kod szkolenia: DM-LIN / SS_1d

Social Selling na LinkedIn

Szkolenie z zakresu strategicznego wykorzystania platformy LinkedIn w zakresie budowania pozycji sprzedażowej marki oraz założenia i egzekucja taktyki Social Selling w kierunku budowania relacji biznesowych pomiędzy pracownikami Działu Handlowego i potencjalnymi partnerami biznesowymi. Warsztaty będą zawierać zarówno część teoretyczną, jak i praktyczne przykłady oraz ćwiczenia, zaczerpnięte z komunikacji innych marek na platformie LinkedIn.

Odbiorcy szkolenia

Szkolenie przeznaczone jest dla pracowników działów handlowych, poszukujących informacji dotyczących zaawansowanych funkcjonalności, takich jak Linkedin Sales Navigator i pakietów Premium.

Korzyści

- zdobycie doświadczenia i kompetencji w zakresie planowania komunikacji sprzedażowej na LinkedIn przez dział handlowców,
- zdobycie praktycznych umiejętności wyszukiwania, filtrowania i nawiązywania kontaktu z wartościowymi leadami, dostępnymi na platformie LinkedIn,
- zdobycie wiedzy i umiejętności z zakresu praktycznego wykorzystania narzędzia Sales Navigator do realizacji strategicznych celów handlowców – rozbudowy sieci wartościowych kontaktów na LinkedIn (networking),
- wyposażenie zespołu handlowców w praktyczne umiejętności z zakresu planowania tworzenia i dystrybucji treści (contentplanning).

Program szkolenia

1. Aktywność na profilu osobistym

- Najbardziej popularne i skuteczne tematy treści wspierające procesy sprzedażowe na LinkedIn. Praktyczne przykłady z branży klienta + dyskusja.
- 7 czynników mających wpływ na budowanie zasięgu na LinkedIn.

2. Social Selling – podstawowe założenia taktyki

- Czym jest Social Selling i w jaki sposób czerpie z budowania marki osobistej (PB)?
- Model Sales 2.0, czyli jak wykorzystać funkcje platformy LinkedIn jako przewagę względem tradycyjnych modeli budowania relacji biznesowych online?
- 4 Filary silnej marki osobistej wspierającej działania sprzedażowe na LinkedIn.
- Czym jest, a czym nie jest Social Selling?
- Model CGP w budowaniu angażującej treści na LinkedIn – przyciąganie wartościowych kontaktów za pomocą tworzonej treści na Linkedin. Ćwiczenia praktyczne – budowanie content planu handlowca.
- Proces sprzedażowy z wykorzystaniem działań na profilach osobistych – kolejne etapy budowania relacji biznesowej z partnerami biznesowymi i grupą odbiorców na LinkedIn, zgodnie z modelem TCIBA.

3. Wyszukiwanie, pozyskiwanie i budowanie relacji z najbardziej cennymi kontaktami na platformie LinkedIn

- Rola networkingu w komunikacji na LinkedIn z perspektywy marki osobistej i celów sprzedażowych.
- 6 sposobów na wyszukiwanie wartościowych kontaktów na LinkedIn. Ćwiczenia praktyczne.
- Screening profili wartościowych użytkowników na LinkedIn – jak poznać zainteresowani grupy odbiorców?
- Zasady savoir-vivre na LinkedIn oraz zapraszanie do grona kontaktów.
- Budowanie i utrzymywanie relacji H2H z pozyskanymi kontaktami.
- Komunikacja bezpośrednia vs. boty sprzedażowe – które rozwiązanie wybrać? Wady i zalety każdego z nich.

4. Sales Navigator jako narzędzie zarządzania kontaktami handlowców

- Rola narzędzia Sales Navigator.
- Podstawowe funkcje narzędzia.
- Zaawansowana wyszukiwarka leadów w Sales Navigator.
- Ćwiczenia praktyczne z wykorzystania Sales Navigatora w działaniach handlowców.
- Dodatkowe funkcje profilu LinkedIn Premium z poziomu profilu osobistego.

5. Ewaluacja efektów komunikacji

- Jak mierzyć działania na LinkedIn?
- Ewaluacja skuteczności działań na LinkedIn – dostępne metryki efektywnościowe.

Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Wymagane jest założenie prywatnego konta oraz orientacja w interfejsie LinkedIn.

Czas trwania

1 dni / 5 godzin

Język

Szkolenie: polski

Materiały: polski