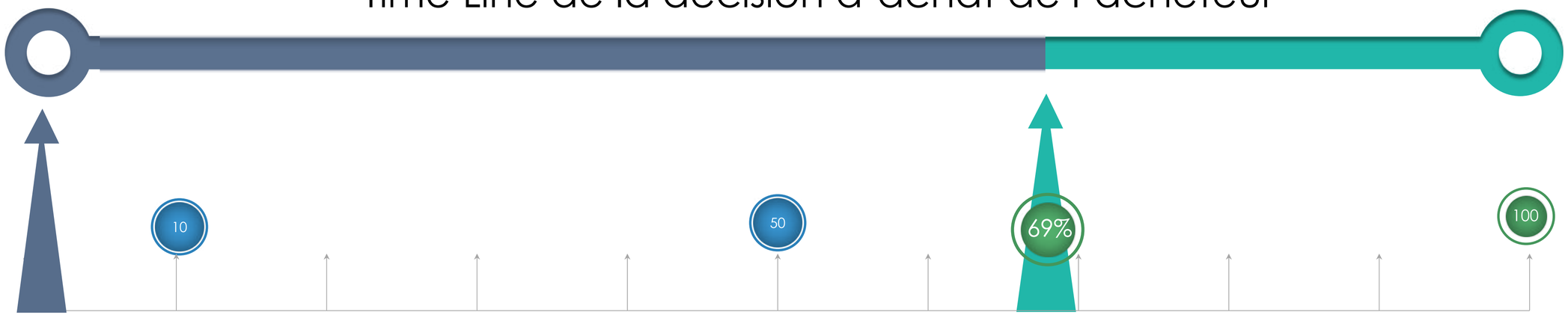
#2

Ceux sont les vendeurs qui génèrent 75 à 85% des leads

Les équipes de marketing produisent généralement entre 15 et 30% des nouveaux prospects d'une entreprise

#3 - L'acheteur B2B en mutation

Time Line de la décision d’achat de l’acheteur



Le projet d’achat de l'acheteur commence

1er contact entre l’acheteur et le vendeur

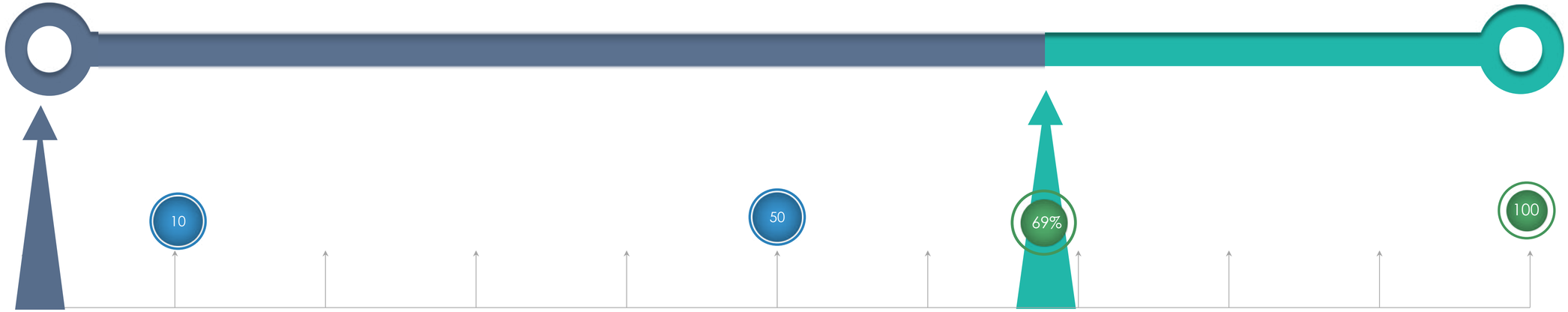
L'opportunité

Choix #2:

Faire un effort sur les 69 premiers
Faible concurrence
Peu de friction sur les prix

Choix #1:

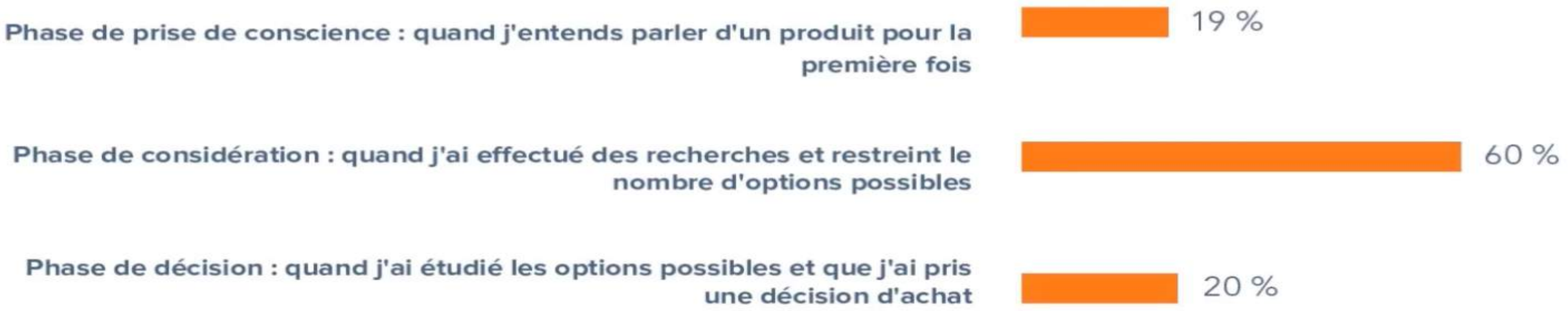
Se battre avec tout le monde
pour les 31%
Guerre des prix



Le projet de l'acheteur commence

1er contact de l'acheteur avec le vendeur

À quel moment du processus d'achat souhaitez-vous parler à un commercial ?



Échantillon : 505 consommateurs dans le monde entier
Source : Enquête HubSpot sur la perception des ventes, 1er trimestre 2016

4

Team Building : Les ventes & Le Marketing doivent être étroitement alignés , en partageant un message unifié à travers les canaux sociaux

5

Il augmente le degré d’implication et de confiance des salariés envers l’entreprise

6

20 millions de membres inscrits en France

10 millions d’utilisateurs actifs

2,2 millions visites uniques par JOUR

#7

Il est conforme à la directive GRPD

#8

100% des décideurs B2B sont sur les médias sociaux à des fins commerciales (Forrester)

#9

75% des acheteurs B2B utilisent les réseaux sociaux quand ils doivent prendre une décision d’achat

10

La vente social connaît un taux de conversion de 15% en prospection, soit au moins 5 fois plus que le taux de réussite de 3% en prospection provenant des activités marketing

3 Phases dans le cycle de vente Social Selling

© 2020 WSI. All rights reserved.

Phase 1 : Installez les FONDATIONS !

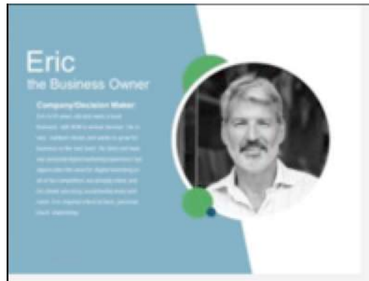
Vos Objectifs

Votre Proposition unique de valeur

Vos Personas

Profil Contenu

Vos Personas



Goals:

His main goal is to grow the business through a steady flow of leads and sales. Another important goal for Eric is to maintain the health of the business and increase profitability.

Challenges:

The company is investing in traditional marketing channels but
cannot measure any return on marketing dollars. They have a website but no business is coming through the site. Eric does not have any marketing or technology knowledge. He has no or very little in-house marketing resources. He is somewhat skeptical about digital either because they have been burned by a vendor or have tried to do it themselves and have not seen results.

Common Questions:

- Can you show ROI? Can you guarantee results?
- What makes you different from other digital agencies?
- Who have you worked for before?
- Can you show examples of work/results for other companies?
- We need to grow, how do we know if you can help?
- How can we beat our competitors?
- We do not really know where to start and what we need to do.
- How will you communicate with and support me?
- Will you be able to provide us with regular reports?

Digital Marketing Budget:

There is no dedicated budget for digital marketing. He can start investing a minimum of $500 – $1500/month. There is an opportunity to grow the budget if he sees results.

How We Can Help:

We can help him generate leads and guide him in terms of the right strategy. Educate about market trends, new technologies, competitors, and consumers.

RED Flag:

Avoid people who need tons of digital marketing education or who do not believe in digital marketing.

© 2020 WSI. All rights reserved.

Profil = mon Image + ma PUV

Infos

Le panel d'actions possibles en marketing digital est très large . Les mettre en musique pour performer , parfois difficile pour les PME . Comprendre votre business , vos clients , vos produits et votre marché et ainsi nous permettre de répondre aux problèmes auxquels vous êtes confrontés , c'est notre passion !
WSI Waxoo Digital accompagne les TPE et PME dans la construction , la mise en oeuvre et le suivi des stratégies les plus performantes .

VOUS VOULEZ !
☆ Redéfinir l'ensemble de votre stratégie Marketing Digital
☆ Bénéficier d'une analyse du comportement de vos concurrents sur le digital
☆ Retravailler votre processus de génération de contacts et de vente
☆ Comprendre comment "faire de votre Site une machine à convertir les visiteurs en clients"
☆ Générer plus de clients grâce au Social Selling (Linkedin / Sales Navigator)

CONTACTEZ MOI !
Jean-Pierre Bereau
WSI WaxooDigital
jp.bereau@wsiworld.fr
« Nous sommes ce que nous faisons à plusieurs reprises; l'excellence n'est donc pas une vertu, mais une habitude ... ».

Nous vous apportons des atouts fondamentaux :
-WSI WaxooDigital est une société partenaire de Google , Linkedin, Microsoft , Hubspot , Reach Local, ...
-WSI WaxooDigital c'est une expérience de 20 ans de Direction Commerciale dans des entreprises digitales de toutes tailles.
-WSI WaxooDigital c'est la possibilité de disposer de conseils et de technologies habituellement réservés aux grandes entreprises .
- WSI WaxooDigital fait partie du réseau WSI , 1er réseau mondial de Consultants Marketing Digital

Un appel rapide , comme première étape pour échanger et comprendre comment je pourrais vous aider à accélérer vos ventes :
+33 (0)6 85 41 46 40

Olivier Burot
Président Institut des Constructeurs et des Promoteurs
23 avril 2019, Olivier était un client de Jean-Pierre

Excellence dans les domaines du digital ainsi que de la performance commerciale. Double atouts!! Très bon conseil sur ces deux domaines. Je referais appel à ses services!

Philippe Escoffier
Asia JPAC Supply Chain Head at Sanofi
12 mai 2019, Philippe était un client de Jean-Pierre

Beyond very strong commercial and digital marketing expertise, Jean Pierre's strength is his ability to lead and energise teams to over deliver. Jean Pierre is visionary and strategic in sport, business and in life in general which makes all interactions inspiring and unique.

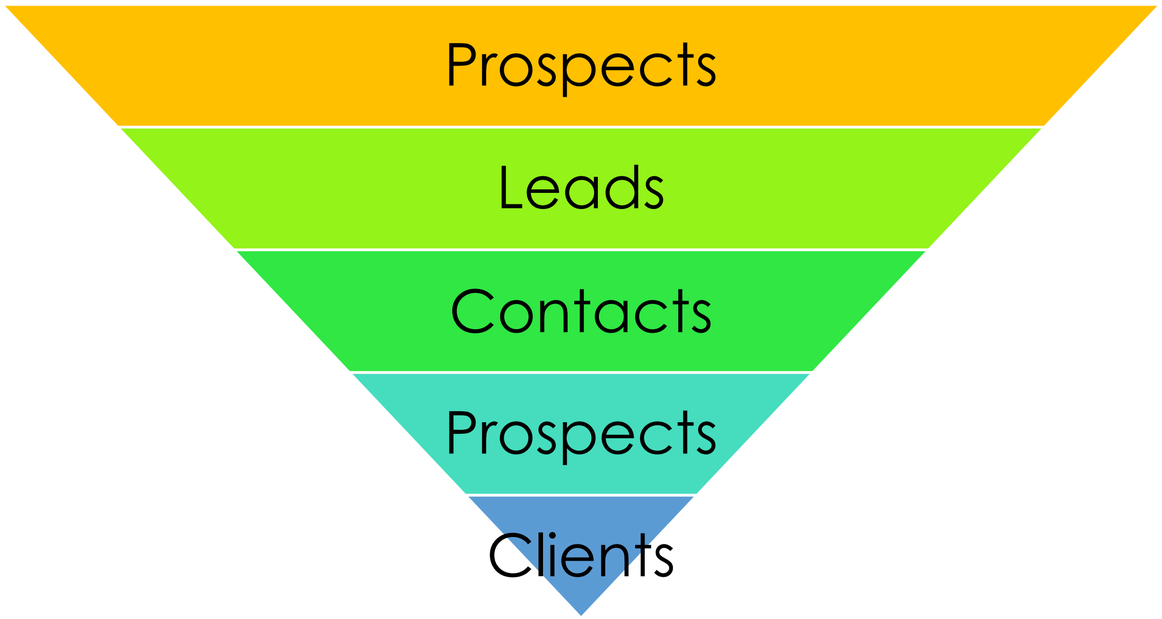
© 2020 WSI. All rights reserved.

Combien de nouveaux clients à court terme ?

Objectifs

Objectifs de CA	60 000
Panier moyen	1000 €
nouveaux clients	60

Etapes du funnel



Quantité

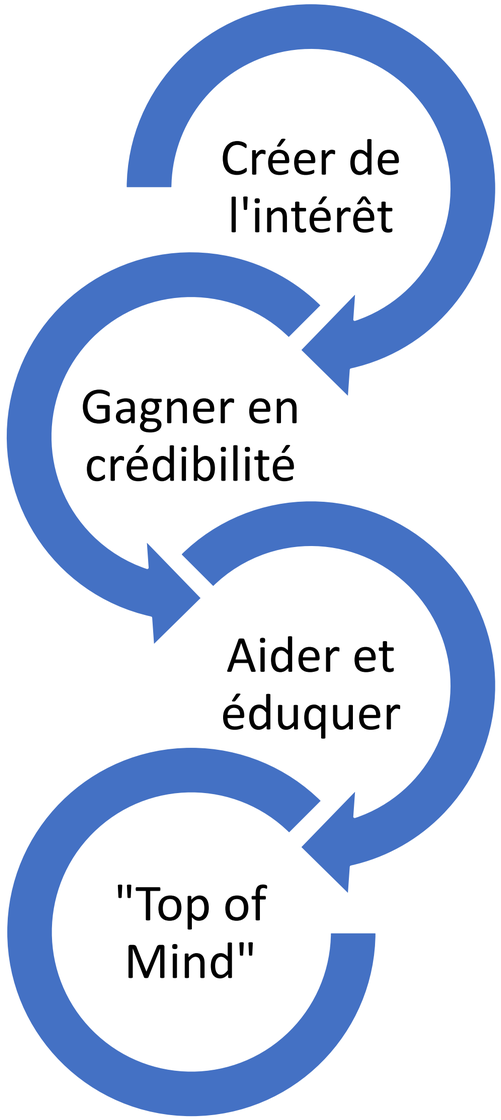
3200
1600
800
120
60

Trouver du Contenu à partager

WSI © 2020 WSI. All rights reserved.

Phase 2 : CONVERSATIONS

- QUALIFICATION
- DEMANDE DE CONNEXION
- CONTACT ACCEPTE
- REMERCIEMENTS
- CONVERSATION



© 2020 WSI. All rights reserved.

Les 10 étapes d'une routine Social Selling

Chaque jour – 30 à 60 mn de prospection

1- accepter et envoyer un message de bienvenue aux nouvelles connexions

2- Regarder qui a examiné votre profil Linkedin

3- Convertir vos « acheteurs chauds » qui ont examiné votre profil Linkedin

4- Connectez vous avec les lecteurs Linkedin
Niveau 2 qui ont examiné votre profil – ou des personnes que vous avez rencontré

5- Chercher des moyens de démarrer une conversation – examiner qui a aimé votre contenu et invitez les à vous contacter

6- Regarder votre fil de commentaires et vos notifications

7- Consulter les emails de rappel Linkedin et les alertes de changement de job – Autres alertes / Google Alert – Votre site web –

8- Surmonter la « dead zone » en postant des contenus natifs

9- Echangez avec votre réseau : Commentez – Intéressez vous 8

10- Lancer 5 nouvelles conversations …ou +

Hebdomaire

- Trouver du nouveau contenu à partager

- Publier un article ou un blog à partir de votre profil ou dan des groupes

- Mettez des commentaires sur les groupes Linkedin

Mensuel

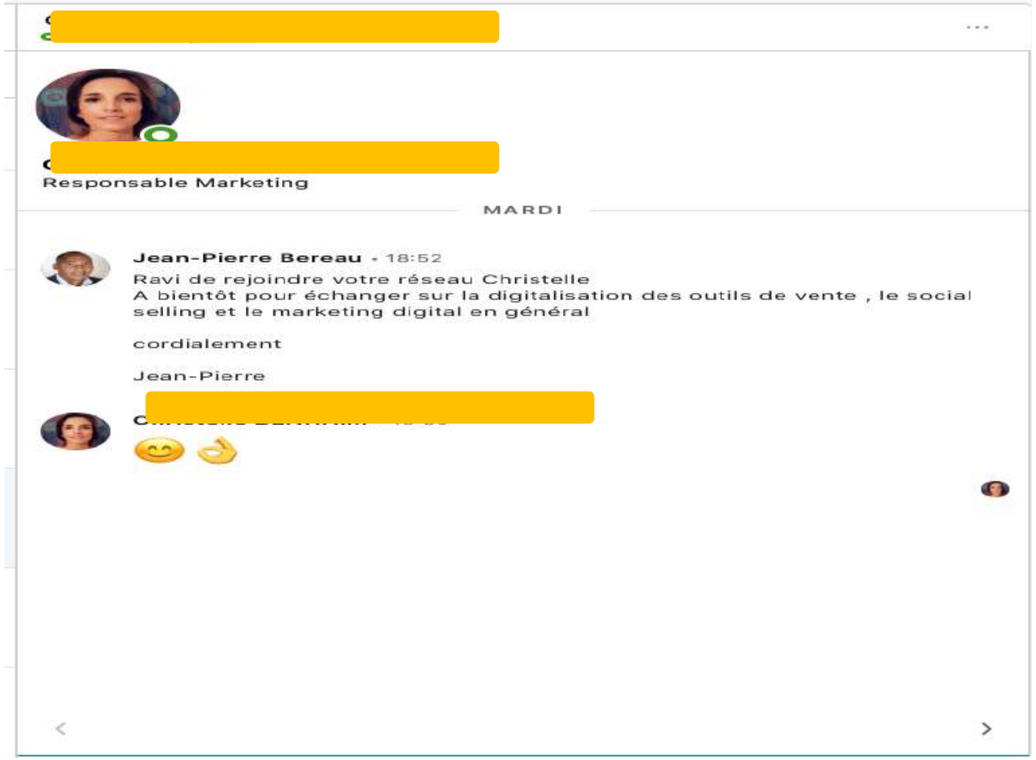
- Donner et demander des recommandations

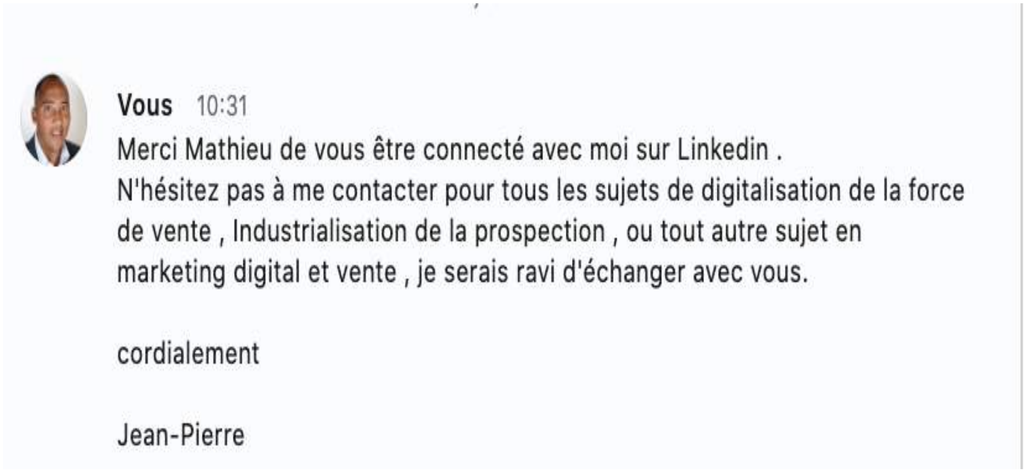
- Revoir votre profil pour les mises à jour

- Revoir vos groupes Linkedin

© 2020 WSI. All rights reserved.

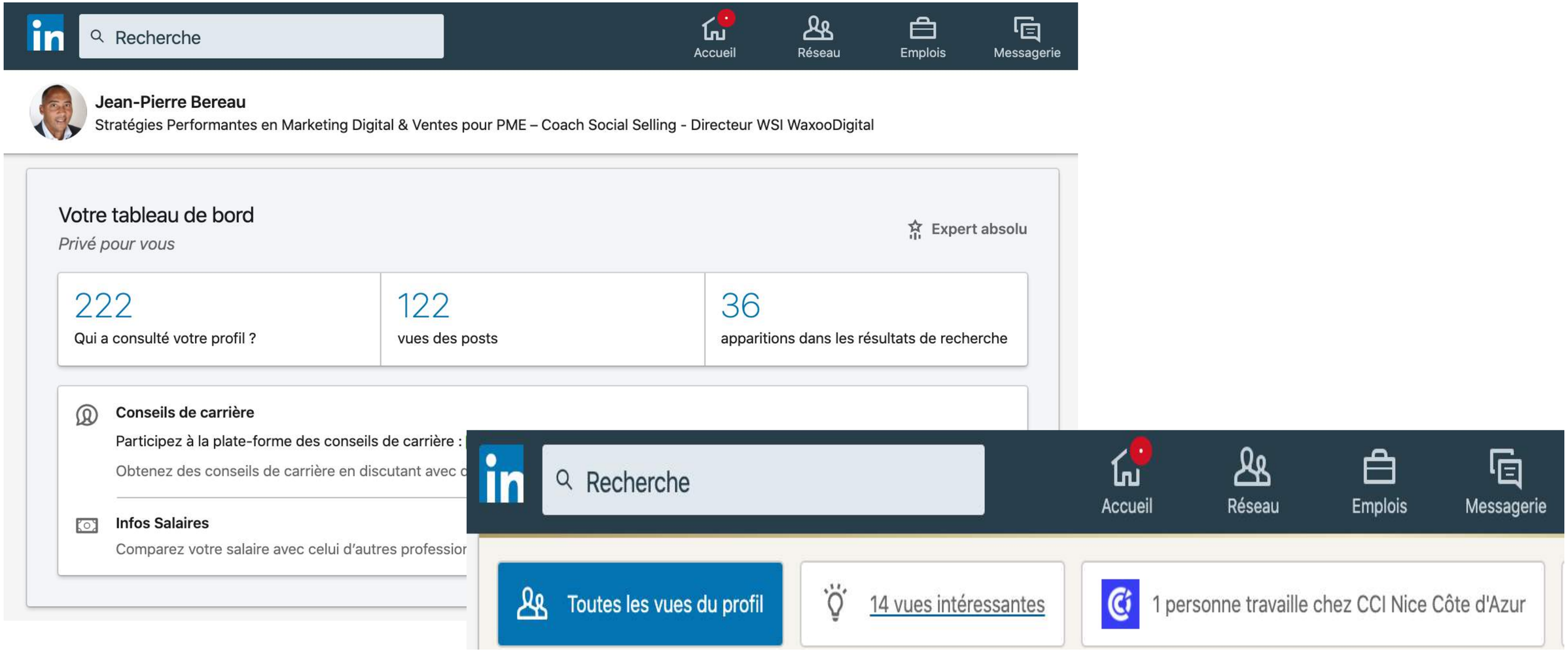
Etape 1 accepter et envoyer un message de bienvenue aux nouvelles connexions





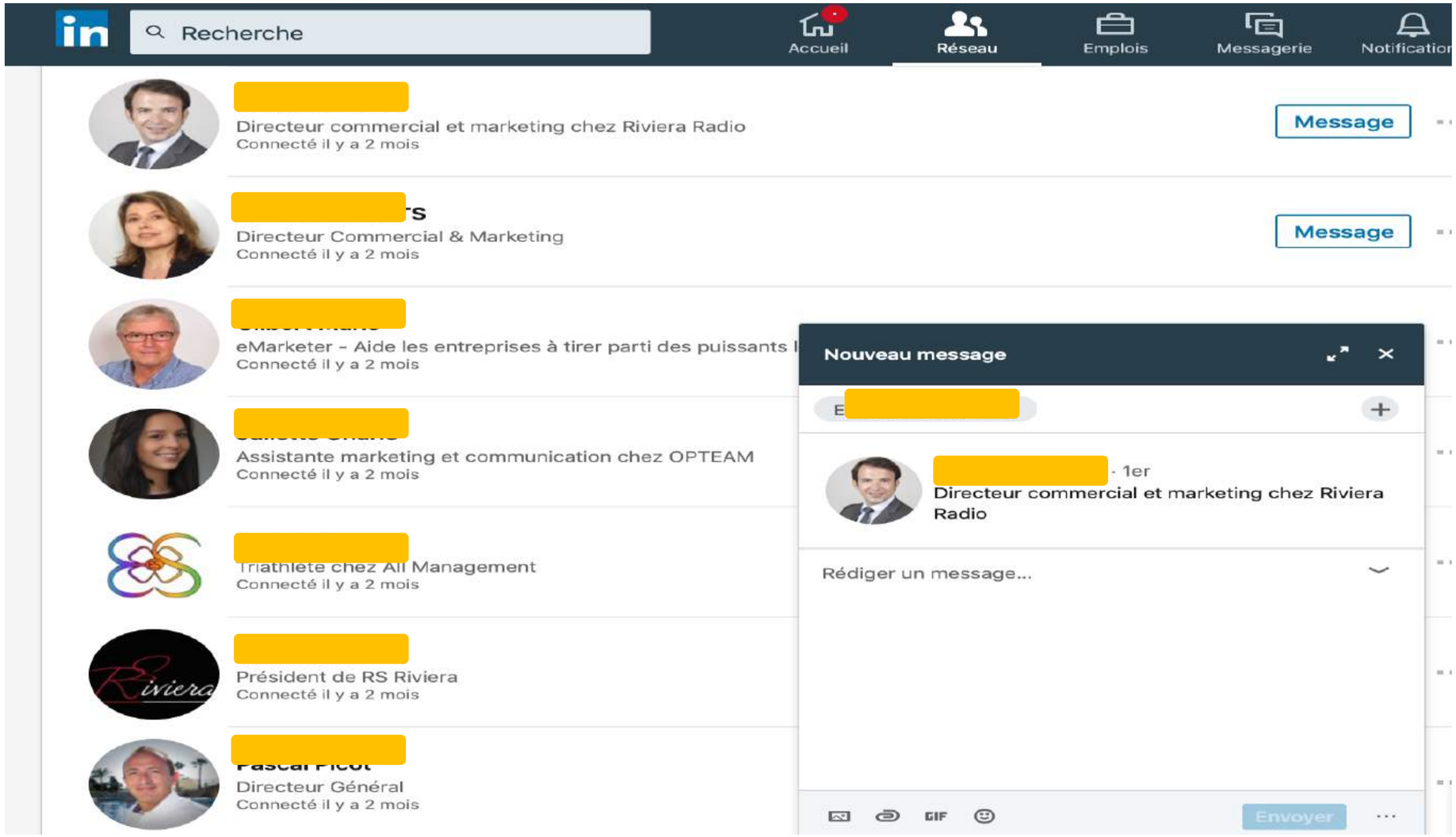
© 2020 WSI. All rights reserved.

Etape 2 Regarder qui a examiné votre profil



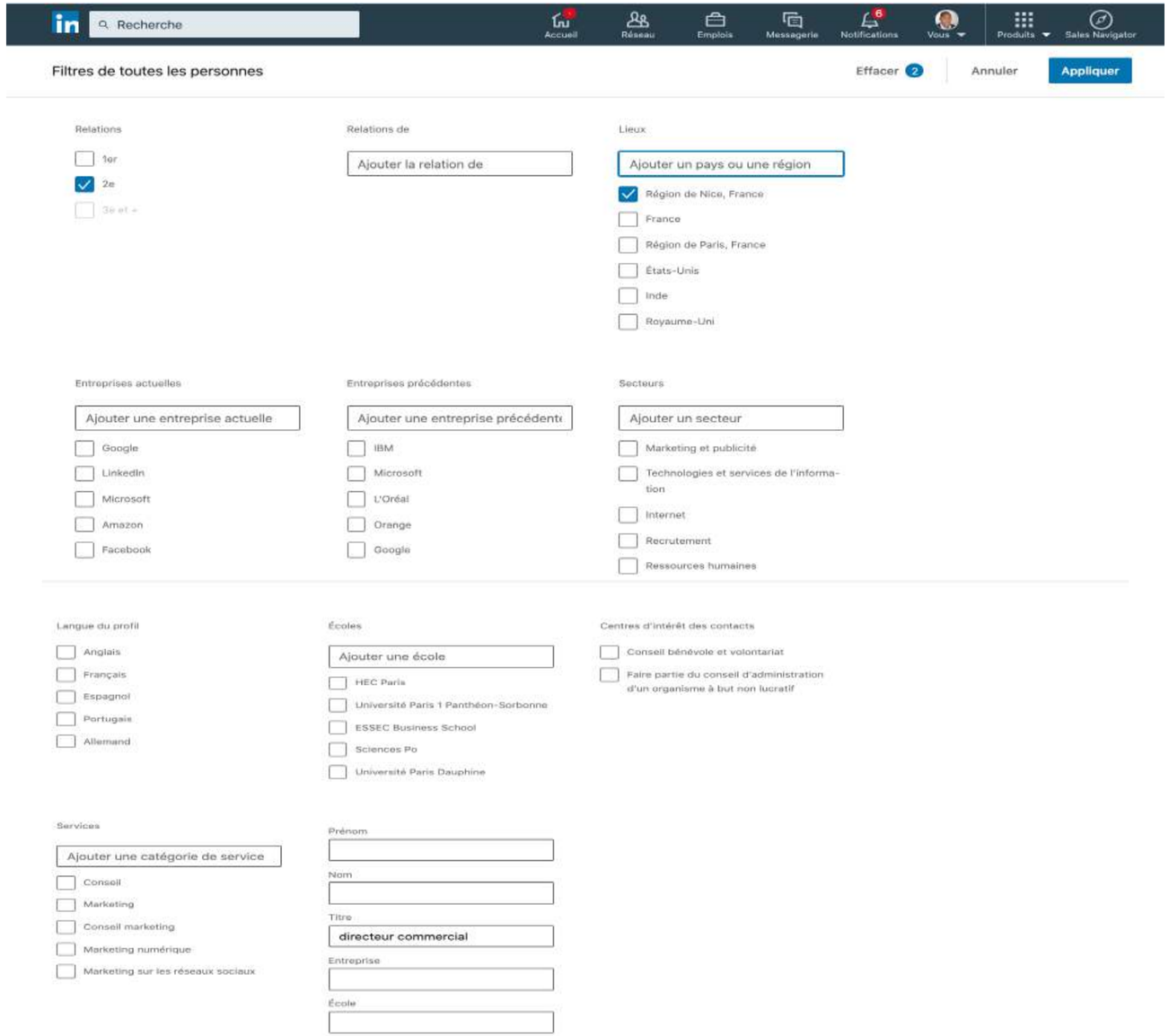
© 2020 WSI. All rights reserved.

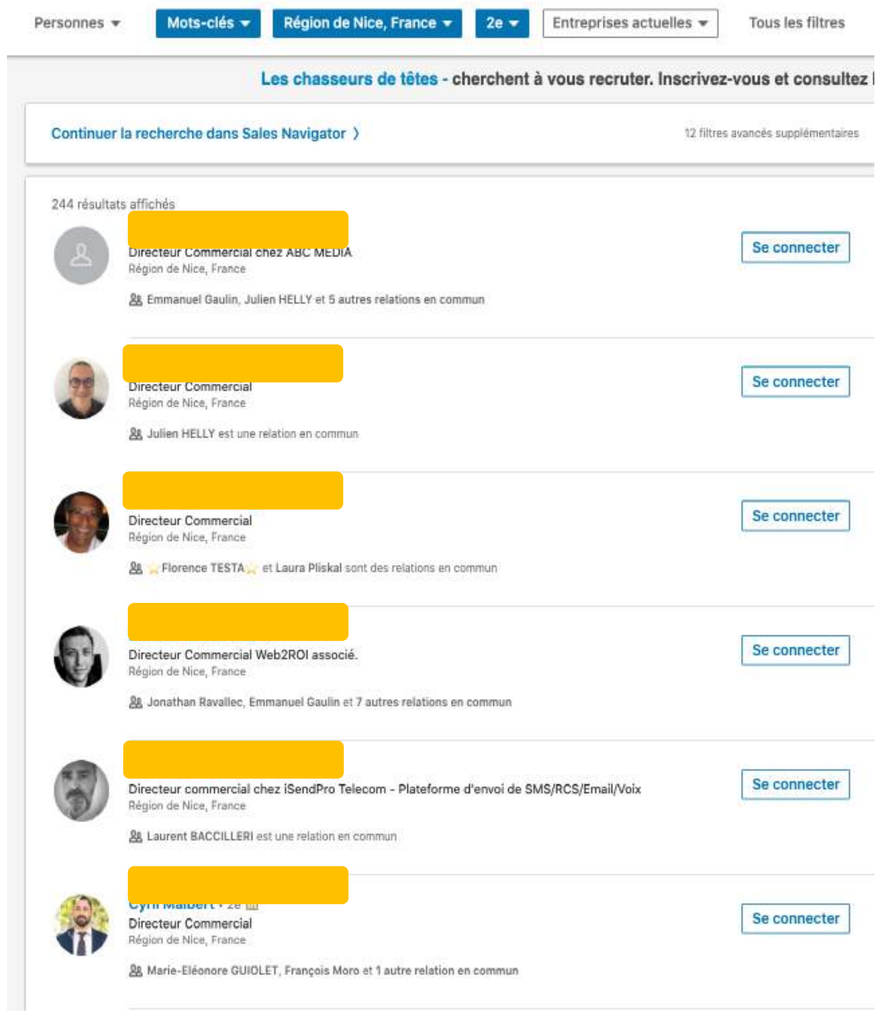
Etape 3 Convertir vos « Top Acheteurs » qui ont examiné votre profil (acheteur de votre réseau)



© 2020 WSI. All rights reserved.

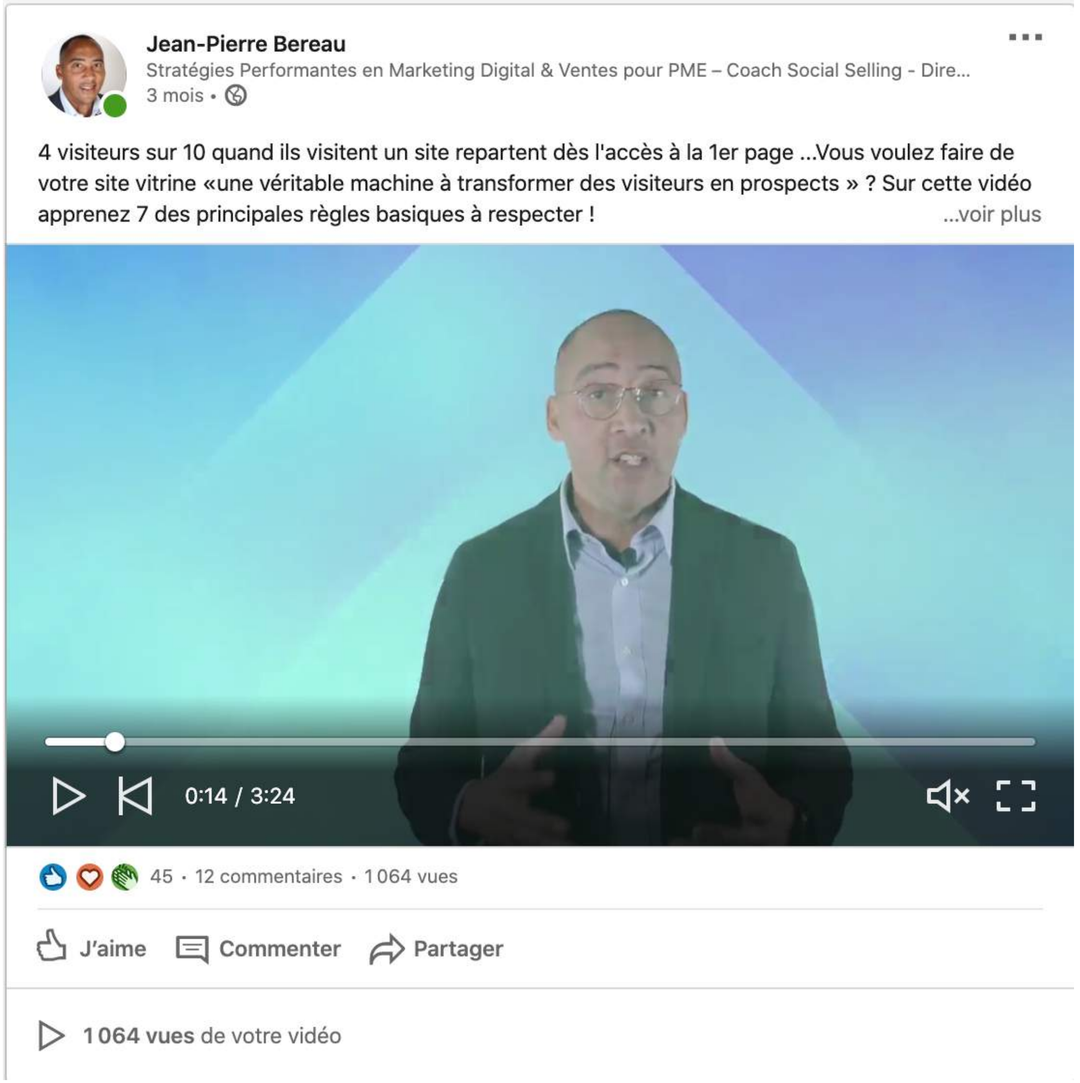
Etape 4 Connectez vous avec les lecteurs niveau 2 qui ont examiné votre profil - demandez à votre réseau niveau 1 de vous recommander

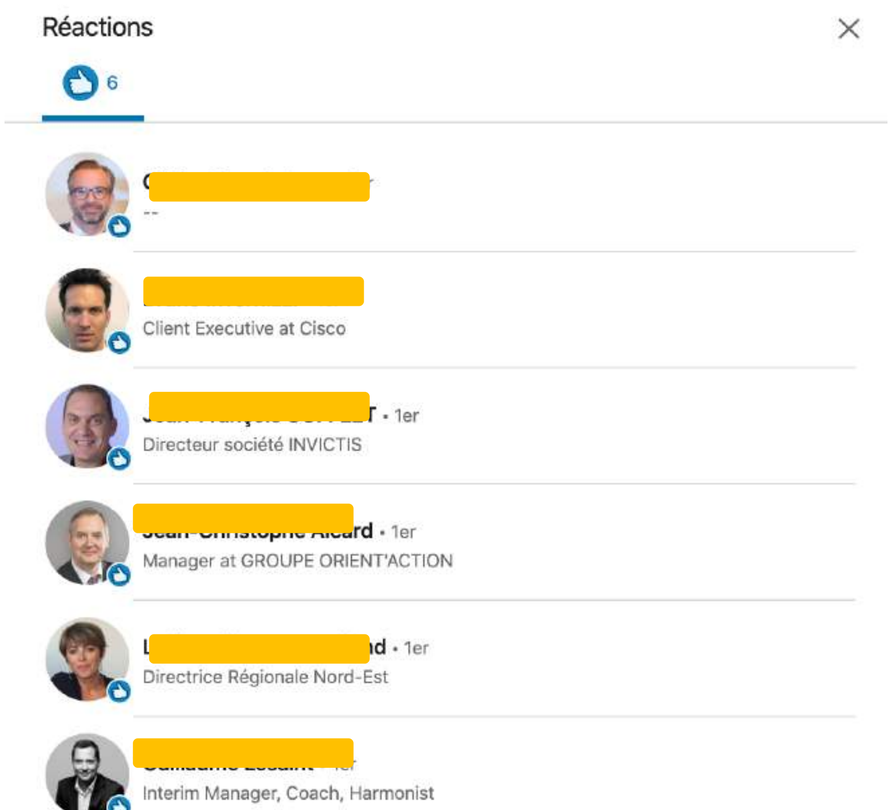




© 2020 WSI. All rights reserved.

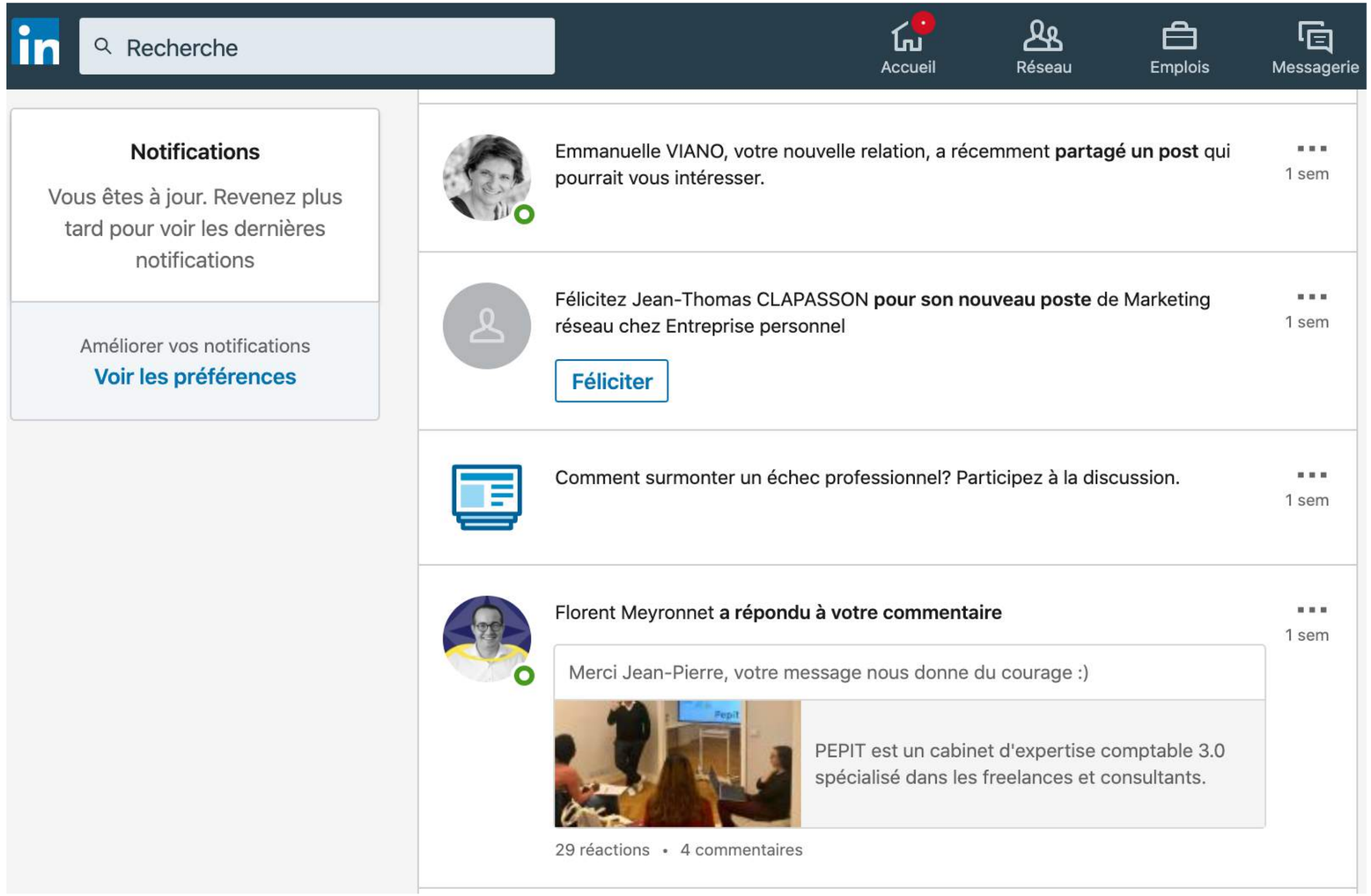
Etape 5 Chercher des moyens de démarrer une conversation – examiner qui a aimé votre contenu et invitez les à vous contacter





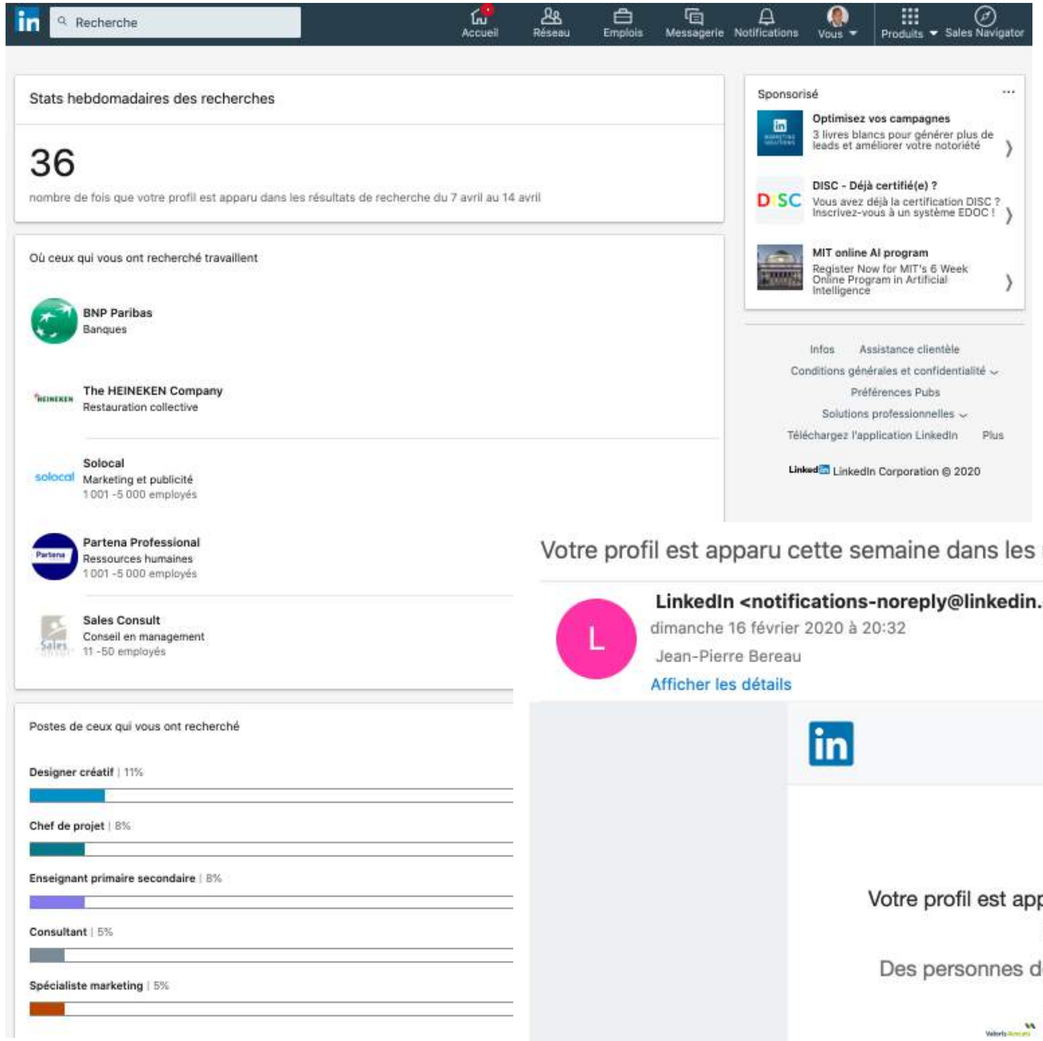
© 2020 WSI.

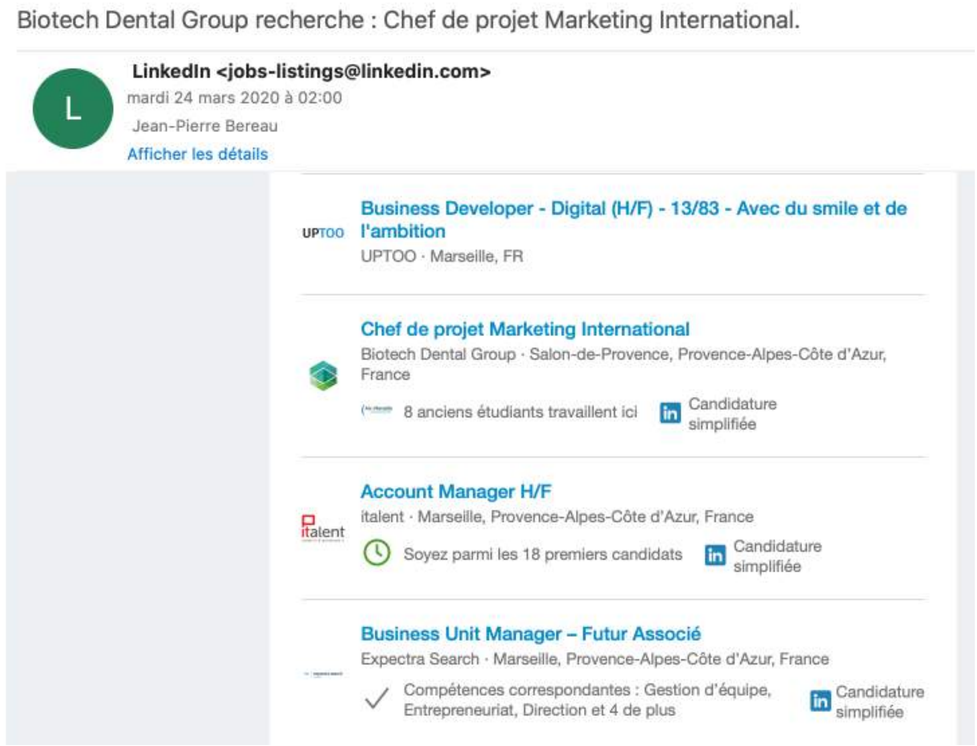
Etape 6 Regarder votre fil de commentaires et vos notifications



© 2020 WSI. All rights reserved.

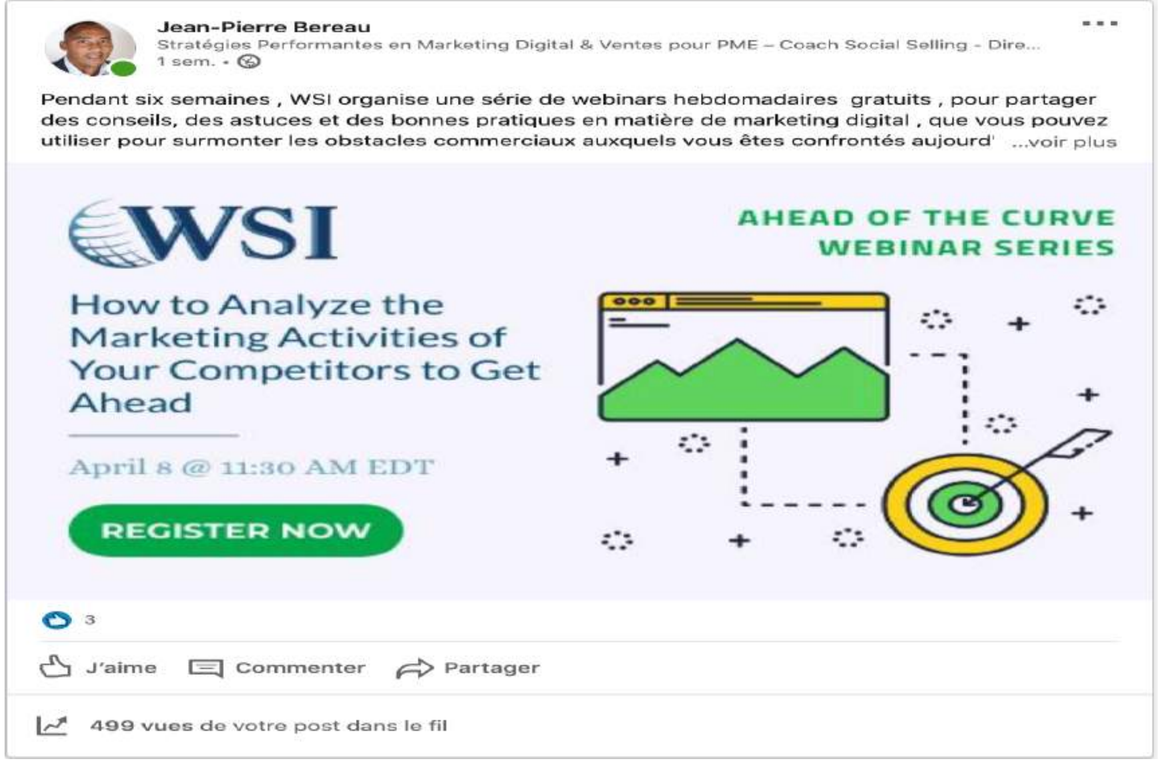
Etape 7 Consulter tous les emails de rappel Linkedin et les alertes de changement de job – autres alertes Google – Votre site Web

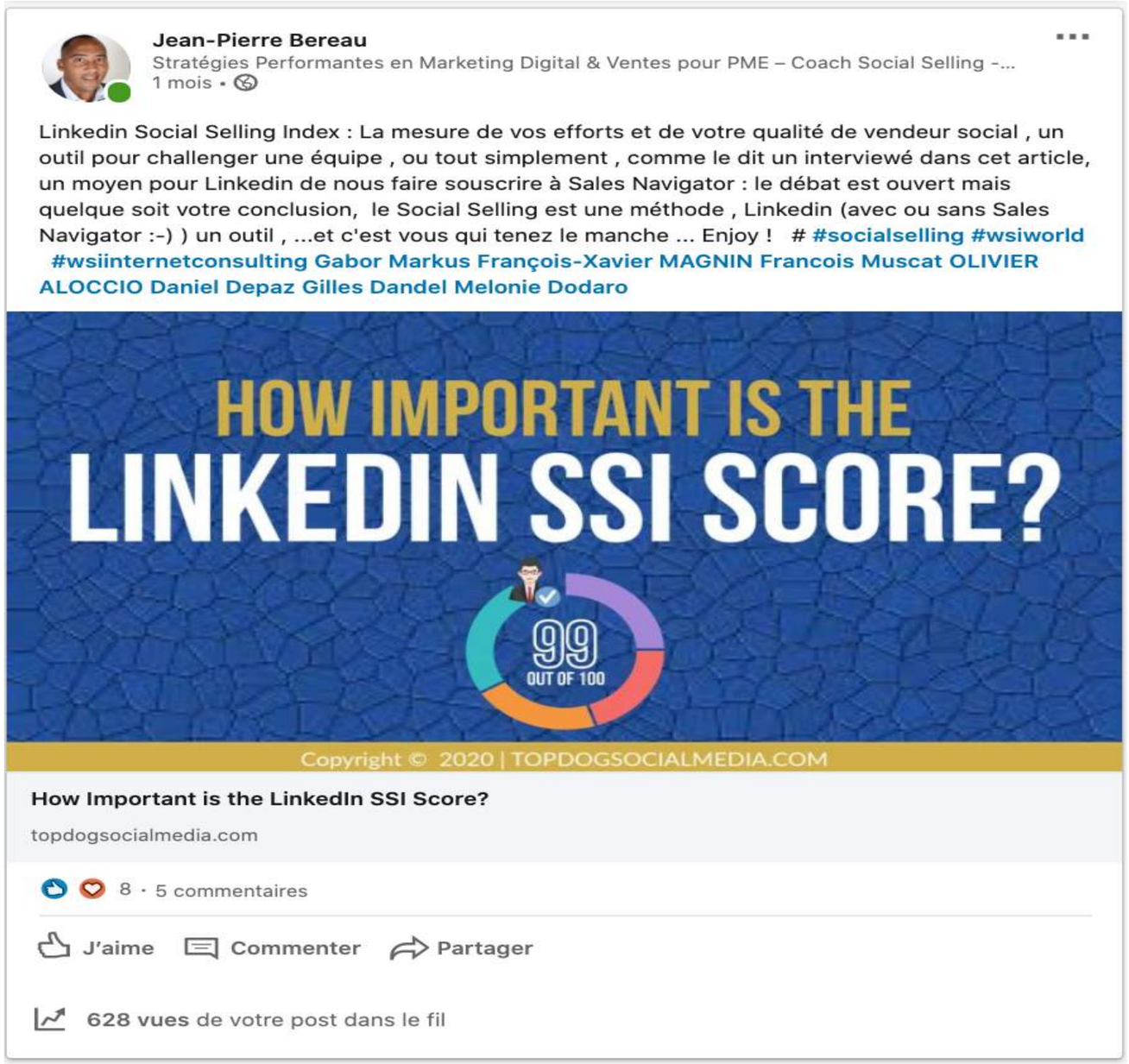




© 2020 WSI. All rights reserved.

Etape 8 Surmonter la « dead zone » (69%) en partageant des contenus « natifs »

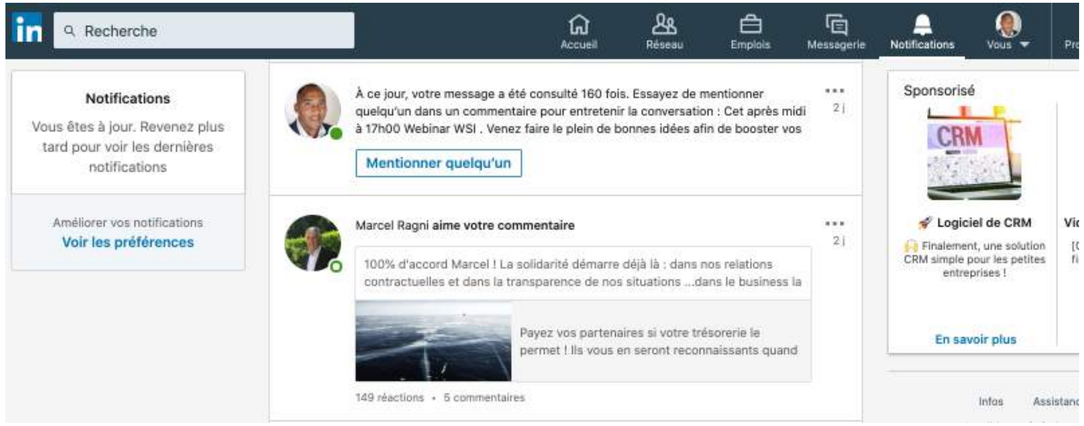




© 2020 WSI. All rights reserved.

Etape 9 ECHANGEZ AVEC VOTRE NICHE : COMMENTEZ INTERESSEZ VOUS ! C’est un dialogue !

CRÉER UN RAPPEL DANS VOTRE AGENDA POUR PARTAGER DU CONTENU AVEC EUX



© 2020 WSI. All rights reserved.

Etape 10 Lancer 5 Nouvelles Demandes de « VRAIS » Conversations ou PLUS !

27 mars

Tu 12 h 23

bonjour Dominique Même en pleine crise, il faut déjà réfléchir «au jour d'après», sur les scénarios possibles en marketing digital ou vente. En période de crise il faut savoir s'entraider; aussi je me rends available, pour tout échanges, réflexions, conseils sur les pistes de scénarios après l'arrêt du confinement. Être Consultant pour moi c'est d'abord être dans l'écoute, l'échange et,... le soutien. A bientôt pour échanger! Jean Pierre

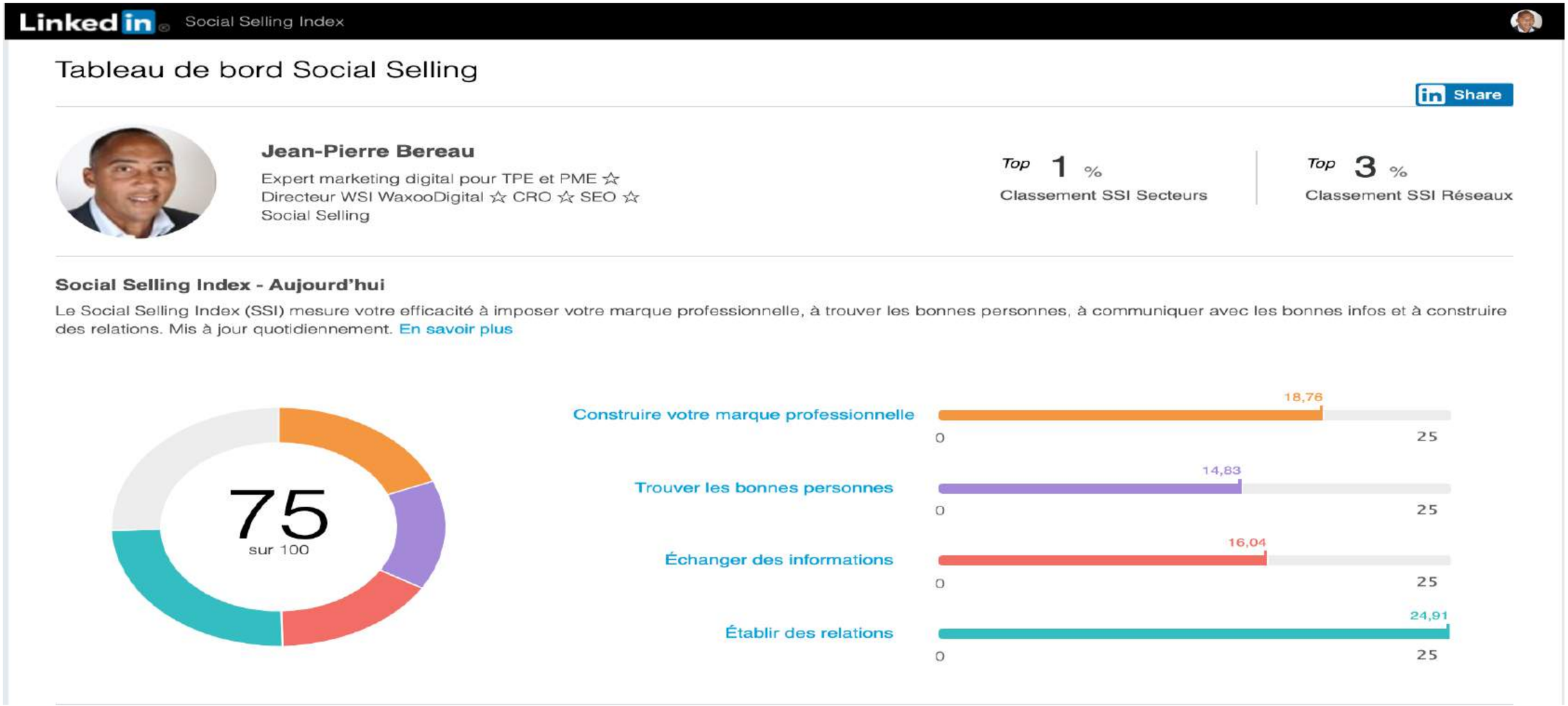
[redacted] 13 h 14

Merci

© 2020 WSI. All rights reserved.

Synthèse des étapes – Social Selling Index

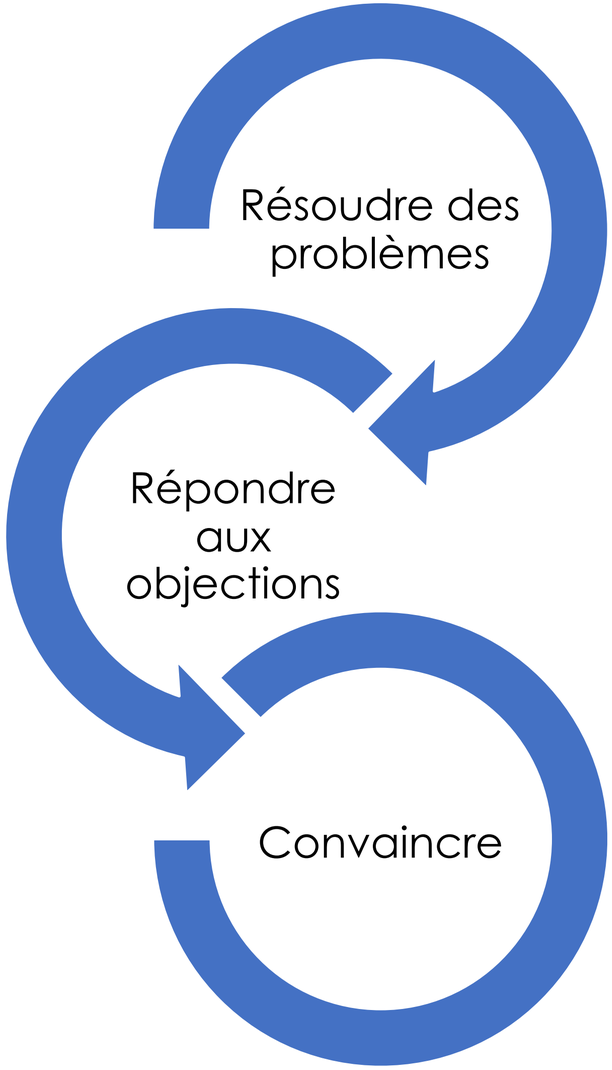
https://business.linkedin.com/sales-solutions/social-selling/the-social-selling-index-ssi



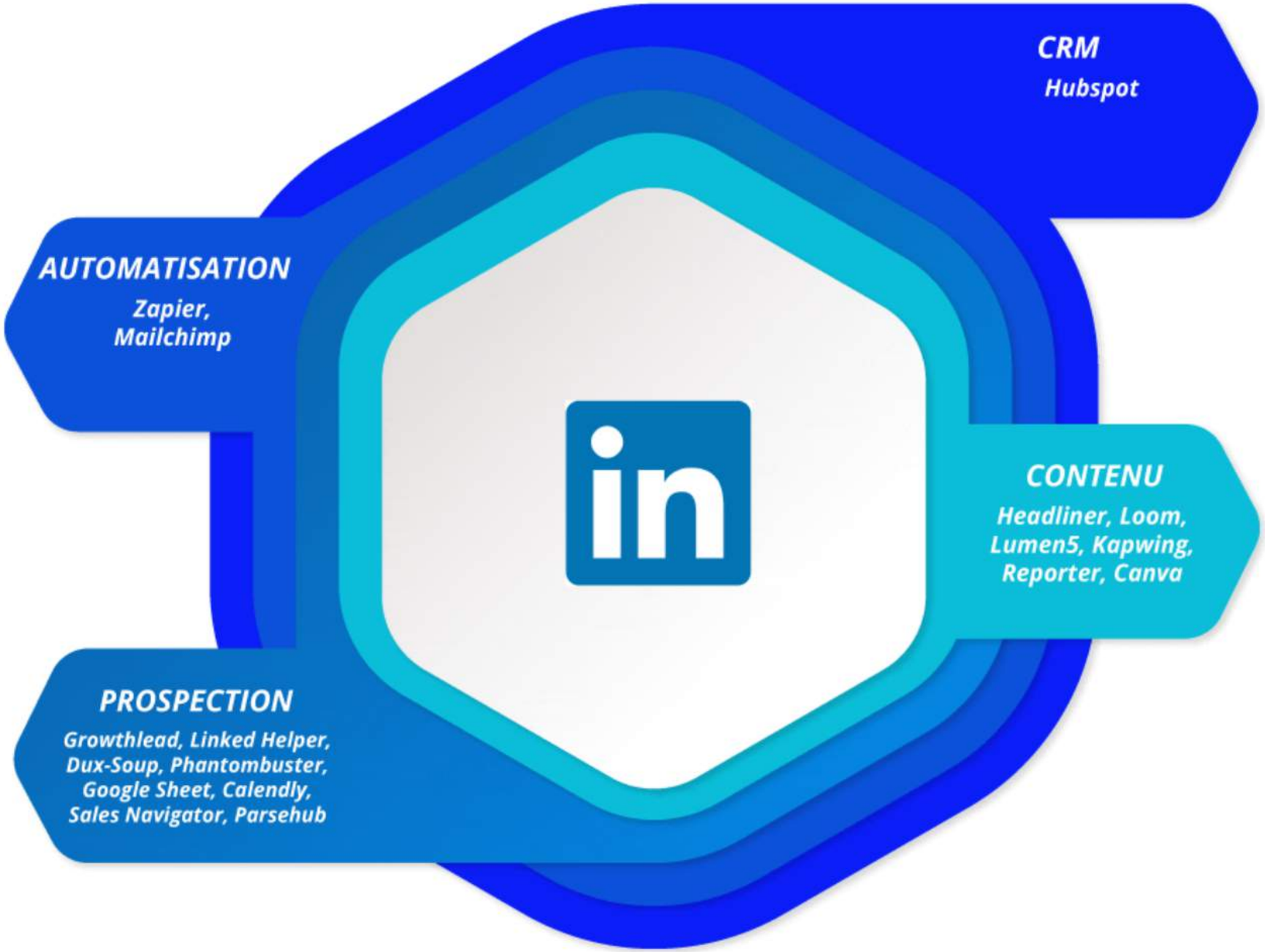
© 2020 WSI. All rights reserved.

Phase 3 : CONVERSION

- QUESTIONS SUR UNE OU PLUSIEURS PROBLEMATIQUES
- VALIDATION D'UN RENDEZ VOUS TELEPHONIQUE OU PHYSIQUE
- PRESENTATION DES SOLUTIONS AUX PROBLEMES RENCONTRES
- PROPOSITIONS
- SIGNATURE



© 2020 WSI. All rights reserved.


CRM
Hubspot
AUTOMATISATION
Zapier,
Mailchimp
CONTENU
Headliner, Loom,
Lumen5, Kapwing,
Reporter, Canva
PROSPECTION
Growthlead, Linked Helper,
Dux-Soup, Phantombuster,
Google Sheet, Calendly,
Sales Navigator, Parsehub

Outils -

OUTILS	OBJECTIFS
Consultant/Coach	Phase d'audit Phase de préparation – Profil Phase de préparation – Planning éditorial
LinkedIn /Sales Navigator	Bases de données – Segmentation
Prospect'in – LinkedIn Helper	Prospection Automatisée
Feedly/Google Alert Topic Research (SemRush) Answer the Public Newsletter de votre secteur	Sourcing des articles & des Posts
TRELLO	Organisation de votre stratégie – Planning
Vidyard	Réalisation de vidéos rapides à poster /email

© 2020 WSI. All rights reserved.

Le contenu des sessions peut être adapté en fonction de la maturité et de l'avancement des participants

01.

ETABLIR ET ENTRETENIR SA PRESENCE EN LIGNE – MARQUE PERSONNELLE

- Optimisation du profil
- Comment et pourquoi développer un réseau utile pour un commercial
- Partage de contenu : les fondations et routines minimums

02.

MARKETING SUR LINKEDIN

- Suivre des comptes et prospects
  Etablir sa veille commerciale
- Utiliser le moteur de recherche
- Comprendre et utiliser les signaux sociaux

03.

GENERATION DE LEADS

- Cas d'usage spécifiques Sales Navigator
- Identifier et participer à des conversations
- Prises de parole

SALES NAVIGATOR

© 2020 WSI. All rights reserved.

Questions ?

WSI waxoodigital
Smart marketing & sales solutions

Jean-Pierre Bereau

Directeur WSI Waxoo Digital

Consultant Marketing digital & ventes
Réseau WSI Côte d'Azur – France

Contact : jp.bereau@wsiworld.fr
https://meetings.hubspot.com/jp-bereau1
https://www.linkedin.com/in/jeanpierrebereau/

WSI © 2017 WSI. All rights reserved.
© 2020 WSI. All rights reserved.