

SOCIAL SELLING NA PRÁTICA

Como usar o LinkedIn para criação de uma marca forte e construção de uma rede de conexões qualificada, abrindo espaço para geração de negócios continuamente.

dmsdigital.com.br



MARKETING DIGITAL

ÍNDICE

Introdução	3
1. Preparando a equipe	5
1b. Seu perfil, o começo de tudo	6
Qualificações	7
Abordagem eficiente	8
2. Os 4 P's para ter sucesso na rede	9
3. Prospecção passo a passo	10
Passo 1	11
Passo 2	12
Passo 3	13
Passo 4	14
Passo 5	15
Transforme leads em prospects	16
Encontre seus números	17



Chamadas a frio... Ligações perigosas

Escritório, e-mails se acumulando e aquele relatório que não sai. O telefone toca:

- Poderia falar com Arthur?
- É ele
- Sou representante da empresa X, o senhor tem interesse em nossos serviços Y?
- Não
- Obrigada!

E lá se vai mais um cliente em potencial...

INTRODUÇÃO

Não são raras as vezes que empresas perdem oportunidade de negócio apenas por escolher de maneira errada a forma de abordagem. O Arthur, personagem citado na conversa fictícia acima, poderia sim ser um cliente. Mas não foi por toda a chateação e inconveniência que um telefonema fora de hora pode gerar.

Nenhum convívio frio pode ser considerado um bom relacionamento. Quanto mais próximas as empresas estiverem de seus clientes, melhor será o serviço que poderá oferecer a eles. Quanto mais conhecer as pessoas que buscam aproximação, melhor será a abordagem que poderá realizar, de forma personalizada, inclusive. Ou seja, ligar para alguém que você não sabe quem é e oferecer algo que não sabe se ela precisa ou da forma como precisa é, sem sombra de dúvidas, uma fria para os negócios.

As cold calls são um modo de prospecção utilizado há anos, e muitas empresas consideram esta a única maneira de buscar e introduzir novos clientes em seus negócios. Nos últimos tempos, com o avanço da tecnologia e a mudança de comportamento das pessoas, o método ficou ultrapassado e, de eficiente, se transformou em cilada.

Com a internet, muitas ferramentas foram criadas e desenvolvidas para otimizar e tornar mais eficiente e assertivo o processo de prospecção de clientes. O LinkedIn, rede social destinada apenas para contatos profissionais, faz esse papel com maestria. Nos dias de hoje, é indispensável utilizar a rede e, mais que isso, transmitir confiança por meio dela.

Com o mercado super competitivo, é preciso fazer a diferença para se destacar. É imprescindível ter informações contundentes de suas prospecções e trazer valor para a conversa. O LinkedIn, se utilizado da maneira correta, é a ferramenta mais poderosa do planeta para realizar esse trabalho. Fazer uma eficiente pesquisa antes do contato direto com o cliente, pensar com a cabeça dele, entender o propósito pela raiz para assim trazer a solução necessária e adequada para o sucesso. Tudo isso em um só lugar, em um só perfil.

Aliás, um perfil conciso e direto é o ponto chave, assim como um direcionamento apropriado e uma aproximação pertinente também são fundamentais para o sucesso da prospecção. É preciso ter pensamento estratégico e colocá-lo em prática em seus mínimos detalhes.

O LinkedIn Expert Experience tem por objetivo habilitar profissionais, indicando os melhores caminhos, para criar e ampliar o desempenho de empresas na maior rede social profissional do mundo. Queremos capacitá-lo para gerar valor e prospectar os clientes certos, otimizando tempo e dando eficiência aos negócios.

Nas próximas páginas, você vai encontrar um guia prático para prospectar pelo LinkedIn. São poucos, mas eficientes passos, e o resultado vai mudar a forma como sua empresa faz negócios.



1. PREPARANDO A EQUIPE

O Brasil está entre os primeiros países do mundo em número de usuários no LinkedIn. Por isso, a rede social dedicada especialmente para networking é um campo cheio de minas de ouro a ser explorado.

Ficou animado? Calma! Não basta estar na rede. Antes de começar, seu pessoal precisa entender o potencial do LinkedIn e estar capacitado para usar a ferramenta da forma correta. Para isso, a “providência zero” é adequar o perfil à estratégia de prospecção.

Quais são as demandas do seu público? Como resolver os problemas dele? Quando for desenhar a estratégia, aprenda a pensar com a cabeça do prospect e procure entender e antecipar-se às 'dores' dele. Conheça o seu processo de compra e prepare sua argumentação. Mas, acima de tudo, aprenda a OUVIR.

“ Mais do que vender o seu produto ou serviço, você precisa entender como pode ser útil ao seu prospect. A venda será uma consequência disso. ”

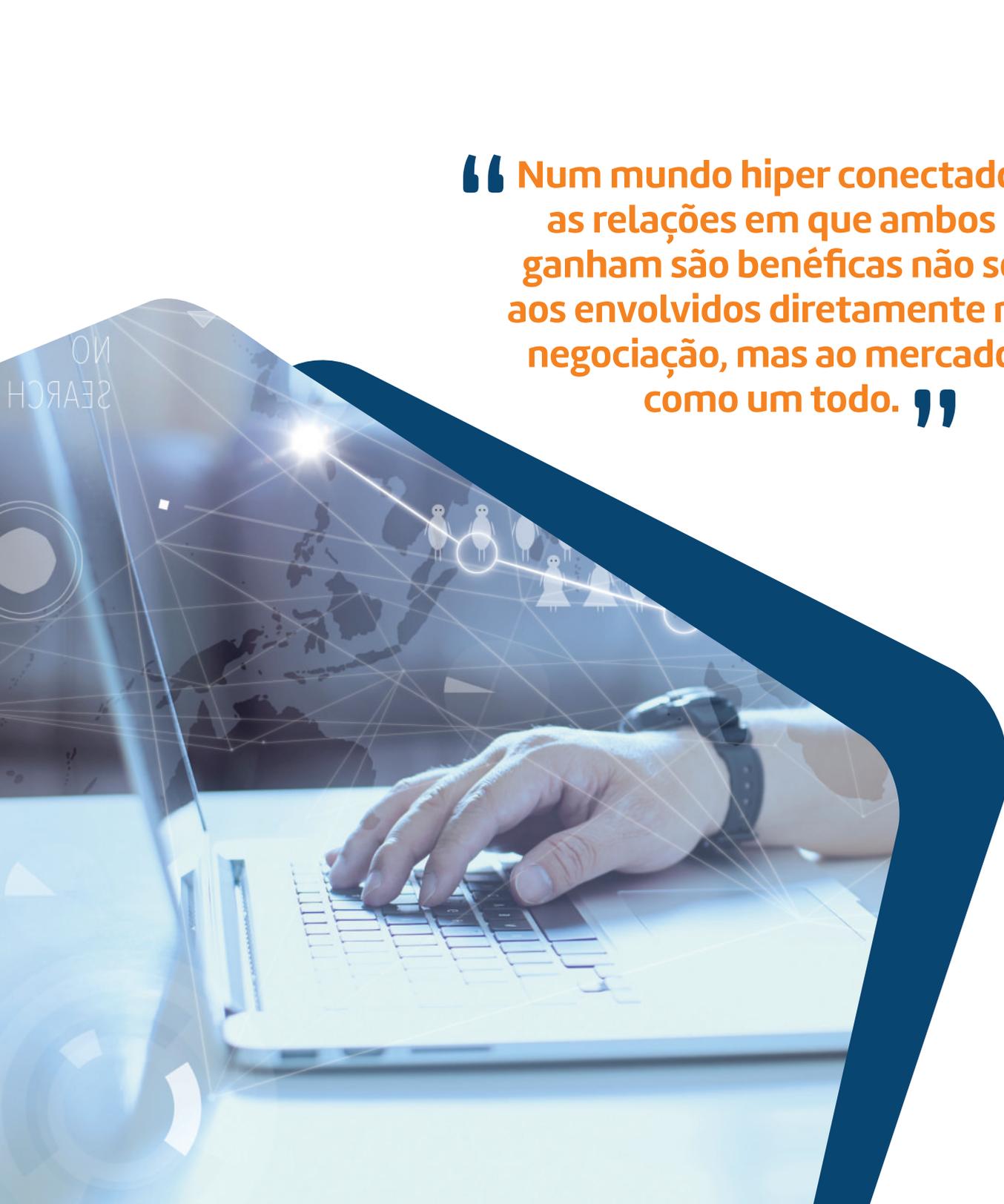


1.B SEU PERFIL, O COMEÇO DE TUDO

É aquela história: a primeira impressão é a que fica. Um perfil bem estruturado é a porta de entrada para uma prospecção de sucesso. É preciso tomar bastante cuidado com as informações postadas, e utilizá-las de forma que chamem atenção de todos que passam por ali. Existe muito material disponível mostrando como montar um perfil eficiente, e este não é o objetivo deste e-book (estamos falando de prospecção), mas um perfil bem-feito é o primeiro passo do processo, então valem algumas dicas para quem já fez o básico.

- 1.** Construa o seu perfil tendo o cliente em mente.
- 2.** O resumo não é um sumário. Ele deve ser um texto corrido em primeira pessoa contando sua trajetória e mostrando um posicionamento claro. Ressalte suas principais realizações e como você pode colaborar para o crescimento do mercado em que atua.
- 3.** Use palavras-chave que tenham afinidade com os seus objetivos, ao longo de todo o perfil. Por exemplo: se você quer ser reconhecido como especialista em tecnologia, estas são as suas principais palavras-chave. Agora, aplique palavras mais específicas de sua experiência para que te encontrem com mais facilidade. Pense em quantos especialistas em tecnologia existem na rede e vai ficar mais fácil entender como se diferenciar.
- 4.** Sempre vale a pena lembrar: sua foto deve ter relação com o seu objetivo profissional.





“ Num mundo hiper conectado, as relações em que ambos ganham são benéficas não só aos envolvidos diretamente na negociação, mas ao mercado como um todo. ”

QUALIFICAÇÕES

A qualificação é o seu conhecimento profissional. Ela é a principal via para quem faz uma busca utilizando palavras-chave, portanto é a porta de entrada do seu perfil profissional, ou da sua empresa. Mas se estamos aqui para ensinar a prospectar pelo LinkedIn, por que essas coisas são importantes? Porque como o seu prospect também tem acesso às informações da sua empresa – e o ideal é que ela corresponda às expectativas – a prospecção também pode ser passiva! Potencialmente, 25 milhões de compradores estão no LinkedIn procurando por negócios, e eles podem chegar justamente ao seu. Por isso, destacar quais são as principais qualidades da sua empresa ou perfil é tão importante quanto executá-las com eficiência e maestria, e o uso das palavras-chave é imprescindível.

ABORDAGEM EFICIENTE

Encontrar ou ser encontrado, agora que a conexão está feita é preciso dar o passo seguinte, e lidar com o seu prospect de forma a fazê-lo sentir-se único, especial.

Mesmo que você tenha possibilidade de gerar 500 leads por dia – e acredite, isso é possível! – faça o que você consegue gerenciar. Respostas padrão levam o seu trabalho por água abaixo. Envie mensagens personalizadas, de acordo com seus objetivos e, principalmente, com o perfil conectado. Entenda quais são as demandas e assuntos de interesse daquela pessoa, e se não há oportunidade para uma abordagem comercial num primeiro momento, nem por isso deixe-a de lado. Existem inúmeras possibilidades de continuar em contato, como por exemplo participando dos mesmos grupos de discussão, acompanhando suas publicações no LinkedIn ou compartilhando informações relevantes. Veja a seguir como ampliar seu network.

“ Vendas e Marketing precisam reconhecer que um depende do outro para o sucesso da prospecção. ”



2. OS 4 P'S PARA TER SUCESSO NA REDE:

Posicionamento

Faça do seu perfil sua marca pessoal

Prospecção

Crie uma rede de conexões qualificada

Proximidade

Se aproxime das pessoas com a abordagem aproximada e fuja do cold call

Presença

Compartilhe atualizações que iniciem o diálogo e fortaleçam relacionamentos



3. PROSPECÇÃO PASSO A PASSO

Diga-me com quem andas que te direi quem és

Como já foi dito anteriormente, o LinkedIn é uma rede de relacionamento para assuntos profissionais. As pessoas e empresas que estão por lá possuem objetivos bem claros: ampliar o networking, fazer negócios, trocar experiências, conquistar um emprego, estabelecer parcerias. A rede se tornou um dos principais lugares para estabelecer conexões profissionais, trabalhar o marketing pessoal e institucional, participar de discussões construtivas dentro da área de atuação, entre outros. Para aumentar o alcance e conseguir atingir cada vez mais pessoas, é necessário se conectar com o maior número de perfis que tenha os mesmos interesses e assuntos.

Manter-se ativo é essencial, e para isso acontecer, a principal dica é: conecte-se com as pessoas e grupos certos. Essa interação com conexões corretas estimulam e facilitam os novos negócios. Abordar alguém no LinkedIn a fim de fazer novos negócios é apropriado e bem-vindo, nem de longe torna-se uma inconveniência, já que todos estão conectados na rede exatamente para isso.



PASSO 1

ADICIONE PESSOAS QUE JÁ CONHECE

A influência é muito forte e significativa na rede. Poucos contatos relacionados ao perfil podem fazer com que possíveis clientes questionem o porquê do número baixo e, inclusive, influenciar na decisão de responder ou não futuras mensagens. Além disso, conectar-se às pessoas com as quais já se envolveu profissionalmente gera uma lista de contatos em comum. Quanto mais perfis estiverem relacionados ao seu, mais chances de ser encontrado por pessoas que buscam por sua área de atuação.





PASSO 2

ENCONTRE CONEXÕES POTENCIAIS

O LinkedIn disponibiliza filtros que ajudam a aperfeiçoar a busca de conexões importantes para os seus objetivos na rede. Em poucos cliques, por meio de palavras-chave, é possível encontrar pessoas que se interessam pelo tipo de trabalho que você oferece. É importante realizar buscas de formas diferentes, explorando ao máximo filtros de localização, setores de atuação, empresas em que essas pessoas atuam, cargos que ocupam e conexões em comum, por exemplo. Alguns filtros geram mais resultados e outros, maior potencial de compra. Por isso, preocupe-se em abranger todas as opções para atingir o maior número de pessoas que podem se tornar clientes.

PASSO 3

ADICIONE PESSOAS QUE NÃO CONHECE

Ao encontrar clientes potenciais por meio de pesquisas de filtros, você pode convidá-los a fazer parte de sua rede. O LinkedIn permite o envio de mensagens personalizadas. O ideal é que elas sejam curtas e causem boa impressão, já que o objetivo principal é que sejam respondidas. O foco deve ser a forma como o cliente irá se beneficiar com o seu trabalho, e não o serviço em si. Para ajudar na disciplina de prospecção, programe-se para constantemente levantar novos contatos. Coloque metas: 5, 10, 15 tentativas de contatos por dia. Assim como em todas as novas conexões, não se esqueça de mandar uma mensagem personalizada agradecendo o aceite.



PASSO 4

GERE CONTEÚDO RELEVANTE

Publicar conteúdo no feed notícias ou criar artigos atrai a atenção das suas conexões e não há nada melhor do que isso para construir autoridade na rede. Os cuidados aqui devem ser com a qualidade da informação (cheque TUDO antes de publicar) e com o texto em si (coesão, clareza e nada de erros gramaticais).



PASSO 5

“SIGA” OS PROSPECTS

Outra opção que permite acompanhar de perto os possíveis clientes é o botão “Seguir”. A ferramenta faz com que seja possível acompanhar as atualizações de qualquer pessoa sem a necessidade de realizar uma conexão. Com isso, é possível haver uma abordagem mais segura, já que terá acesso a diversas informações expostas na rede social, que direcionarão o processo de prospecção com maior eficácia.



TRANSFORME LEADS EM PROSPECTS

Recolher todas as informações do seu lead e detectar que ele tem interesse em seus serviços não bastam para transformá-lo num prospect. Diferenciais como abordagem personalizada e focada exatamente na necessidade do cliente aumentam consideravelmente a possibilidade de fechar negócio. Prospectar é basicamente obter informações em detalhes sobre empresas e clientes e, porque não, da concorrência também. Quanto mais informações levar para o seu futuro cliente, mais ele sentirá o quanto seu trabalho gerará valor ao negócio.

1. Utilize o botão 'seguir'

Se você ainda não conseguiu conectar-se ao seu prospect, utilize o botão seguir para acompanhar os passos dele no LinkedIn. Assim, você vai saber os assuntos de interesse dele, acompanhar as atualizações e interagir no melhor momento.

2. Identifique o melhor momento

Pelas interações do seu prospect, você consegue ver quais seus horários preferidos para estar no LinkedIn. Use essa informação a seu favor.

3. Segmente seu público

Agora que você já está com um bom volume de conexões, é

melhor separá-las de acordo com a estratégia adotada, para manter tudo sob controle. Use as tags (marcadores) que estão na aba 'conexões'. O LinkedIn também é uma excelente ferramenta de CRM.

4. Cuide dos clientes

Eles podem ser excelentes 'advogados da marca', com depoimentos e recomendações dos seus serviços. Da mesma forma que você pesquisa seus prospects, eles também pesquisarão você e sua empresa.

5. Publique conteúdo relevante

O LinkedIn oferece três principais ferramentas para isso: Pulse, para publicação de artigos; SlideShare, para conteúdos em ppt, e a página da sua empresa.

6. Aja

Você fez todo o trabalho de report e o lead entrou em contato com a sua empresa. Não deixe para daqui a pouco, responda imediatamente. As chances de fechar negócio vão caindo de forma significativa quanto mais o tempo passa. acredite! Em tempos de redes sociais, 30 minutos é um tempo grande.

ENCONTRE SEUS NÚMEROS

Toda estratégia deve ser SMART: específica, mensurável, atingível, realizável e ter limite de tempo.

Partindo desse princípio de gestão, determine as métricas de prospecção e avalie, periodicamente, o que deve ser ajustado para atingir o sucesso.

Acima de tudo, empreenda boas práticas de engajamento e governança. Os resultados vão ser positivos, pode ter certeza.

Bons negócios!



QUEM SOMOS

Somos especialistas em prospecção de clientes e ajudamos empresas a potencializar suas vendas através do uso adequado da rede que comprovadamente gera maior resultado nas vendas B2B: O LINKEDIN!

Nossa História:

A DMS surgiu em 2014 fundada por Denise Maia, profissional que atuou por mais de 20 anos em grandes empresas de Tecnologia, como IBM e HP. Foi uma história de reinvenção de carreira e empreendedorismo, como ela mesmo conta:

“Minha grande paixão sempre foi conectar pessoas e faço isso naturalmente. Acho que esse “dom” foi o que me levou a investir em meu próprio negócio, trazendo o offline para o online, através do LinkedIn.

Em 2014 comecei informalmente a apoiar profissionais em suas carreiras, mostrando como usar melhor o LinkedIn . Vendo o enorme potencial da plataforma no mercado em 2016 fundei a DMS, empresa pioneira em oferecer consultoria e treinamento em LinkedIn. Desde então, minha missão é apoiar empresas e profissionais no uso da plataforma para firmar uma marca pessoal, gerar novas oportunidades de negócios e criar autoridade.





MARKETING DIGITAL
dmsdigital.com.br

 **DMS - Digital Marketing Solutions**

 **dmsdigital**  **dmsmktgdigital**