

# Ce înseamnă vânzarea socială?

1

## Ce înseamnă vânzarea socială?



### vânzarea socială

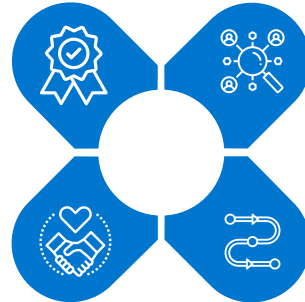
înseamnă utilizarea unui profil personal pe LinkedIn care este utilizat în principal de Departamentul de Vânzări și de experții interni pentru construirea de relații cu clienții

**Vânzarea socială nu este un înlocuitor pentru întregul proces de vânzări B2B, ci:**

- înlocuiește/susține primele etape ale procesului, care este menit să conducă oricum la următorul pas în procesul de vânzare
- îmbogățește procesul de vânzare al vânzătorului în fiecare etapă

### construirea unui brand de consilier

publicarea de conținut de valoare pentru clienți, sprijinindu-i în deciziile de cumpărare



### construirea unei rețele de contacte

extinderea rețelei cu persoane din grupul țintă. Invitarea oricăror persoane care au influență asupra deciziilor de achiziție și sunt prezente pe LinkedIn

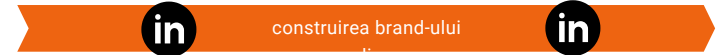
### construirea de relații

implicarea în conținutul publicat de clienți, transmiterea de felicitări în cazul aniversărilor în muncă, promoțiile și contractarea prin mesaje private

### integrarea LinkedIn în procesul de vânzări

planificarea următorilor pași ai procesului, LinkedIn, precum și e-mail sau telefon

### proces tradițional de vânzare



### proces modern de vânzare

**Diferențele dintre un proces de vânzări standard și unul modern care include LinkedIn:**

1. Creșterea canalelor și surselor de acoperit, astfel încât vânzătorii să poată obține contacte în timpul procesului de vânzare.
2. Include etapa de „stimulare” a clienților până când aceștia sunt pregătiți pentru discuții (publicare pe LinkedIn, trimitere de conținut).
3. Include elementul de branding al vânzătorului în fiecare etapă a procesului.

2

## Mituri în jurul vânzării sociale

- ✓ Vânzarea socială nu înlocuiește întregul proces de vânzări B2B, LinkedIn este mai degrabă o parte a procesului
- ✓ Publicarea conținutului dintr-un profil de companie este Social Media Marketing, vânzările sociale se bazează pe publicarea dintr-un profil personal
- ✓ Trimiterea în masă de mesaje private fără conținut de publicitate este spamming social, vânzarea socială include construirea unei imagini de expert
- ✓ Vânzarea socială este publicarea de conținut care este valoros pentru client, scopul este de a sprijini clientul în călătoria lor de cumpărare.
- ✓ Vânzarea socială completează și sprijină toate celelalte activități legate de a face mai ușoară munca vânzătorului

### vânzare pe LinkedIn

Vânzarea socială înseamnă publicarea din profilul unei companii

vânzările sociale înseamnă transmiterea de mesaje private în masă

vânzarea socială înseamnă autopromovare și selfie-uri

vânzarea socială înlocuiește alte metode



# Ce este vânzarea socială?

3

## Competențe moderne în vânzări B2B

### abordarea consilierului

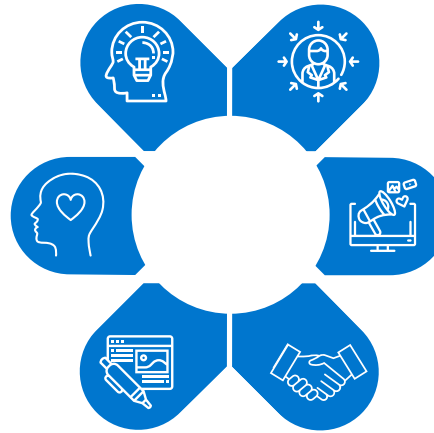
Un vânzător nu vinde produse, ci mai degrabă sfătuiește clientul cu privire la cea mai bună soluție. Acest lucru se bazează pe cunoștințele de specialitate ale acestora și pe analiza contextului mai larg al afacerii clientului. Vânzătorul poate pune la îndoială status quo-ul clientului prin construirea de relații de parteneriat.

### empatie

Vânzătorul înțelege că în spatele fiecărui proces de achiziție se află oameni. Vânzătorul poate manifesta empatie și înțelege că anumite tactici ale vânzătorului pot fi iritante pentru client. Vânzătorul știe să contracareze frustrarea clientului.

### folosirea creării de conținut

Vânzătorul se străduiește să utilizeze conținutul în procesul de vânzare și să caute conținut interesant pe web, distribuind conținutul companiei și creând conținut precum articole, postări și participarea la discuții pe LinkedIn.



### abordare centrată pe client

Vânzătorul își poate personaliza procesul de vânzare pentru procesul de achiziție al clientului. Acesta înțelege provocările clientului legate de specializarea sa și își prezintă oferta în contextul rezolvării problemelor clientului.

### competențe digitale

Vânzătorul se străduiește să utilizeze canale digitale pentru contactul cu clienții, cum ar fi citirea semnalelor pe web, rețelele sociale și ajustarea comunicării. Este, de asemenea, obiceiul de a lucra cu LinkedIn.

### lucrul cu marketing-ul

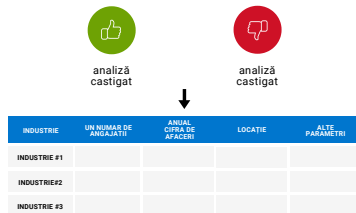
Vânzătorul se străduiește să coopereze cu Departamentul de Marketing. Este deschis la ideile de marketing și participă la crearea de conținut. Furnizarea de informații despre clienți către Departamentul de Marketing.

4

## Pregătirea pentru vânzarea socială

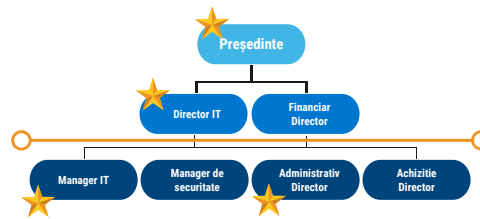
### Care sunt parametrii pentru clientul ideal al companiei?

Primul pas este definirea profilului ideal de client. Adică stabilirea parametrilor clienților care se potrivesc cel mai bine pentru companie. Este la fel de important să definiți clienții care reprezintă o amenințare la adresa eficacității procesului de vânzare, de exemplu proiecte în care conversia vânzărilor este scăzută, iar gestionarea procesului de vânzări este consumatoare de timp și costisitoare.



### Ce roluri în organizație influențează deciziile?

Următorul pas este definirea comisiei de achiziție a clientului, de exemplu concentrându-ne pe oamenii cu care ar trebui să începem activitățile de prospectare și luând în considerare rolul pe care aceștia îl joacă în procesul decizional. Ar trebui să luăm în considerare și oamenii care desfășoară activități de vânzări. Este important să se determine dacă o anumită persoană ar putea iniția procesul de achiziție sau dacă acea persoană va încetini procesul.



### Ce tipuri de probleme, provocări și obiective au aceste persoane?

Nu este important ce vindem, ci modul în care clienții își pot atinge obiectivele și cum își pot rezolva problema sau provocarea. Din acest motiv, următorul pas este să definim ceea ce clienții noștri consideră a fi important, pentru toate organizațiile, dar și pentru persoanele fizice din cadrul companiilor. Și răspunsul la această întrebare poate fi găsit în următoarea etapă: cum putem rezolva problemele definite cu serviciul sau produsul nostru?

	obiective în cadrul organizației	provocări	Oferta care este un răspuns la provocări
Președinte			
Director IT			
Administrativ Director			

După elaborarea răspunsurilor la întrebările de mai sus, suntem capabili să oferim




- ✓ descrieri pentru profilurile LinkedIn
- ✓ conținutul unui apel telefonic sau al unui e-mail
- ✓ conținutul mesajului pe LinkedIn
- ✓ obiective pentru conținutul publicat

Cel mai bine este să pregățiți răspunsurile la aceste întrebări atât cu Departamentul de Marketing, cât și cu Departamentul de Vânzări.

# Ce înseamnă vânzarea socială?

5

## Tipuri de conturi pe LinkedIn

	 cont gratuit	 Cont plătit Business Premium	 Cont plătit de Navigator de Vânzări
filtre de căutare	căutare de bază	căutare de bază	căutare avansată
limitele de căutare	căutare limitată	nelimitat	nelimitat
vizite de profil	ultimele 5 persoane care au vizualizat profilul	toate persoanele din ultimele 90 de zile	toate persoanele din ultimele 90 de zile
implicarea în publicațiile clienților	dificil	dificil	ușor accesibil
mesaje private către persoanele din afara primului cerc de contact - InMail	Fără posibilitate	15 mesaje /lună	50 mesaje /lună
informații de profil	disponibil	disponibil	disponibil
Informații avansate, importante	indisponibil	indisponibil	filtre avansate
	\$ 0	\$ 47,99 lunar	\$ 64.99 lunar



### Sales Navigator

un instrument suplimentar LinkedIn cu caracteristici utile de vânzări, inclusiv cautarea și construirea relațiilor cu clienții



cont gratuit

- ✓ abia începeți să folosiți LinkedIn
- ✓ nu aveți contact cu clientul
- ✓ singurul dvs. obiectiv este să publicați conținut



Cont plătit Business Premium

- ✓ cunoașteți deja LinkedIn
- ✓ doriți să utilizați posibilitățile maxime
- ✓ aveți contact cu clientul



Cont plătit de Navigator de vânzări

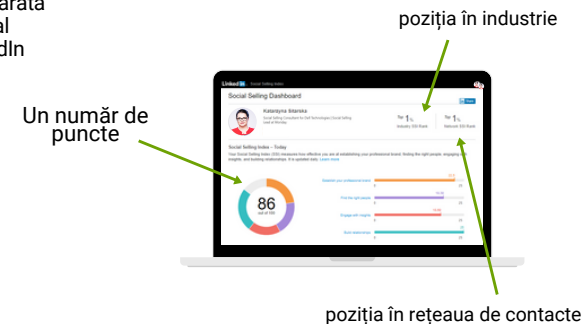
6

<https://www.linkedin.com/sales/ssi>



### Indicele Vânzărilor Sociale

Indicatorul LinkedIn arată nivelul de avansare al activităților pe LinkedIn



### brandul personal

- Complerea fiecărei secțiuni a profilului LinkedIn
- conectarea multimedia la profil + obținerea referințelor
- publicarea conținutului pe profil

### angajament

- comentarii și reacții la publicații
- contactarea prin mesaje private
- alăturarea la grupuri pe LinkedIn



### persoanele potrivite

- invitarea în mod activ a persoanelor în rețea, în special cei din poziții senior
- utilizarea filtrelor de căutare
- trimiterea unei invitații ca rezultat al vizitării profilului

### construirea de relații

- contactarea persoanelor în poziții superioare prin mesaje private
- contactul cu colegii
- felicități adresate în cazul schimbării locului de muncă sau în cazul promovării



### Indicele Vânzărilor Sociale

cartografiază starea curentă și modificările în funcție de activitățile LinkedIn



un indicator bun este min. 70 puncte.

Conturile contra cost de Navigator de Vânzări au acces suplimentar la puncte pentru utilizarea instrumentului