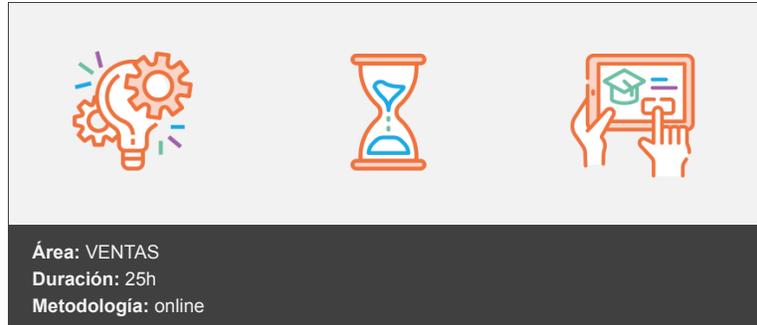


Fortalece el Conocimiento de tu Marca y Atrae Posibles Clientes



Objetivos

Saber que nos encontramos en la era de la conexión digital entre las personas. Aprender a comunicarnos en las redes sociales para darnos a conocer y descubrir oportunidades de negocio. Desarrollar habilidades sociales, que nos sirvan para atraer a nuevos posibles clientes. Entender porque LinkedIn es la red por excelencia en B2B y es tan importante para encontrar oportunidades de negocio. Identificar los tipos de cuenta que existen en LinkedIn y crear una cuenta gratuita. Configurar de forma adecuada tu cuenta de LinkedIn para disponer de la máxima seguridad y privacidad. Identificar a tu cliente ideal y definir cómo transmitirle de forma sencilla, clara y breve cuál es la relevancia de tu producto o servicio para que este sepa cómo puede ayudarlo. Marcar y escribir tus objetivos en LinkedIn. Elaborar tu estrategia de forma sencilla en base a tus objetivos de marca personal y ventas. Aplicar los secretos de la persuasión en la parte más visible de tu perfil para que cuando lo visiten los usuarios o posibles clientes, te abran sus puertas para conocerte. Mostrar tus puntos fuertes cómo ese gran profesional que eres para que tu próximo cliente, se sienta seguro al elegirte. Aprovechar las aptitudes para posicionarte en el buscador y contar con buenas recomendaciones. Conseguir buenas recomendaciones de clientes. Identificar las 3 armas que tienes para potenciar tu marca personal en LinkedIn. Optimizar tus publicaciones, y motivar a las personas publicando con diferentes tipos de contenido, para ir más allá de sus sueños. Aprender a planificar contenido de la semana. Aplicar tus conocimientos en tu estrategia de comentarios para darte a conocer como un experto en su sector. Conocer los resultados de tus publicaciones te permite saber si vas por el buen camino, además de encontrar nuevos potenciales clientes. Automatizar los procesos de publicación en LinkedIn para que te permitan ser más productivo/a.

Contenidos y estructura del curso

1. Conocer los nuevos hábitos de los compradores para estar presentes en su proceso de compra
 - 1.1 Conceptos comunes y habituales en nuestro día a día dónde hacemos uso de internet
 - 1.2 Nuevos hábitos en el proceso de compra B2B
 - 1.3 El comprador tiene ahora un papel más activo
2. La metodología de Social Selling como arma de persuasión en las ventas modernas
 - 2.1 Ventajas de utilizar las redes sociales (RRSS)
3. ¿Qué habilidades sociales necesitamos para triunfar en las redes sociales?
 - 3.1 Y por qué tu propósito de vender a través de las redes sociales (RRSS)
4. Qué beneficios nos aporta estar en LinkedIn para la generación de negocios
 - 1.1 Contamos con importantes datos que demuestran la relevancia de esta red dentro de los negocios
 - 1.2 Visión sobre LinkedIn
5. Los tipos de cuenta que existen en LinkedIn
 - 2.1 Cuenta gratuita de LinkedIn
 - 2.2 Cuenta Premium de LinkedIn

- 2.3 Cuenta de empresa
 - 2.4 Cuenta Sales Navigator de LinkedIn
6. Configurar de forma adecuada nuestra cuenta de LinkedIn para disponer de la máxima seguridad y privacidad
 7. (Re) Define a tu cliente ideal y tu propuesta de valor para LinkedIn
 - 1.1 Lienzo de propuesta de valor
 - 1.2 Cómo llevar a cabo el Lienzo de propuesta de valor
 - 1.3 Ejemplos de grandes marcas
 8. Márcate tus objetivos en LinkedIn y escríbelos: te hará visualizarlos y tenerlos siempre presentes
 - 2.1 Te detallo cada uno de los componentes de la metodología SMART
 - 2.2 Comienza por escribirte tus objetivos a 3 meses, por ejemplo...
 9. La importancia de definir una estrategia de venta B2B en LinkedIn
 - 3.1 Tu marca personal
 - 3.2 Tu red de contactos: buscar y contactar con contactos de calidad para crear tu mejor red
 - 3.3 Tu actividad dentro de LinkedIn, aportando valor a través del contenido y prospectando
 - 3.4 Aporta valor y de utilidad
 - 3.5 Prospectar para vender
 10. Aplicar los secretos de la persuasión en la parte más visible de tu perfil para que cuando lo visiten los usuarios o posibles clientes, te abran sus puertas para conocerte
 - 1.1 Antes de que comencemos a optimizar tu perfil, hazte estas 4 preguntas clave
 - 1.2 Pero..., ¿qué hace que tengas un buen perfil en LinkedIn?
 - 1.3 Considera el SEO a lo largo de tu perfil de LinkedIn
 - 1.4 Y no nos olvidemos del Social Selling Index
 - 1.5 Completa tu perfil de LinkedIn (su estructura)
 - 1.6 La cabecera de tu perfil de LinkedIn
 - 1.7 Tu fotografía (cabecera)
 - 1.8 Tu foto de fondo o banner (cabecera)
 - 1.9 Tu titular (cabecera)
 - 1.10 Información de contacto (cabecera)
 - 1.11 Enlace o link que tu prefieras (cabecera)
 - 1.12 Acerca de...
 - 1.13 Tu actividad
 - 1.14 Destacados
 - 1.15 Modo de creador de contenido
 - 1.16 Personaliza tu URL en tu perfil de LinkedIn
 11. Muestra tus puntos fuertes como ese gran profesional que eres para que tu próximo cliente se sienta seguro al elegirte
 12. Aprovechar los "Conocimientos y Aptitudes" es otra forma de posicionarte en el buscador
 13. Contar con buenas "Recomendaciones" de clientes te dará un valor de reconocimiento, pero descubre cómo solicitarlas
 14. Identificar las 3 armas que tienes para potenciar tu marca personal en LinkedIn
 15. Tus conocimientos (y cómo puedes aprovecharlos en LinkedIn)
 16. Tu personalidad, (y cómo debes aprovecharla en LinkedIn)
 17. Tu trayectoria (y cómo puedes aprovecharla en LinkedIn)
 18. Rompe el miedo a publicar de una forma muy sencilla. Iniciándote a comentar en otras publicaciones
 - 1.1 Estrategia de comentarios. Participar y aportar para ganar
 - 1.2 Cómo buscar contenido relevante en tu muro de LinkedIn para ser activo en estos
 19. Aprender a optimizar tus publicaciones, y a motivar a las personas publicando con diferentes tipos de contenido, para ir más allá de sus sueños
 - 2.1 Zonas para publicar contenido
 - 2.2 Cómo debes de estructurar tu publicación
 - 2.3 Apóyate en este tipo de contenido
 - 2.4 Mejora tus ganchos en tus publicaciones y, además, consigue que emocionen con estos verbos de acción
 - 2.5 Cómo hacerte amigo del algoritmo y dirigir tu contenido a tu audiencia sin pagar anuncios
 20. Aprender a planificar tu contenido, te va a ayudar a no quedarte con el síndrome de la hoja en blanco
 - 3.1 Mi método efectivo + plantilla sencilla para crear una frecuencia de publicaciones de 2 a 3 veces por semana
 - 3.2 Calendario editorial en Excel para los más veteranos en la creación de ideas para tu contenido

21. Conocer los resultados de tus publicaciones te permite saber si vas por el buen camino, además de encontrar nuevos potenciales clientes

22. Automatizar los procesos de publicación desde LinkedIn para que te permitan ser más productivo/a

2.1 Solo con un par de pasos puedes programar tu publicación en LinkedIn

Metodología

En Critería creemos que para que la formación e-Learning sea realmente exitosa, tiene que estar basada en contenidos 100% multimedia (imágenes, sonidos, vídeos, etc.) diseñados con criterio pedagógico y soportados en una plataforma que ofrezca recursos de comunicación como chats, foros y conferencias...Esto se logra gracias al trabajo coordinado de nuestro equipo e-Learning integrado por profesionales en pedagogía, diseño multimedia y docentes con mucha experiencia en las diferentes áreas temáticas de nuestro catálogo.

Perfil persona formadora

Esta acción formativa será impartida por un/a experto/a en el área homologado/a por Critería, en cumplimiento con los procedimientos de calidad, con experiencia y formación pedagógica.

*En Critería queremos estar bien cerca de ti, ayúdanos a hacerlo posible:
¡Suscríbete a nuestro blog y síguenos en redes sociales!*

Blog de Critería

