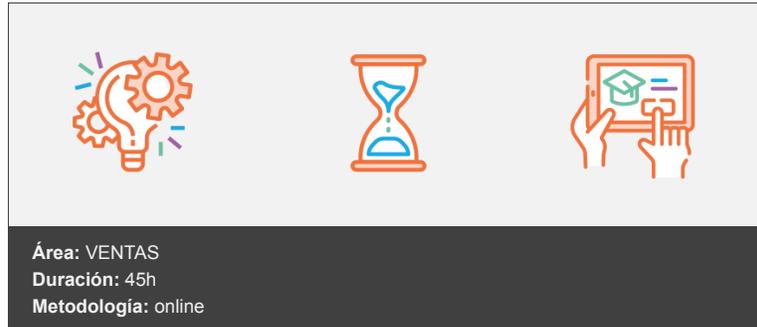


Social Selling: Vende más y Mejor con LinkedIn



Objetivos

1. 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.
2. Entender por qué 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.
3. 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.
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. 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.
5. Saber cómo está estructurada tu red de contactos y qué tipos de contactos la componen. Saber segmentar tu mercado según los criterios de búsqueda avanzada que LinkedIn nos facilita. Afinar las búsquedas a través de operadores de búsqueda.
6. 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.
7. Identificar las 3 armas que tienes para potenciar tu marca personal en LinkedIn.
8. 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.
9. 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.
10. Disponer de sistema de prospección en LinkedIn te va a permitir saber qué pasos debes de hacer para generar reuniones o llamadas de negocio. Aprender a definir tus mensajes y disponer de tus propias plantillas personalizadas que te hagan acercarte a tu potencial cliente para ganar su confianza y credibilidad. Saber identificar los momentos más oportunos para sacarlos de LinkedIn y llevarlos a otras herramientas de seguimiento (Leads).
11. Medir tus acciones en LinkedIn para conocer si cumples con tus objetivos o tienes que pivotar tu estrategia.

12. Aplicar tu propio plan de acción para saber en todo momento que hacer en LinkedIn, gracias a tu TimeBlocking.

Contenidos y estructura del curso

Unidad 1. El Social Selling

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)

Unidad 2. LinkedIn y el B2B

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

Unidad 3. Tu método en LinkedIn

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

Unidad 4. Perfil de LinkedIn

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

Unidad 5. Búsqueda de contactos

14. 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

15. 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"

16. Cómo afinar nuestras búsquedas a través de operadores de búsqueda o booleanos

Unidad 6. Ampliar red de contactos

17. 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

18. 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

19. Identifica aquella invitación que has recibido, porque tal vez puede que sea un posible cliente

20. Manejar de forma efectiva tu buzón de mensajes

Unidad 7. Fortalecer tu marca

21. Identificar las 3 armas que tienes para potenciar tu marca personal en LinkedIn

22. Tus conocimientos (y cómo puedes aprovecharlos en LinkedIn)

23. Tu personalidad, (y cómo debes aprovecharla en LinkedIn)

24. Tu trayectoria (y cómo puedes aprovecharla en LinkedIn)

Unidad 8. Visibilizar los contenidos

25. 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

26. 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

27. 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

Unidad 9. Aumentar la presencia en LinkedIn

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

29. 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

Unidad 10. Sistema de ventas en LinkedIn

30. Disponer de tu propio sistema de prospección estructurado en LinkedIn te va a permitir saber qué pasos seguir para generar reuniones de negocio = ventas

31. 1ª fase de tu sistema de prospección: Tu segmentación, tu búsqueda del cliente ideal y las listas de posibles clientes

2.1 Segmentación y búsqueda del cliente ideal

2.2 Agruparlos en "Listas de posibles clientes"

2.3 Resumen gráfico, a vista de pájaro, de esta 1ª fase

32. 2ª fase de tu sistema de prospección: Tu comunicación, cómo crear tu estrategia de mensajes y hacer que tus prospectos te respondan a estos

33. 3ª fase de tu sistema de prospección: Un seguimiento efectivo hace que no dejes escapar las oportunidades de venta

Unidad 11. Indicadores en tu estrategia

34. Saber qué acciones controlar en LinkedIn te va a permitir conocer si cumples con tus objetivos o tienes que pivotar tu estrategia

1.1 Indicadores generales

1.2 Indicadores de Contenidos

1.3 Indicadores de prospección

1.4 Indicadores de Resultado

35. Claves para evaluar el momento de pasar a la versión de LinkedIn Sales Navigator

Unidad 12. Gestión del tiempo en LinkedIn

36. Adapta tu agenda con un Time blocking y compágnalo a tu propio plan de acción para saber en todo momento que hacer en LinkedIn

37. El Time blocking, también conocido como bloqueo de tiempo

38. Construye tu plan de acción a 3 meses: Tu camino hacia el éxito

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

