PROGRAMME DE FORMATION

Social selling : prospecter et vendre avec LinkedIn et Sales Navigator

Commerce, Marketing & Vente

RÉFÉRENCE
WF-0514

VERSION
V2026-004

ÉDITION
2 novembre 2026

DOMAINE
Commerce, Marketing & Vente

DURÉE
14 h

MODALITÉ
Distanciel asynchrone (e-learning)

PROGRAMME
4 modules
17 leçons

SANCTION
Attestation
et certificat de réalisation

Objectifs pédagogiques

- Définir sa cible de prospection (entreprises, fonctions, comité d'achat) et en faire des critères de recherche.
- Construire un profil LinkedIn orienté client qui donne envie d'accepter une invitation et de répondre.
- Rechercher, qualifier et organiser des prospects et des comptes dans Sales Navigator (recherches, listes, alertes).
- Engager la conversation par le contenu, la demande de connexion et des messages personnalisés, dans le respect des règles.
- Transformer une conversation en rendez-vous qualifié, l'intégrer au suivi commercial et piloter sa routine de social selling.

L'essentiel de la formation

Public visé

Commerciaux, chargés d'affaires, dirigeants de TPE-PME, consultants et indépendants qui vendent à des entreprises et veulent trouver, approcher et convertir des prospects grâce à LinkedIn et à Sales Navigator.

Prérequis

- Disposer d'un profil LinkedIn et l'utiliser au moins occasionnellement.
- Connaître son offre et ses clients actuels (secteurs, fonctions des décideurs).
- Disposer d'un ordinateur avec une connexion internet ; aucun abonnement Sales Navigator n'est nécessaire.

Modalités et déroulement

Formation à distance, en ligne, à rythme libre, organisée autour d'entreprises fictives (Maison Ardelle, torréfacteur artisanal avec boutique et vente en ligne ; Brévance, éditeur de logiciel B2B ; Atelier Solvène, institut de beauté de quartier — entreprises fictives, données fictives). Un test de positionnement ouvre le parcours. Chaque leçon associe une vidéo de démonstration, une fiche pratique à conserver et deux mises en pratique corrigées (simulations dans des interfaces reconstituées de LinkedIn et de Sales Navigator signalées comme simulations, rédactions de profils et de messages, conversations simulées, décisions, études de cas) ; chaque module se clôt par un atelier de synthèse corrigé, une vidéo récapitulative et un quiz. Plus de la moitié du temps est consacrée à la pratique (cas, décisions, rédactions, livrables), le reste aux apports et aux évaluations. Accompagnement par un formateur par messagerie (réponse sous 48 h ouvrées), correction individuelle des livrables sur demande.

Méthodes pédagogiques

- Positionnement en début de parcours
- Apports en vidéo : explications et démonstrations
- Études de cas
- Exercices d'application et mises en pratique corrigées
- Production de livrables professionnels
- Atelier de synthèse en fin de module
- Quiz et QCM d'auto-évaluation
- Accompagnement et retours du formateur

Moyens pédagogiques et techniques

- Plateforme de formation en ligne, accès individuel à distance
- Vidéos pédagogiques
- Fiches pratiques à conserver
- Quiz et exercices interactifs en ligne
- Correction des productions sur grille de critères
- Messagerie avec le formateur (réponse sous 48 h ouvrées)

Modalités d'évaluation

Positionnement initial (non éliminatoire) ; correction automatique ou sur grille critériée de chaque exercice ; atelier de synthèse corrigé et quiz à la fin de chaque module ; évaluation finale interne : plan de prospection sociale d'un commercial fictif (cible, profil, recherche et liste de comptes, séquence de messages, routine et indicateurs), corrigé sur grille, et questionnaire de 15 questions. Seuil de réussite interne : 70 % des critères. Une attestation de fin de formation précise les compétences évaluées ; aucune certification n'est délivrée.

Sanction

Une attestation de fin de formation et un certificat de réalisation sont remis au participant sous réserve de la réalisation du parcours.

Cette formation n'est pas présentée comme préparant à une certification enregistrée : elle ne comprend ni inscription ni présentation à des épreuves de certification, et n'ouvre droit à aucune délivrance de certification ni au financement par le CPF.

Modalités et délais d'accès

La demande d'inscription peut être effectuée par téléphone, par courrier électronique ou au moyen du formulaire en ligne.

Un entretien ou un questionnaire de positionnement permet de vérifier l'adéquation de la formation avec les besoins, le niveau initial et les prérequis du candidat.

L'inscription devient définitive après validation du dossier administratif, acceptation des documents contractuels et, le cas échéant, confirmation du financement.

Les accès à la plateforme sont généralement activés sous 48 à 72 heures ouvrées après validation complète du dossier.

Les formations à distance sont proposées en entrées et sorties permanentes, sous réserve des délais ou dates imposés par le financeur ou le certificateur.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Vidéos sous-titrées et transcrites, fiches pratiques et corrigés en version texte lisible par les lecteurs d'écran, tableaux fournis aussi en format tableur accessible, navigation au clavier, rythme libre et durée allongeable pour les exercices chronométrés. Référent handicap joignable à handicap@will-formation.com pour étudier toute adaptation (durée, supports, outils, modalités d'évaluation).

Tarif de la formation

Prix : **1 350 €**

Financement : prise en charge possible par les organismes financeurs, selon les critères d'éligibilité applicables.

Qualiopi processus certifié

La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante : ACTIONS DE FORMATION. Certificat QUA25070009. WILL FORMATION — Société par actions simplifiée à associé unique au capital de 30 000 € — NDA 11757059675 (cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'État) — SIRET 893 713 180 00014 — 01 85 09 25 99 — info@will-formation.com — www.will-formation.com

Programme détaillé

4 modules, 17 leçons — durée totale 14 h.

01 Préparer sa démarche de social selling

1. Positionnement — social selling
2. Ce qu'est le social selling
3. Définir sa cible et le comité d'achat
4. Un profil orienté client
5. Atelier de synthèse — Préparer sa démarche de social selling

02 Prospecter avec Sales Navigator

1. Rechercher des prospects et des comptes
2. Listes, alertes et signaux d'affaires
3. Prospecter dans les règles
4. Atelier de synthèse — Prospecter avec Sales Navigator

03 Engager la conversation

1. Publier et commenter pour être identifié
2. La demande de connexion et le premier message
3. De la conversation au rendez-vous
4. Atelier de synthèse — Engager la conversation

04 Convertir et piloter

1. Préparer et conduire le rendez-vous issu de LinkedIn
2. Relier LinkedIn à son suivi commercial
3. Mesurer et organiser sa routine
4. Atelier de synthèse — Convertir et piloter