



Social Selling

Como construir reputação e vendas simultaneamente?

Neste e-book você vai dominar os aspectos básicos de Social Selling usando o LinkedIn.

Aprenda a utilizar o LinkedIn se beneficiando ao máximo da construção de relacionamento e reputação com dezenas de ferramentas gratuitas que esta rede social oferece.

E se precisar de mais dicas, é só nos procurar!

Ariane Feijó



Cezar Gehm



**Vender é, cada vez mais,
sinônimo de construir
relacionamentos no
all line (on e off).**

Tudo aquilo que fazemos, no on e no off, pode contar pontos na hora de realizar uma compra.

As empresas que possuem uma gestão da empresa e dos processos comerciais estruturados cada vez mais escolhem para quem vão vender, definindo critérios claros de aderência ao seu negócio - também chamado de Fit.

E a verdade é que, com a internet e o processo de busca de soluções ideais para as nossas dores, cada vez mais nós somos compradores, que vamos atrás das nossas necessidades, e cada vez menos somos “vendidos”.

Aquele vendedor chato tá com os dias contados. Ou não: enquanto vendedores, precisamos encontrar novos caminhos para nos relacionar com os clientes.

E onde as pessoas estão que não nas redes sociais?

Se você quer construir relacionamentos duradouros e lucrativos, não pode descuidar da **reputação**.

É fundamental entendermos que as redes sociais são uma vitrine.

Nós acreditamos que rede social é casa alugada, pois ela funciona enquanto você a alimenta - com postagens ou verba publicitária.

Antes de alimentá-la, você precisa garantir a coerência do seu discurso nas suas mídias próprias - como blog, site e mesmo presença de vendedores, conteúdos que distribui aos prospects, presença em feiras etc.

Tudo isso vai construindo uma imagem e uma opinião entre as pessoas à sua volta.

É isso que chamamos de reputação.



Social selling ou vendas sociais significa construir relacionamento antes de iniciar o processo de vendas.

Antes de começar, é importante entender que **social selling** ou vendas sociais significa construir relacionamento antes de iniciar o processo de vendas. Não à toa que, no inglês, “social” vem antes de selling (ou vendas). Por isso, vamos chamar esse processo de **socializar as vendas**.



Como
socializar
as vendas
construindo
reputação?

Utilizando as redes sociais!

no all line (on e off)

Redes sociais existem muito antes do MSN, do Orkut e do Facebook. Eventos sempre foram um meio fantástico de construir relacionamentos e fechar negócios.

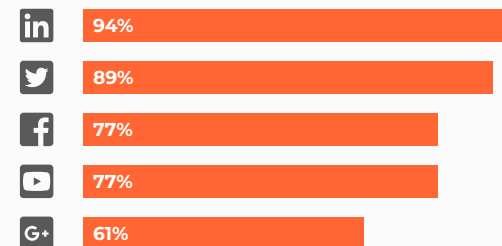
As redes sociais digitais intensificaram esse processo e, hoje, nós temos diversas à nossa disposição.

Porém, de todas as redes sociais, o **LinkedIn** é a única onde as pessoas vão quase que exclusivamente para falar sobre carreira e negócios.

Não por acaso, profissionais de Marketing, RH e TI são os que mais utilizam a rede, de acordo com dados do LinkedIn.

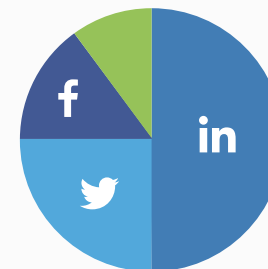
LINKEDIN IS THE #1 CHANNEL TO DISTRIBUTE CONTENT

B2B marketers who use various social media sites to distribute content:



LINKEDIN DRIVES MORE TRAFFIC TO B2B BLOGS & SITES

90% of social media traffic was driven by the big three networks, with half of it coming from LinkedIn.



LINKEDIN CONSIDERED MOST EFFECTIVE FOR B2B LEAD GEN

80% of social media B2B leads come from LinkedIn.

Empresas B2B não podem deixar o LinkedIn de fora das suas ações nas redes sociais!

- ▶ LinkedIn ainda é **novidade** no mercado. É uma **rede de nicho**. Aproveite!
- ▶ 70% dos acessos são feitos pelo celular.



Algumas dicas
sobre as **4 etapas**
do social selling:

4 etapas do social selling

1. Construir a marca pessoal

Estabeleça a sua marca pessoal e construa a sua reputação no LinkedIn.

Diagnóstico

Para entender como está a sua reputação de social selling, de acordo com os critérios do LinkedIn, basta fazer login e seguir este link: [linkedin.com/sales/ssi](https://www.linkedin.com/sales/ssi).

Como qualquer diagnóstico digital, ele é dinâmico, ou seja, quanto mais você ativa o seu LinkedIn, mais ele melhora.

Estar com um SSI alto, dá também mais visibilidade ao seu perfil; afinal, os robosinhos estão sempre de olho nos usuários mais ativos.

Um ponto legal sobre o SSI e o LinkedIn é que ele é baseado em pessoas, isto é, são as pessoas que fortalecem uma rede ou uma página de empresa, por exemplo, e não uma página em si.

Ex: sua equipe deve falar sobre a empresa. A comunicação parte de pessoas em direção ao negócio. Diferentemente do Facebook, em que a fanpage é o ponto de partida da comunicação das empresas.

Ou seja, não dá resultado administrar página no LinkedIn, tem que focar no perfil - porque senão mata o social selling. Foque no seu perfil!

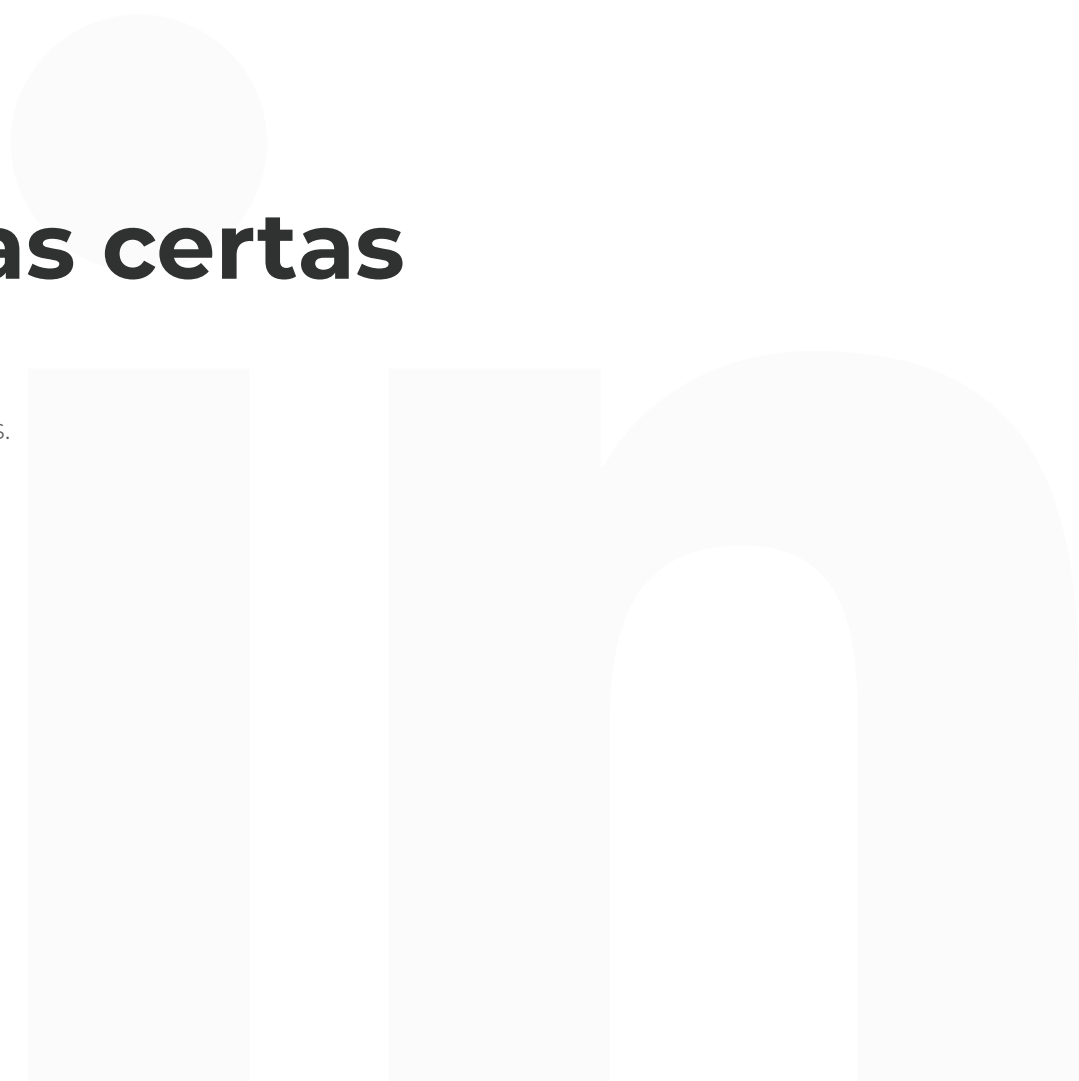
Como construir a marca pessoal?

- ▶ Atualize a descrição de perfil a cada 2 meses
- ▶ Descreva a experiência com palavras-chave e bullet points
- ▶ Mexa na url, usando palavras-chave e teste o impacto
- ▶ Use a foto de perfil padronizada com as suas demais redes
- ▶ Use a foto de capa da empresa no seu perfil (o ideal é que todos os funcionários usem a mesma foto de capa!)
- ▶ Peça e forneça recomendações - socialize! ;)

4 etapas do social selling

2. Encontre as pessoas certas

Descubra as pessoas com fit para a sua empresa e conecte-se com elas.

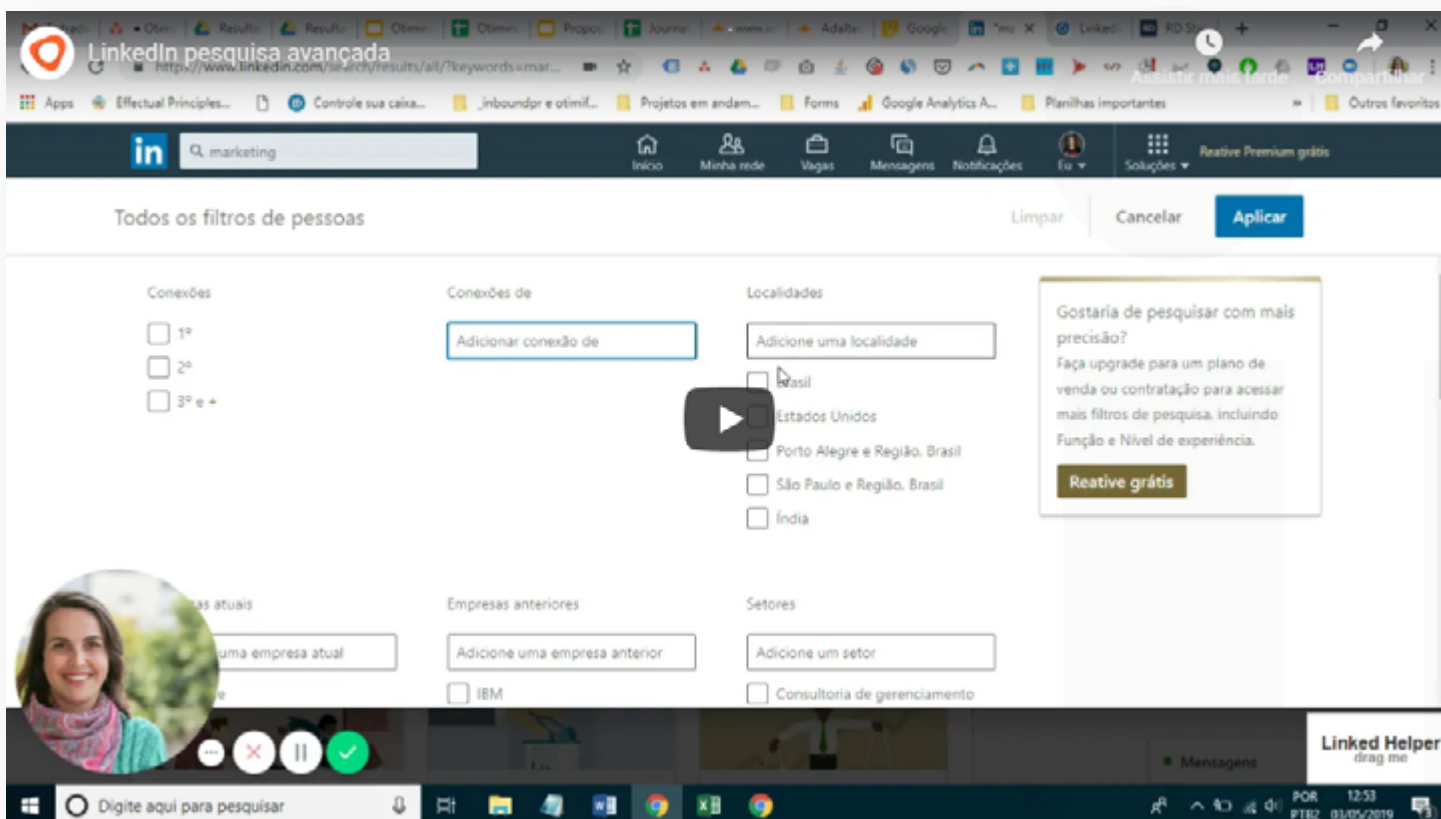


Encontre pessoas com poderosa (e gratuita) ferramenta de busca!

A busca avançada é um dos recursos mais valiosos, disponíveis gratuitamente (ainda!) para identificarmos decisores e potenciais clientes no **LinkedIn**.

Podemos buscar pessoas por cidade, área de atuação, empresas atuais ou anteriores, localidade - cidades com mais de 100 mil pessoas ou região e, ainda, conexões de pessoas que já estão conectadas a nós no LinkedIn.

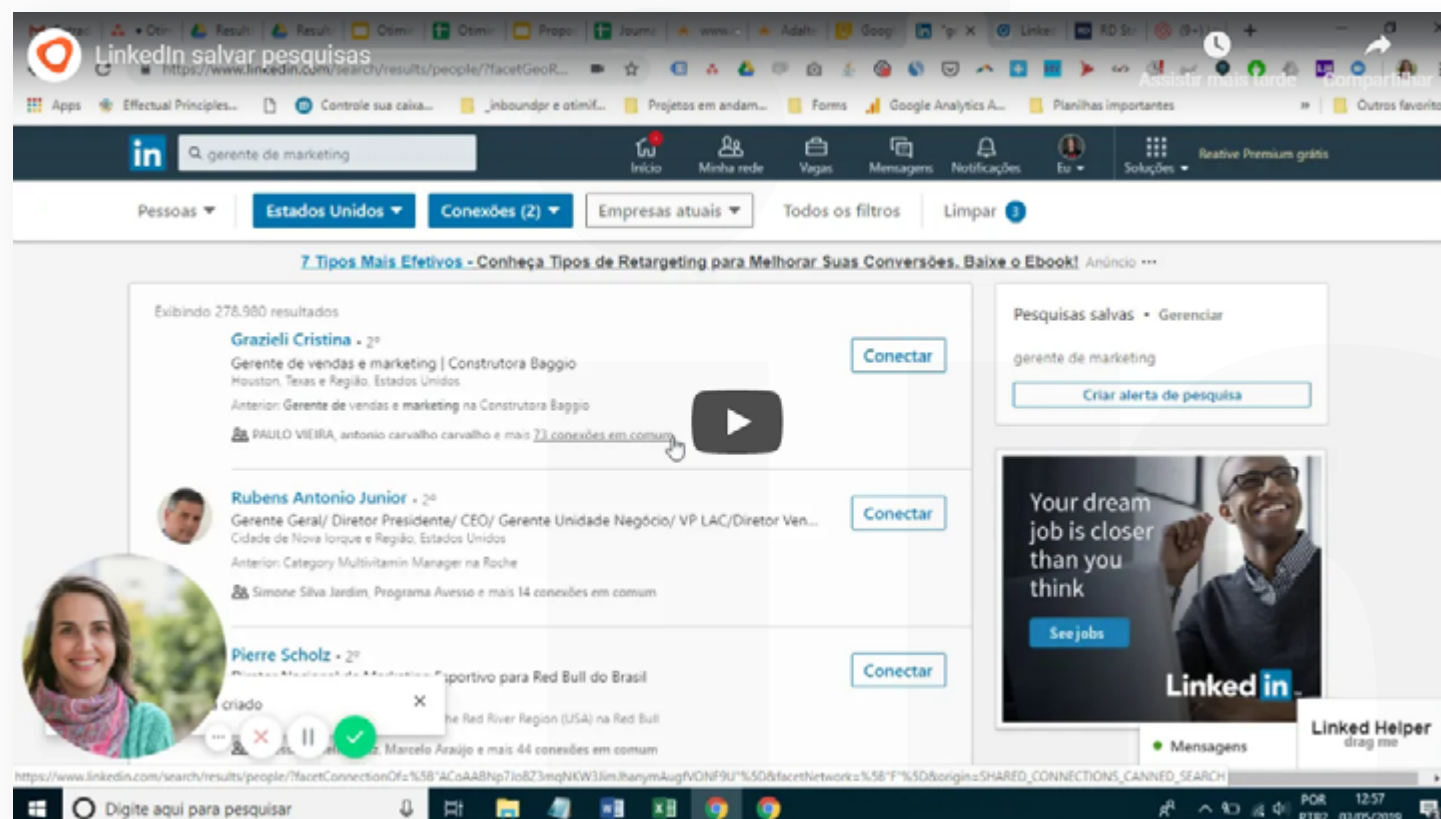
Busca avançada do LinkedIn:



Assistir

Criar alerta de pesquisa:

O Alerta de Pesquisa permite salvar os parâmetros de uma busca. Assim, sempre que alguém novo com os parâmetros definidos aparecer no LinkedIn, ele avisa você. Você pode salvar até **3 alertas**:



Assistir



Encontrou os contatos certos?

Abra o contato no LinkedIn, continue por email - crie uma jornada com os próximos contatos!

4 etapas do social selling

3. Regras de convivência para agradar contatos e o algoritmo.

Como interagir de forma apropriada com novas pessoas que você adiciona à sua rede?

Como agradar contatos e o algoritmo?

Interaja com insights: conhecimento e (bom) conteúdo:

- ▶ Poste conteúdos longos no (antigo) Pulse
- ▶ Poste conteúdo de terceiros com comentários. Pesquisas comentadas têm alto engajamento!
- ▶ Compartilhe informações de pesquisas mais densas com artigos longos (Pulse)
- ▶ Deixe conteúdos e comentários significativos em postagens de contatos e nos grupos - entre na conversa.

Não seja chato e insistente!

Muito cuidado para não ser aquela pessoa que chega à festa e só fala de si próprio. Os convites de conexão de rede mais excluídos são aqueles que a pessoa quer ostensivamente vender algo numa primeira mensagem.

Por isso, aprenda a desenvolver um caminho de valor para se conectar com pessoas no LinkedIn.

E, importante: fique atento aos seus convites. Caso não seja aceito de primeira, o seu pode ter ido para o fim de uma lista com várias outras pessoas. Exclua o convite enviado há mais de 3 semanas e envie novamente, com outra apresentação.

4 etapas do social selling

4. Networking para negócios

Como construir relacionamentos e contribuir de forma definitiva para a geração de vendas?

Tenha paciência:

social selling leva tempo para trazer resultados.



Por que as empresas perdem vendas?

Algumas razões bem básicas:

- ▶ Demora para apresentar seus produtos e serviços
- ▶ Não usa o tom apropriado (persona)
- ▶ Não oferece a solução para a dor do cliente no momento
- ▶ Desconhece o seu ciclo de compra
- ▶ Não sabe quem são os decisores.
- ▶ Não conhece o negócio do cliente e perde credibilidade por isso.
- ▶ Perde contato com prospects - pessoas mudam de posição e saem das empresas.

60% das decisões de compra acontecem antes do primeiro contato com o vendedor.

Fonte: Hubspot

Como construir relacionamentos?

Networking all line.

- ▶ Acessar diariamente o linkedin - notícias e prospecção
- ▶ Foque em decisores
- ▶ Conecte-se com colegas e parceiros do seu setor
- ▶ Crie uma régua de nutrição, ou seja, um sequenciamento de mensagens com detalhes super interessantes de acordo com o nível de conhecimento da pessoa sobre você e o seu negócio. Assim, a medida que você envia, as pessoas vão aprendendo mais sobre você. **Por exemplo:** na primeira mensagem apresente-se; na segunda ofereça algum conteúdo básico sobre o seu negócio que agregue valor a quem você está escrevendo, na terceira chame a pessoa para conversar com você em outra rede ou por email, etc.

6 dicas

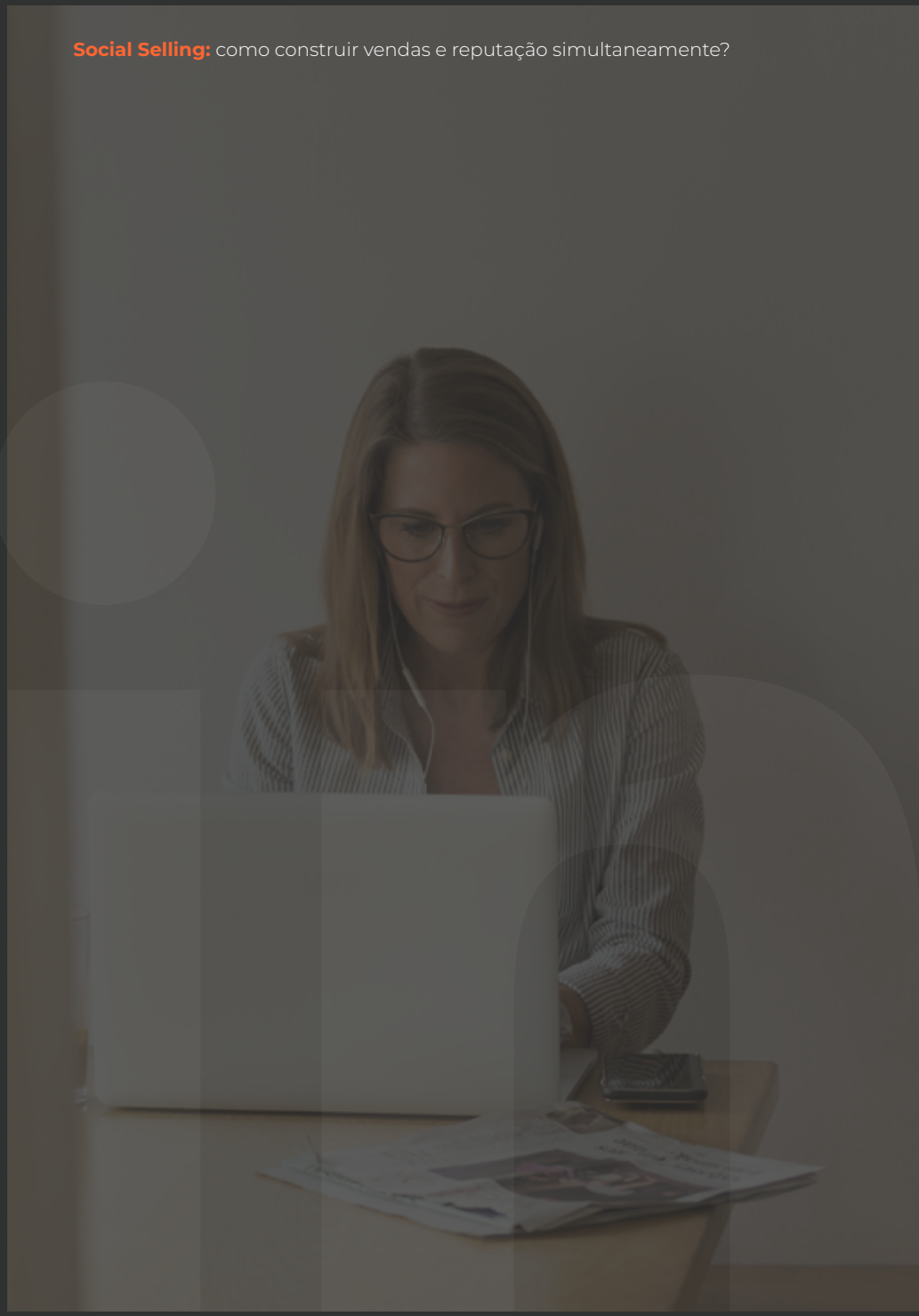
do LinkedIn para enviar mensagens diretas:

- ▶ Mandar notas personalizadas
- ▶ Tenha um comportamento adequado. Esqueça política, futebol e religião.
- ▶ Escreva mensagens curtas.
- ▶ Se não houver interesse, descubra o porquê para alimentar o seu CRM.
- ▶ Não desista logo de cara se o cliente tiver FIT.
- ▶ Sempre tenha em mente o próximo passo.

Importante: Podemos visitar, no máximo, 300 contatos por mês na versão free!

Então, agora, vamos recapitular!

Aqui vai um resuminho para
construir reputação e vendas
simultaneamente:





Regrinha diária **1-2-3:**

- 1 Poste na sua timeline (2 - 3 vezes por semana)
- 2 Comente em postagens de prospects/ leads (E famosinhos!)
- 3 Curta postagens de prospects/ leads

Sobre o que postar:

- ▶ Até 1300 caracteres
- ▶ Usar eventualmente vídeos, pois engajam muito
- ▶ 1x por mês, uns 2-3 dias depois de publicar, compartilhar artigo autoral do Pulse

IMPORTANTE:

- ▶ Atualizações entre 12h e 14h e, à noite, entre 20h e 22h.
- ▶ Sexta é um marasmo no LinkedIn!
- ▶ Segunda parado...
- ▶ Terça, quarta, quinta-feira e sábado de manhã é ÓTIMO! Como há pouca gente postando, o nosso post tem uma entrega maior.
- ▶ Produtividade no Brasil é maior entre 14h e 17h - é o horário que as pessoas estão mais concentradas e menos acessam o LinkedIn.



Qual foi a sua dica favorita?

Compartilha nas suas redes!

Sobre a Otimifica

A Otimifica é uma consultoria de marketing que conduz negócios à maturidade digital. Sincronizando marketing, comunicação, tecnologia e vendas, gera reputação, resultados mensuráveis e redução de custos. Com uma abordagem data-driven focada em entregar resultados all line (on e offline), a Otimifica realiza implantação de Inbound Marketing e INBOUNDPR, auditoria de marketing digital, consultoria de processos de marketing, consultoria de SEO e treinamentos para empresas.



www.otimifica.com.br



Sobre o Piperun

O PipeRun é uma plataforma de aceleração de vendas. Com ele, você cria o seu processo comercial e utiliza diversas ferramentas para acelerar o passo a passo do processo, tudo em um único lugar. Receber e organizar leads? Tem. Leads do LinkedIn? Sim. Automações de atividades e emails? Tem. Propostas e documentos? Tem também. Assinatura eletrônica? Tudo aqui.

CRM PipeRun é uma plataforma completa para acelerar suas vendas.



www.cmrpiperun.com

