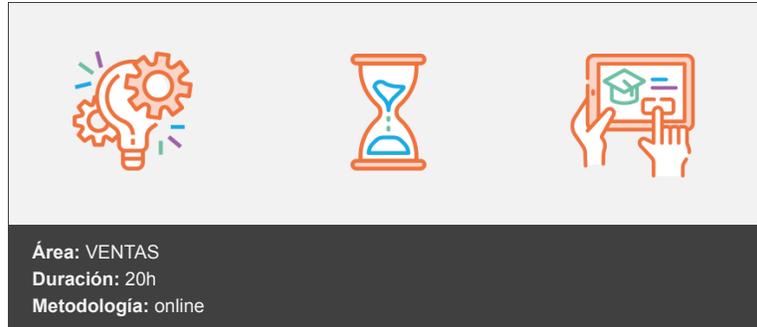


EL PORTAL DE VENTA CON LINKEDIN Y LA BASE DE DATOS DE CONTACTOS



Objetivos

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 ayudarle. 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 como 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. Saber cómo está estructurada tu red de contactos, y qué tipos de contactos la componen. Saber segmentar a tu mercado, según los criterios de búsqueda avanzada que LinkedIn nos facilita. Afinar las búsquedas a través de operadores de búsqueda.

Aplicar la personalización y el sentido común en tus invitaciones y mensajes de bienvenida para que estos no se conviertan en un Spam de venta. Desarrollar tu secuencia de mensajes de conexión para hacer crecer tu red de contactos. Manejar de forma efectiva tu buzón de mensajes y los propios mensajes.

Contenidos y estructura del curso

1. (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
2. 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...
3. 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
4. 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
 - 4.1 Antes de que comencemos a optimizar tu perfil, hazte estas 4 preguntas clave
 - 4.2 Pero..., ¿qué hace que tengas un buen perfil en LinkedIn?
 - 4.3 Considera el SEO a lo largo de tu perfil de LinkedIn
 - 4.4 Y no nos olvidemos del Social Selling Index
 - 4.5 Completa tu perfil de LinkedIn (su estructura)
 - 4.6 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
5. Muestra tus puntos fuertes como ese gran profesional que eres para que tu próximo cliente se sienta seguro al elegirte
 6. Aprovechar los "Conocimientos y Aptitudes" es otra forma de posicionarte en el buscador
 7. Contar con buenas "Recomendaciones" de clientes te dará un valor de reconocimiento, pero descubre cómo solicitarlas
 8. Saber cómo está estructurada tu red de contactos, y qué tipos de contactos la componen
 - 1.1 Tu red de contactos debe estar basada en tus objetivos
 - 1.2 Limitaciones en cuanto al número de invitaciones, contactos y mensajes que puedes enviar
 - 1.3 Una estructura piramidal de tu red de contactos
 9. Saber segmentar a tu mercado según los criterios de búsqueda avanzada que nos ofrece LinkedIn
 - 2.1 Prospección o búsqueda por "Personas"
 - 2.2 Prospección o búsqueda por "Empresa"
 10. Cómo afinar nuestras búsquedas a través de operadores de búsqueda o booleanos
 11. Aplicar la personalización y el sentido común en tus invitaciones y mensajes de bienvenida para que estos no se conviertan en un Spam de venta
 12. Desarrolla una secuencia de invitación a conectar + un primer mensaje para hacer crecer tu red de contactos
 - 2.1 Plantillas invitaciones a conectar
 - 2.2 Plantillas del 1º mensaje de agradecimiento al aceptar tu invitación, a los nuevos contactos de 1º grado
 13. Identifica aquella invitación que has recibido, porque tal vez puede que sea un posible cliente
 14. Manejar de forma efectiva tu buzón de mensajes

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



