

 IDM conseil Delaunay Julien (IDM)	Programme formation : Techniques Avancées de Vente (IDM Funnels) : Création d'un tunnel de vente et marketing digital Version 1 du 05/08/24
--	---

Public visé :

Toutes entreprises ayant à vendre un produit et en recherche de futur client

Pré requis :

Pas de requis nécessaire

Objectif(s) pédagogique (s)

Savoirs :

- Maîtrise du Marketing Digital et des réseaux sociaux
- Connaissance technique d'un tunnel de vente (la Méthode IDM)
- Comprendre les indicateurs de performance (KPI) et tester les taux de conversion

Savoir-faire :

- Identifier, qualifier et suivre efficacement les leads
- Créer une page de vente sur internet et maîtriser les plateformes digitales en relation avec le tunnel de vente
- Fabriquer et monter des vidéos captivantes et qualifiantes ainsi que les scripts qui s'y intègrent

Durant la formation, le stagiaire apprendra :

- A maîtriser les étapes clés de la prospection digital et à gérer les leads.
- A utiliser les outils informatiques que contient le Tunnel de vente
- A optimiser son efficacité commerciale en s'appuyant sur une technique novatrice dans le domaine de l'immobilier

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Créer et exécuter un tunnel de vente digital seul
- Adapter celui-ci en fonction des différents taux de conversion des étapes du tunnel
- Avoir une autorité sur les réseaux sociaux optimale

Accessibilité :

Pour toute situation de handicap merci de nous contacter pour envisager la faisabilité.

Nous nous engageons à analyser les aménagements possibles suivant la formation choisie. Les solutions sont aménagées au cas par cas, notamment :

- Tiers-temps ;
- Choix de la modalité en présentiel ou distanciel selon les besoins de la personne.

Les aménagements n'auront pas pour but de modifier le contenu des épreuves d'évaluation et garantiront le maintien du niveau de maîtrise des compétences requis.

Délai d'accès :

Le bénéficiaire doit retourner tous les documents 5 jours avant le début de la formation

Tarifs :

4990 € Nets de taxe

Déroulé / contenu de la formation :

Intitulé de la formation :	Techniques Avancées de Vente : (IDM Funnels) création d'un tunnel de vente et marketing digital
Durée de la formation :	4 jours de 8h30 à 12h30 et de 13h30 à 17h30 : 8h de formation par jour Soit 32h de formation au total
Présentation globale de la formation :	Cette action de formation a pour objectif professionnel pour les apprenants de développer et renforcer leurs compétences en marketing digital et création de tunnel de ventes. L'équipe commerciale de la société LCM apprendra à maîtriser la méthode approuvée et certifiée en marketing digital et tunnel de vente de la société IDM, faire le suivi et relance de leads, le setting/closing, la gestion du trafic digital, créer une page de vente internet, faire et monter des vidéos qui captent et qualifient le futur prospect, maîtriser les réseaux sociaux, créer des scripts de vente digitaux percutants, maîtriser le gestionnaire de Pub Meta et les différentes plateforme intégrant le tunnel (Calendly, Notion, Zapier, System IO, google Meet, etc...), apprentissage sur la base du copyrighting, séquence d'e-mailing et News letters. Maîtrise des différents indicateurs de performance (KPI), connaissance et analyse des SEO et SEA (référencement naturel, mise en place de partenariat digitaux et marketing d'influence. Enfin gérer et modérer les Haters. A l'issue de la formation, les apprenants seront capables d'adopter une approche stratégique de vente en marketing digital en créant une base de données de

	Leads destinées à vendre son produit, cela en maximisant les taux de conversion de chaque étape du tunnel de vente.					
Objectifs et compétences visées :	Maîtriser la prospection commerciale digital					
	Développer des techniques de prise de contact performantes					
	Maîtriser les techniques de vente fondamentales pour augmenter les conversions					
	A maitriser les étapes clés de la prospection digital et à gérer les leads					
	A utiliser les outils informatiques que contient le Tunnel de vente					
	Avoir une autorité sur les réseaux sociaux optimale et maitriser les nouveaux outils IA					
Niveau pré requis des stagiaires :	Pas de pré-requis nécessaires					
Séquence (par demi-journée)	Contenu détaillé	Durée en heures	Méthode pédagogique utilisée	Outils et supports	Organisation pédagogique	Objectif de la séquence
Jour 1 Matin	<u>Jour 1 : IDM Funnels</u> 08h30 – 10h00 : Accueil et présentation du programme ● Introduction de la formation. ● Présentation des participants. ● Présentation du formateur et des Objectif. 10h00 – 10h45 : Module 1 (Partie 1/2) - La méthode tunnel de vente ● IDM Funnels (qu'est-ce qu'un tunnel de vente. ● La méthode IDM Funnels.	4	Apports théoriques, Mise en situation, expérimentation des participants et participation active	Ordinateur, vidéoprojecteur, appareil photo caméra, Bloc-note-stylo-clé USB pour chaque participant, support pdf	Salle de formation	Maîtriser la prospection commerciale

	10h45 – 11h00 : Pause 11h00 – 12h30 : Module 1 (Partie 2/2) – Les étapes du tunnel de vente • Déterminer sa niche et son persona. • Les dix critères et les 3 Pourquoi de son persona. • Créer une offre irrésistible. 12h30 – 13h30 : Pause déjeuner					
Jour 1 Après-midi	13h30 – 15h00 : Module 2 – La création de vidéo, les scripts • Les vidéos captivantes (courte) script. • La vidéo qualifiante (longue) script • La méthode Aida 15h00 – 15h15 : Pause • Fabrication des scripts des vidéos courtes et longues 15h15 – 17h00 : Ateliers pratiques • Exercice : contrôle des scripts 17h00 – 17h30 : Débriefing et questions • Retour sur apprentissage et questions réponses	4	Apports théoriques, Mise en situation, expérimentation des participants et participation active	Ordinateur, vidéoprojecteur, appareil photo caméra, Bloc-note-stylo-clé USB pour chaque participant, support pdf	Salle de formation	Développer des techniques de prise de contact performantes
Jour 2 Matin	<u>Jour 2 : Les Vidéos DIGITALS</u> 08h30 – 09h30 : Récapitulatif du Jour 1 et présentation des objectifs de la journée 09h30 – 12h30 : Module 3 Fabrication des vidéos • Tournage des vidéos courtes (captivante) • Tournage de vidéo longue (qualifiante)	4	Apports théoriques, Mise en situation, expérimentation des participants et participation active	Ordinateur, vidéoprojecteur, appareil photo caméra, Bloc-note-stylo-clé USB pour chaque participant, support pdf	Salle de formation	Maîtriser les techniques de vente fondamentales pour augmenter les conversions

	10h45 – 11h00 : Pause • Maitrise du logiciel de montage vidéo capcut • Cas pratique • 12h30 – 13h30 : Pause déjeuner					
Jour 2 Après-midi	Module 4 : Fabrication de LA Landing page (page de vente system io) 13h30 – 15h00 : • Choix de template de page de vente (intégration des vidéos, et docs) 15h00 – 15h15 : Pause 15h15 – 16h00 : • Maitrise du logiciel System IO 16h00 – 17h00 : Ateliers pratiques • Cas pratique 17h00 – 17h30 : Débriefing et questions • Retour sur les apprentissages de la journée • Réponses aux questions des participants.	4	Apports théoriques, Mise en situation, expérimentation des participants et participation active	Ordinateur, vidéoprojecteur, appareil photo caméra, Bloc-note-stylo-clé USB pour chaque participant, support pdf	Salle de formation	Répondre aux objections et défendre efficacement la valeur d'un produit
Jour 3 Matin	<u>Jour 3 : Le trafic digital</u> 08h30 – 09h30 : Récapitulatif du Jour 2 et objectifs de la journée 09h30 – 10h45 : Module 4 – Gestion du trafic digital • Le suivi et les relances de leads. • Le setting closing • Le trafic digital niveau 1	4	Apports théoriques, Mise en situation, expérimentation des participants et participation active	Ordinateur, vidéoprojecteur, appareil photo caméra, Bloc-note-stylo-clé USB pour chaque participant, support pdf	Salle de formation	Utiliser les neurosciences pour améliorer la gestion du stress et du changement

	- GMB Notoriété digital 10h45 – 11h00 : Pause 11h00 – 12h30 : Module 5 – Les logiciels et plateforme, Gestion des campagne de pub - Connaissance et maitrise de base Google Meet, Zapier, Calendly - Prise en main du Gestionnaire de Pub Meta 12h30 – 13h30 : Pause déjeuner					
Jour 3 Après-midi	13h30 – 15h45 : Module 6 les nouvelles techniques de marketing digital - Les partenariats digitaux - Mise en place un concours multicanal - Mise en place d'un programme d'affiliation - Technique et marketing d'influence 15h45 – 16h00 : Pause 16H00 – 17h00 - Le site internet optimal de l'entreprise - Politique RGPD irréprochable - Analyse du site internet et son référencement naturel 17h00 – 17h30 : Débriefing et questions - Retour sur les apprentissages de la journée Réponses aux questions des participants.	4	Apports théoriques, Mise en situation, expérimentation des participants et participation active	Ordinateur, vidéoprojecteur, appareil photo caméra, Bloc-note-stylo-clé USB pour chaque participant, support pdf	Salle de formation	Optimiser l'énergie et les stratégies pour atteindre ses objectifs

Séquence (par demi- journée)	Contenu détaillé	Durée en heures	Méthode pédagogique utilisée	Outils et supports	Organisation pédagogique	Objectif de la séquence
Jour 4 Matin	Jour 4 :Marketing digital niveau 2 8h30 – 12h30 : Module 7 l’après tunnel de vente • Maîtrise des canaux digitaux • Créer et fédérer une communauté autour d’une marque • Le copyrighting et les news laters • Gestion des Haters 10h45 – 11h00 : Pause • Partenariat et marketing d’influence • Google SEO et SEA 12h30 – 13h30 : Pause déjeuner	4	Apports théoriques, Mise en situation, expérimentation des participants et participation active	Ordinateur, vidéoprojecteur, appareil photo caméra, Bloc-note-stylo-clé USB pour chaque participant, support pdf	Salle de formation	Maîtriser la prospection commerciale
Jour 4 Après-midi	13h30 – 15h00 : Module 8 – maîtrise des réseaux sociaux (gratuit et ads) • Pinterest, Facebook, Instagram, Youtube, Twitter X, TikTok, Snapchat • Télégram – WattsApp – Messenger, etc... 15h00 – 17h00 : Module 9 : IA dans l’entreprise • Canva le logiciel marketing • Le chat bot autonome (le bon prompt) • Limova les assistants IA • Chat GPT	4	Apports théoriques, Mise en situation, expérimentation des participants et participation active	Ordinateur, vidéoprojecteur, appareil photo caméra, Bloc-note-stylo-clé USB pour chaque participant, support pdf	Salle de formation	Développer des techniques de prise de contact performantes

	17h00 – 18h00 : Débriefing de la formation total et questions • Questionnaire QCM sur la formation complète par module • Bilan de fin de formation • Enquête satisfaction client Remise de la certification en IDM Funnels (Marketing digital et tunnel de vente)					
	temps total de la formation	32				

Moyen d'encadrement : (Formateur) :

Julien Delaunay, directeur commercial avec plus de 17 ans d'expérience dans la gestion d'équipes et la vente, est un formateur spécialisé dans les techniques de vente. Son expertise technique couvre la prospection, la création de leads, et l'utilisation de CRM pour le suivi des dossiers. En tant que manager chevronné, il a dirigé des équipes commerciales dans plusieurs agences, atteignant des objectifs ambitieux. Doté d'une réelle aisance relationnelle et d'une forte capacité à motiver et former, il excelle à transmettre des compétences pratiques et stratégiques, tout en favorisant un apprentissage dynamique basé sur des mises en situation concrètes.

Le formateur est disponible à l'adresse suivante: idm.normandie@gmail.com

Délai de réponse de 48h

Méthodes mobilisées : (Moyens pédagogiques et techniques)

Moyens techniques :

- Salle de formation, Ordinateur, vidéoprojecteur, appareil photo caméra, bloc-note-stylos-clé USB pour chaque participant, support pdf

Moyens pédagogiques :

- Face à face pédagogique avec le formateur
- Répartition pédagogique : 60% de théorie et 40% de pratique
- Mise en situation, expérimentation des participants et participation active

Modalités de suivi et d'évaluation :

Modalité de suivi :

- Feuilles d'émargement par demi-journées

Modalité d'évaluation :

Avant la formation : Test de positionnement sous forme de QCM pour tester ses connaissances

Pendant la formation : Évaluation à chaud sous forme d'une question ouverte et de mise en situation pour voir l'évolution des acquis (à l'issue de la mise en situation devra faire la réponse à l'objection)

Après la formation : Évaluation à froid sous forme d'entretien téléphonique

Réussite si plus de 60% de réponses correctes à l'évaluation à chaud