

LinkedIn i vendes

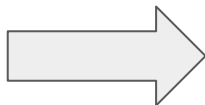
Aspectes bàsics i estratègia comercial:
Social Selling B2B

ESTRATÈGIA

1er

PLANIFICACIÓ:

- Què vull aconseguir?
- Quins contactes vull tenir?
- Com els contactaré?
- Com vull participar? Likes, Comentaris, Publicacions...
- Quina periodicitat puc assumir? Entrar, participar, comentar, publicar...



2on

PERFIL:

- Detalls de contacte
- Foto i presentacions
- Serveis
- Experiència



3er

PARTICIPACIÓ:

- Contacta per algun motiu específic: el coneixes, t'interessa el seu sector, vendre...
- Comparteix continguts
- Participa
- Endogàmia: perill!

EL MÉS IMPORTANT: CAPÇALERA DEL PERFIL

- És el primer que has de pensar. I molt ben pensat!
- És el que més es veu junt amb el teu nom i la teva foto.
- Es veu a les recerques o quan suggereixen el teu perfil.
- No és recomanable posar el càrrec que tens actualment.
És recomanable posar què et descriu que no sigui incompatible amb el teu lloc de treball actual: la teva marca personal.

Lideratge Comercial vs. Director Comercial.

XARXA DE CONTACTES

- Connectar o Seguir: tens capacitat fins a 30K contactes.
- Connecta amb gent que sigui activa a la xarxa.
- Connecta amb enviament de missatge personalitzat: mostra interès (genuí) i coneixement del perfil.
- No venguis en el primer contacte.
- Analitza l'activitat i la xarxa abans d'acceptar un contacte.

CONTINGUTS DELS TEUS POSTS

- Contingut curat, notícies i contingut propi (posts, articles, enquestes, presentacions, fotos, vídeos).
- Parla poc de tu i molt de la teva especialitat. LinkedIn serveix per generar autoritat: demostrar experiència en una matèria.
- Els patrons horaris estan bé, però poden saturar el timeline i mostrar menys les teves edicions si coincideixes amb tothom.
- Busca l'horari del teu públic.

COM HAN DE SER ELS POSTS

- Periodicitat i regularitat: línia editorial i calendari de publicacions.
- Continguts propis i genuïns. Posts 230-250 paraules.
- Posa #3 #etiquetes amb les paraules #clau on vulguis influenciar.
- Evitar links externs que treguin de la xarxa.
- Menciona usuaris amb qui tinguis confiança. Abans, avisa'ls!
- CTA (Call to action).
- Respon a tots els comentaris que et facin.
- Importants les reaccions al teu post la primera hora: respon!

DEMANA “AMISTAT” - 1er CONTACTE

- L’InMail de LinkedIn és per conversar.
- Com un xat!
- Si accepten intenta avançar sense ser agressiu. Pregunta.

Hola, Josep.

M’agradaria contactar amb tu donat que tenim contactes en comú, m’interessa el que comparteixes i [comentes alguna cosa de la seva empresa] [la seva empresa].

Gràcies,

Xavier  **growingup.zone**

RESPOSTA SI ACCEPTEN INVITACIÓ

Hola, Josep.

Gràcies per acceptar la meva invitació.

Treballo en una empresa que es dedica a [la teva proposta de valor/producte].

Si creus que mai et podem ajudar, no dubtis contactar amb mi.

Salutacions,

Xavier



UNA PROPOSTA PER COMENÇAR

CADA DIA 1 HORA:

- 5-6 Likes i 5-6 comentaris: participa!
- Sol·licita contacte amb 4 o 5 persones que t'interessin.

CADA SETMANA:

- Un post: demostra en què tens experiència.

Ser a LinkedIn és treballar!

MARKETING B2B: Social Selling

- Un *marketing mínim* amb LinkedIn és necessari!
- Treballar la base de dades de clients potencials a prospectar de forma professional és molt més fàcil que abans. Es poden qualificar moltes coses abans d'un primer contacte: persona de contacte, sector, facturació, equip (LinkedIn)... En definitiva, validar si és el teu CLIENT IDEAL!
- Objectiu: aconseguir que la pàgina d'empresa i el teu perfil siguin una autoritat en el teu sector.