



1

## Jak social selling wspiera firmy w generowaniu przychodów?

Dzisiejszy klient B2B **kupuje inaczej** niż kupował jeszcze kilka lat temu. **Dużą część drogi zakupowej spędza online.**

Dodatkowo działy sprzedaży mierzą się z **kryzysem zaufania** w oczach klientów. Wieloletni, często naciskający tryb pracy handlowców spowodował, że dziś klienci wolą **samodzielnie** edukować się w **Internecie.**

**68%** klientów B2B preferuje samodzielny **research online**  
FORRESTER, 2017

**27%**  
research online

**60%** klientów B2B **nie chce** kontaktu z handlowcem  
FORRESTER, 2017

**6%**  
spotkania z dostawą  
GARTNER, 2019

**80%** kontaktów pomiędzy dostawcami, a klientami **przenieść się do online do 2025**  
GARTNER, 2020

**78%** klientów szuka **zaufanych doradców**, a nie sprzedawców  
SALESFORCE, 2018

dla **65%** klientów B2B **content** stanowi wsparcie w podejmowaniu **decyzji zakupowych**  
DEMAND GEN REPORT, 2018



obecność na LinkedIn



wizerunek doradcy



zaufanie

Klienci szukają **doradców**, a treści wpływają na decyzje zakupowe. Wykorzystanie kanałów cyfrowych przez klientów zostało spotęgowane przez **Covid-19.**

LinkedIn **otwiera** przed handlowcami możliwość budowania wizerunku **doradcy** oraz stanowi kanał budowania **relacji z klientami** w sytuacji ograniczonych spotkań na żywo. Dlatego działania social selling wspierają handlowców w **pozyskiwaniu i utrzymaniu** klientów oraz w **obronie marży.**

2

## Jakie elementy są potrzebne, aby wdrażać tę strategię skutecznie?



### social selling

wykorzystanie portali społecznościowych głównie przez **działy sprzedaży** i ekspertów wewnętrznych do **budowania relacji z klientami**

- ✓ profil **osobisty** na LinkedIn
- ✓ budowanie marki **doradcy**
- ✓ budowanie **sieci** kontaktów
- ✓ budowanie **relacji** na LinkedIn
- ✓ włączenie LinkedIn do **procesu sprzedaży**

### zmiana mentalna

potencjał online **rozumiany** w organizacji, zmiana podejścia z "sprzedaje" na "**doradzam**"



### marketing

odpowiada za tworzenie i współtworzenie **treści** i pracuje blisko ze sprzedażą

### szef sprzedaży

**musi rozumieć** mechanizmy social sellingowe i musi wspierać zespół w transformacji

### HR

funkcja HR odpowiada za pozyskiwanie i rozwój kadry **spójny** z kompetencjami nowoczesnej sprzedaży

3

## Jaka jest rola Zarządu i liderów firmy?



**komunikacja** od Liderów do firmy, że social selling jest elementem **strategii** firmy



włączenie social sellingu do spotkań z **szefami sprzedaży**



obecność na LinkedIn, jako **dobry przykład**



social selling wiąże się ze **zmianą mentalną**, której najważniejszym ogniwem jest **Zarząd** firmy. Ważne, by liderzy byli **ambasadorami** tej zmiany.