LC FORMATIONS
CONSEIL & DEVELOPPEMENT

PROGRAMME DE FORMATION

PROSPECTION DE CLIENTS SUR LE WEB

DOCUMENT REMIS AU STAGIAIRE
AVANT SON INSCRIPTION

CONTACT / RENSEIGNEMENT :

CASTILLON LAURÈNE, 06.69.23.18.16
CONTACT@LC-FORMATIONS.FR

FORMATION PROSPECTION

OBJECTIFS PROFESSIONNELS :

- Comprendre les techniques de prospection en ligne et l'importance de la présence digitale.
- Maîtriser les outils et plateformes de prospection digitale (SEO, réseaux sociaux, emailing).
- Développer des stratégies efficaces pour identifier et atteindre des clients potentiels sur le web.
- Optimiser le processus de vente en ligne grâce à des techniques de conversion et de nurturing.

CATÉGORIE ET BUT

La catégorie prévue à l'article L.6313-1 est : Action de formation

Cette action a pour but (article L.6313-3) : Action de formation pour favoriser l'adaptation des travailleurs à leur poste, l'évolution des emplois, et le développement de compétences en prospection digitale.

PUBLIC

Le public concerné est : tout public.

PRÉ-REQUIS

Les conditions d'accès sont :

Pré-requis : Aucun

Niveau exigé : Débutant

DURÉE

Cette formation se déroulera en 90 heures sur 12 jours.

Horaires et Dates : Voir convention de formation.

TARIF

SUR DEMANDE.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription est réputée acquise lorsque : La convention de formation est signée.
Les délais d'accès à l'action sont : 15 jours avant de le début de l'action de formation.

FORMATION PRESTASHOP

MOYENS PÉDAGOGIQUES, TECHNIQUES ET D'ENCADREMENT

MÉTHODES ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

- Cours théoriques et pratiques sur ordinateur.
- Utilisation d'outils de prospection, de plateformes en ligne, et de cas pratiques.
- Programme de formation détaillé remis aux stagiaires.

OUTILS PÉDAGOGIQUES : L'intervenant alternera découverte des concepts liés au business, découverte des audiences et conseils pédagogiques sur la bonne façon de communiquer.
Les exercices permettront de valider les acquis tout au long de la formation. Les stagiaires étudieront notamment un cas concret de publication, à adapter selon les règles et usages de chaque media social.

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES : Livret explicatif.

PRISE EN COMPTE DU HANDICAP : Les personnes en situation de handicap physique peuvent tout à fait rejoindre notre formation. Merci de nous contacter pour toute situation particulière.

ELÉMENTS MATÉRIELS DE LA FORMATION

Equipements divers mis à disposition : un ordinateur avec connexion internet sera mis à disposition du stagiaire.
Documentation : Le formateur s'appuiera sur des articles disponibles en ligne.

COMPÉTENCES DES FORMATEURS

Le formateur référant possède les qualités nécessaires à la mise en place d'un parcours modulaire. Il a un rôle de formateur accompagnateur. Il réajuste en permanence le contenu de la formation en fonction des avancées du stagiaire. Il reste à l'écoute des besoins et répond au mieux aux attentes.

La formation sera assurée par :

FORMATION PRESTASHOP

→ CONTENU DE LA FORMATION

PARTIE 1 - INTRODUCTION À LA PROSPECTION SUR LE WEB (5H)

- Comprendre l'importance de la prospection digitale
- Présentation des différents canaux de prospection en ligne
- Les fondamentaux du marketing digital appliqué à la prospection

PARTIE 2 - DÉVELOPPEMENT D'UNE STRATÉGIE DE PROSPECTION DIGITALE (15H)

- Définir son audience cible : buyer personas et segmentation
- Élaboration d'une stratégie de contenu pour attirer des prospects
- Intégration de la prospection dans une stratégie marketing globale

PARTIE 3 - PROSPECTION VIA LE SEO ET LE CONTENT MARKETING (15H)

- Comprendre les bases du SEO et son impact sur la visibilité
- Création de contenu optimisé pour attirer des prospects
- Utilisation des blogs, articles, et landing pages pour la prospection

FORMATION PRESTASHOP

→ CONTENU DE LA FORMATION

PARTIE 4 - UTILISATION DES RÉSEAUX SOCIAUX POUR LA PROSPECTION (20H)

- Choix des plateformes sociales en fonction de la cible (LinkedIn, Facebook, Instagram, etc.)
- Techniques pour générer des leads via les réseaux sociaux
- Automatisation de la prospection sur les réseaux sociaux (outils et bonnes pratiques)

PARTIE 5 - EMAIL MARKETING ET AUTOMATION (15H)

- Création de campagnes d'emailing efficaces pour la prospection
- Segmentation des listes d'email et personnalisation des messages
- Mise en place de workflows d'automatisation pour le nurturing des leads

PARTIE 6 - PROSPECTION PAYANTE (10H)

- Introduction aux publicités payantes (Google Ads, Facebook Ads)
- Stratégies pour optimiser les campagnes PPC pour la prospection
- Mesure et analyse des performances des campagnes publicitaires

PARTIE 7 - OUTILS DE CRM ET GESTION DES LEADS (10H)

- Introduction aux outils de CRM (Customer Relationship Management)
- Gestion des leads : de la prospection à la conversion
- Suivi et analyse des performances de la prospection

FORMATION PRESTASHOP

SUIVI ET ÉVALUATION

EXÉCUTION DE L'ACTION

Les moyens permettant de suivre l'exécution de l'action sont :

- Feuilles de présence émargées par les stagiaires et le formateur
- Attestation remise aux stagiaires ayant suivi la formation avec assiduité.

MODALITÉS D'ÉVALUATION DES RÉSULTATS (OU D'ACQUISITION DES COMPÉTENCES)

Les moyens mis en place pour déterminer si le stagiaire a acquis les connaissances ou les gestes professionnels précisés dans les objectifs sont :

- Questions orales et exercices pratiques
- Exercices et publications multimédias validant les acquis tout au long de la formation
- Mise en situation finale

LC FORMATIONS
CONSEIL & DEVELOPPEMENT