

Hussar Academy

10 rue Henri Barbusse

29100 Douarnenez

Email : contact@hussaracademy.fr

Tel : +33662847100

Social Selling et Communication Digitale en Assurance

La formation Social Selling et Communication Digitale en Assurance vise à aider les professionnels de l'assurance à exploiter pleinement les réseaux sociaux (LinkedIn, Twitter, Viadeo) pour développer leur activité. Elle couvre l'optimisation des profils, la prospection digitale, l'engagement client et l'utilisation d'outils de curation et d'analyse. À travers des exercices pratiques et des études de cas, les participants apprendront à générer des leads, renforcer leur influence digitale et mesurer l'impact de leurs actions. Cette formation leur permettra d'intégrer efficacement le social selling dans leur stratégie commerciale pour maximiser leur visibilité et leur performance. ✍

Durée: 7.00 heures (1.00 jours)

Profils des apprenants

- Professionnels du secteur de l'assurance (gestionnaires de sinistres, souscripteurs, actuaires, agents commerciaux...).
- C-levels

Prérequis

- Aucun pré-requis

Accessibilité et délais d'accès

1 semaine

Qualité et indicateurs de résultats

Indicateurs d'engagement des participants

✦ Taux de participation et d'assiduité

- % de participants présents tout au long de la formation
- Temps moyen de connexion pour une formation en distanciel

✦ Interactivité durant la formation

- Nombre de questions posées et interactions pendant les sessions
- Participation aux exercices pratiques et aux mises en situation

✦ Score moyen des quiz et exercices

- Évaluation de la compréhension des concepts clés à travers les quiz et études de cas

Indicateurs de progression et d'appropriation des compétences

✦ Amélioration du profil digital des participants

- % de participants ayant complété et optimisé leur profil LinkedIn / Twitter
- Nombre moyen d'optimisations réalisées sur les profils sociaux après la formation

✦ Utilisation des techniques de social selling

- % de participants ayant publié ou relayé du contenu sur LinkedIn/Twitter dans les 30 jours suivant la formation
- Nombre moyen de nouveaux contacts ajoutés sur LinkedIn/Twitter après la formation
- % de participants ayant utilisé des outils de veille ou de curation (Scoop.it, Pocket, etc.)

✦ Engagement et interactions post-formation

Hussar Academy | 10 rue Henri Barbusse Douarnenez 29100 | Numéro SIRET : 88829832000043 |

Numéro de déclaration d'activité : 53290982729 (auprès du préfet de région de : France)

Cet enregistrement ne vaut pas l'agrément de l'État.

Hussar Academy

10 rue Henri Barbusse

29100 Douarnenez

Email : contact@hussaracademy.fr

Tel : +33662847100

- Nombre moyen de messages envoyés à des prospects via LinkedIn/Twitter après la formation
- Taux d'engagement des publications (likes, commentaires, partages)

Indicateurs de résultats commerciaux (à moyen terme)

✦ Impact sur la prospection et le développement commercial

- % de participants ayant généré au moins un lead via les réseaux sociaux dans les 2 mois suivant la formation
- Nombre moyen de prospects identifiés via LinkedIn/Twitter après la formation
- Nombre de prises de contact et d'opportunités commerciales issues du social selling

✦ Évolution de la notoriété et de l'influence digitale

- Croissance moyenne du réseau LinkedIn/Twitter des participants
- Augmentation du nombre de visites sur leur profil LinkedIn après la formation

✦ Retour sur investissement de la formation

- Évaluation de l'impact sur les ventes ou les opportunités business générées via le social selling
- % de participants déclarant que la formation a amélioré leur performance commerciale

Objectifs pédagogiques

- Comprendre les enjeux du social selling et son impact sur la vente en assurance.
- Maîtriser les fonctionnalités avancées des réseaux sociaux professionnels.
- Développer une présence digitale efficace et engager ses prospects sur les réseaux sociaux.
- Savoir utiliser les outils de curation et d'automatisation pour optimiser ses publications.
- Identifier et exploiter les opportunités commerciales grâce aux réseaux sociaux.

Contenu de la formation

- Pourquoi être présent sur les nouveaux outils de communication ?
 - Évolution du comportement des consommateurs
 - Présentation des principaux réseaux sociaux
 - Chiffres clés et éléments dimensionnants
 - Résultats obtenus par les commerciaux pratiquant le social selling
 - Retours d'expériences dans l'Assurance (Allianz, AXA, Santander, La Banque Postale...)
- Les 4 piliers du social selling
 - LinkedIn / Twitter / Viadéo : quelles différences pour quels objectifs ?
- Utilisation des principaux outils NTIC pour développer votre business
 - Twitter - LinkedIn - Viadéo
 - Les sources d'information pour alimenter les médias de l'agence
 - La curation de contenus via des outils (Scoop.it, Pocket) (Exercice pratique)
 - Identifier, s'inspirer et utiliser le contenu des influenceurs (Exercice pratique)
- Prospection et génération de leads via les réseaux sociaux
 - Recherche efficace de prospects sur LinkedIn, Twitter et Viadéo
 - Développer sa sphère d'influence en ajoutant des contacts qualifiés
 - Trouver des contacts via une recherche avancée (Exercice pratique)
 - Savoir utiliser les outils de curation et d'automatisation pour optimiser ses publications.
 - Identifier et exploiter les opportunités commerciales grâce aux réseaux sociaux.

Organisation de la formation

Hussar Academy | 10 rue Henri Barbusse Douarnenez 29100 | Numéro SIRET : 88829832000043 |

Numéro de déclaration d'activité : 53290982729 (auprès du préfet de région de : France)

Cet enregistrement ne vaut pas l'agrément de l'État.

Hussar Academy

10 rue Henri Barbusse

29100 Douarnenez

Email : contact@hussaracademy.fr

Tel : +33662847100

Équipe pédagogique

Notre équipe pédagogique est composée d'experts en social selling, marketing digital et transformation numérique appliqués au secteur de l'assurance.

Expert en transformation digitale et réseaux sociaux

Spécialiste en social selling et stratégie digitale.

Expérience en formation et accompagnement des équipes commerciales.

Conférencier sur l'évolution du comportement des consommateurs et des nouvelles pratiques digitales.

Ressources pédagogiques et techniques

- Pour assurer une formation immersive et efficace, plusieurs types de ressources pédagogiques sont mises à disposition : 1. Supports de cours et fiches récapitulatives ☐ Diaporama interactif Présentation structurée avec les concepts clés, les cas d'usage et les démonstrations pratiques. Disponible en format PDF à l'issue de la formation. 📄 Fiches synthétiques Résumé des points essentiels abordés (techniques de social selling, optimisation de profil, outils de curation, etc.). Fiches méthodologiques sur les stratégies d'engagement et la génération de leads via LinkedIn et Twitter. 2. Ressources pratiques et interactives 📖 Accès à une plateforme de formation Espace en ligne avec les ressources complémentaires, exercices et supports de cours. 🎥 Démonstrations en direct & exercices pratiques Expérimentation des outils de social selling (LinkedIn, Twitter, Viadeo). Mises en situation avec des scénarios issus du secteur assurantiel. 📑 Cas d'étude et simulations Études de cas concrets sur l'application du social selling dans l'assurance (prospection, engagement client, influence digitale, etc.). Mise en situation sur des scénarios réels à résoudre en petits groupes. 3. Ressources complémentaires pour approfondir 📖 Lectures recommandées Articles et rapports sur l'impact du social selling en assurance. Publications sur la transformation digitale et l'usage des réseaux sociaux en B2B. 📺 Vidéos et webinaires Sélection de vidéos expliquant les meilleures pratiques du social selling. Conférences et témoignages d'experts sur les stratégies de vente digitale. 🌐 Veille technologique et tendances Liens vers des articles et rapports d'experts régulièrement mis à jour. Ressources sur les nouvelles fonctionnalités des plateformes LinkedIn et Twitter. 4. Outils et templates ✂️ Templates de messages et de publications Modèles de messages pour engager des prospects. Guide pour structurer des publications efficaces. 📄 Modèles de rapports et fiches d'analyse Canevas pour rédiger un rapport de stratégie social selling. Exemples d'analyses d'impact et d'opportunités liées aux réseaux sociaux. 5. Communauté et suivi post-formation 📧 Accès à un groupe de discussion privé Espace d'échange entre participants et formateurs pour partager des retours d'expérience. 👥 Session de suivi post-formation (optionnelle) Possibilité d'un accompagnement sur des projets spécifiques en entreprise. Séance de questions-réponses pour approfondir certains sujets.

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Suivi de l'exécution de la formation La formation, dispensée sur une journée en distanciel, est encadrée par plusieurs outils permettant d'assurer l'engagement et la participation active des apprenants : ✓ Feuille de présence : Suivi des connexions et de l'assiduité via la plateforme de formation. ✓ Interactions en direct : Questions-réponses régulières, chat interactif et activités collaboratives. ✓ Travaux pratiques et mises en situation : Exercices appliqués pour mesurer la bonne compréhension des outils et des concepts.
- Évaluation des acquis en cours et en fin de formation Différents outils sont utilisés pour évaluer l'assimilation des connaissances et la capacité des participants à mettre en œuvre le Social Selling dans leur contexte métier : ✨ Quiz interactifs • Deux quiz en ligne pour évaluer la compréhension des notions fondamentales (un à mi-parcours et un en fin de session). • Format : QCM et mises en situation sur des cas pratiques. ✨ Étude de cas finale • Les participants travaillent sur une étude de cas récapitulative en fin de session. • Objectif : proposer une stratégie de Social Selling dans un cas d'usage en assurance (service client, personnalisation, automatisation...). • Présentation synthétique des résultats et recommandations. ✨ Rapport de formation individuel • Chaque participant doit rédiger un court rapport de formation (1 à 2 pages) dans les jours suivant la session. • Contenu : • Principaux enseignements tirés de la formation. • Applications possibles dans leur entreprise ou secteur. • Points de vigilance et recommandations.

Prix : 2499.00