



Estrategia de LinkedIn para **empresas de servicios**

ilimago Company S.A. de C.V.



Social Selling

El **Social Selling** es la utilización de los medios sociales para relacionarse, crear branding, obtener leads y en definitiva conseguir clientes.

No se trata de un sistema de venta on line, se trata de llegar a la mente de los posibles clientes de forma indirecta, haciendo que ellos nos elijan, **es decir, no vendemos, nos compran**. Para ello es necesario implementar de forma coordinada estrategias de branding, comunicación y marketing de contenidos que nos acerquen a los posibles clientes.

Según datos de Mckensey los equipos de ventas que llevan a cabo acciones de Social Selling consiguen aumentar sus de ventas en un 20-25%.



¿Qué tipo de personas usan LinkedIn?

- Desempleado/a en búsqueda de empleo.
- Empleado/a en búsqueda de nuevas oportunidades laborales en otras empresas.
- Emprendedor/a en búsqueda de colaboradores e inversores.
- Reclutadores/as.
- Empresarios/as, directivos/as y profesionales prestigiosos/as.

¿Perfiles en LinkedIn?

LinkedIn tiene más de 575 millones de usuarios, con más de 260 millones de usuarios activos. De estos usuarios de LinkedIn quienes están participando con la plataforma cada mes, el 40% accede a esto a diario.

Estructura de LinkedIn



Es la red de
negocios y
empresarial
más grande
del mundo

Perfil personal / muro / timeline

Página de empresa

Grupos

Membresías premium / Sales Navigator

Objetivo

- Conectar con personas que tengan la posición adecuada dentro de una organización para ofrecer valor a través de los servicios ofertados.

Estrategia

1

Tener un perfil bien configurado para generar confianza

2

Ser parte de una organización o página de empresa

3

Contar con una base de datos de contactos segmentados

4

Tener un buen **1er mensaje** para envío a los contactos de manera automática

5

Esperar respuestas y agendar citas vía videoconferencia

6

Mantener al prospecto interesado a través de contenido

El prospecto compra lo que ve



Coherencia de marca.

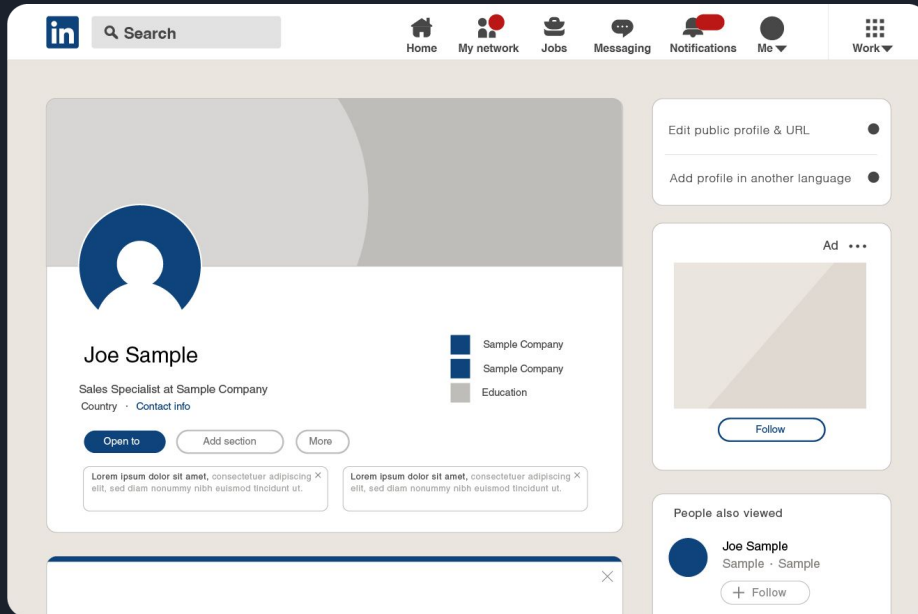
Si decimos que somos algo, hay que mostrarlo.

La primera impresión importa mucho.

El prospecto/contacto debe ver estructura, formalidad, seguridad y otras cualidades.

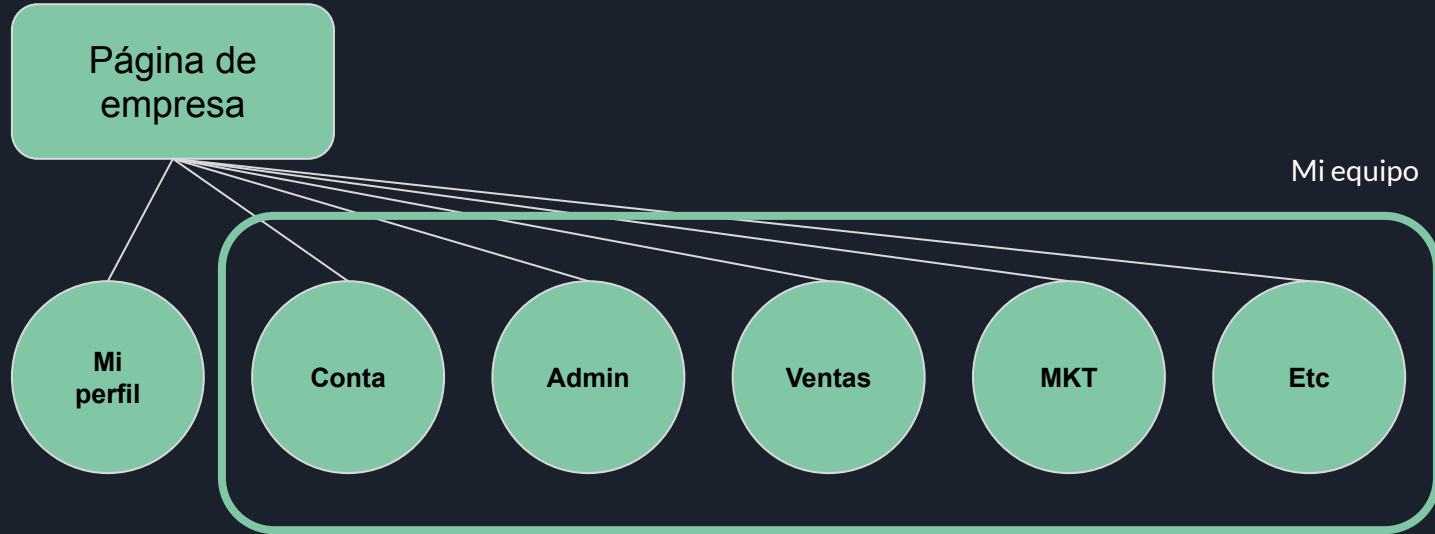


Perfil de LinkedIn



- Foto de perfil
- Nombre y puesto
- Acerca de: (sin miedo al éxito)
- Experiencia
- Educación
- Conocimientos y aptitudes
- Recomendaciones

Página de empresa



La confianza proviene de lo que el prospecto encuentra en su investigación.

Lista de contactos

¿Cómo encontrar los datos de los contactos adecuados?

LinkedIn
SALES NAVIGATOR

Lead Connect

Powered by Kennectad





Acciones para ejecutar la estrategia

Objetivos SMART (Específicos, medible, alcanzable, relevante, temporal)

Encontrar los contactos adecuados en **Sales Navigator** o elegir una categoría o grupo específico de contactos para **Lead Connect**.

Contar con una plataforma de automatización

Lead Connect
Phantom Buster

Diseñar un buen **mensaje de presentación**

Enviar mensajes y estar atentos a las respuestas para dar seguimiento

(Investigar a quien nos responda)

Objetivo

- Conectar con personas que tengan la posición adecuada dentro de una organización para ofrecer valor a través de los servicios ofertados.

¿Cuál sería un buen mensaje de presentación?

La creatividad es súper básica para lograr la conexión.

Ejemplo



Hola [Roberto], LinkedIn me sugirió tu perfil, seguramente encontró que tenemos en común, en fin, estuve mirando un poco a tu trayectoria y veo que es muy interesante lo que haces.

Me gustaría mucho conectar contigo para crecer nuestras redes de contactos. Quien sabe, podrías ser mi proveedor en algún momento.

Respuesta: contacto...

2do mensaje: Si tienes tiempo me gustaría...

Ejemplo



Hola, ¿Cómo estás?

Soy Lorena Escamilla, soy un software, de sistema de control de asistencia, y manejo de personal, al ser automatizado garantiza el completo funcionamiento de tu empresa, sin gastar de más en puestos innecesarios, y pagando una nómina precisa.

Conoce nuestro sistema y todas las ventajas y opciones que tenemos para optimizar el control de asistencia sin grandes inversiones; la tranquilidad de tener a tu empresa trabajando como un reloj.

Visita nuestra página: <https://girha.com/>

¿Exprime la versión gratuita?

Si te funciona seguramente encontrarás valor a invertir en las plataformas



LinkedIn
SALES NAVIGATOR

Versión de prueba de 30 días

Te permite creación de listas segmentadas,
Objetivo: aprovechar al máximo la herramienta esos
30 días

80 envíos de mensajes x día.
150 envíos si se tiene contratada la herramienta.
Envío desde Phantom Buster

Pago mensual de \$1,258 MN después de probar la
versión de 1 mes gratis.



Lead Connect
Powered by Kennected

Plan free.
5 envíos de mensajes x día

\$22.95
30 envíos de mensajes x día

Configuración de 2 mensajes, 1 de presentación y
uno en caso de que pasando x tiempo no responda el
usuario.

Link de planes:
<https://leadconnect.io/pricing/>



LinkedIn



Búsqueda de contactos y envíos de mensajes

Aspectos técnicos

Búsquedas de contactos en LinkedIn desde Sales Navigator

https://www.youtube.com/watch?v=0YQ92ZDNa_8

Envío automatizado de mensajes a perfiles seleccionados de Sales Navigator

<https://www.youtube.com/watch?v=dNy002SRodM>

Tips de seguimiento.

Optimización de nuestro proceso de ventas

1

Encaminar la conversación para que el contacto me pregunté por mis servicios

2

Enviar la presentación de la empresa, los planes, algún video o canalizarlo a nuestras redes sociales o al sitio web

3

Dar seguimiento a la revisión de la información, links y preguntar por su percepción

Cambiar el lenguaje a algo más amigable..
Que onda Alex

4

Invitar al contacto a tener una charla telefónica o si necesitas presentar algo, puede ser una videoconferencia.

5

Interesarse genuinamente en lo que el contacto también ofrece.





MUCHAS GRACIAS
POR SU ATENCIÓN
y tiempo