



WEBINAR
SIN COSTO

Social Selling, cómo prospectar a través de LinkedIn

16 abril / 12 pm

TEMARIO

1. Las bases del Social Selling
2. Cómo utilizar LinkedIn para detectar oportunidades comerciales



TEMARIO

- El contexto
- Qué no es social selling
- Qué es social selling
- Los 4 pilares del social selling
- Optimizar tu perfil en LinkedIn
- Tácticas para identificar tomadores de decisión y detectar oportunidades comerciales
- Preguntas y respuestas

David Mancilla

- Consultor **especialista** en estrategias de **marketing digital** (*inbound marketing, video marketing, content marketing, colaboradores embajadores, social selling, marca personal, influenciadores, comunicación interna y externa, etc.*).
- Representante de **SOCIABBLE** para América Latina.
- Consejero de la **Cámara de Comercio Franco Mexicana**, fundador y ex-presidente de su **Comité de Marketing Digital**.
- Fundador y ex-presidente de **La French Tech México**.
- Profesor en la **Universidad de Rennes** (Francia).
- Instructor de **Social Selling, Marca Personal, Sales Navigator de LinkedIn**.
- Emprendedor con más de 20 años de **experiencia en Francia y en México** en las áreas de marketing, ventas, comunicación, medios digitales y audiovisuales.





Impacto en la manera de consumir

Nuevos procesos de compra : acceso ilimitado y en tiempo real a las informaciones.

- En B2C, 80% de los consumidores consultan Internet antes de comprar.
- En B2B, 92% de los compradores comienzan por una búsqueda en Google.
- En B2B 75% de los compradores utilizan las redes sociales dentro de su proceso de compra.
- Más del 70% del proceso de compra está realizado antes de entrar a una tienda o de ver a un vendedor.



Impacto en la manera de consumir

Métodos tradicionales masivos son menos eficientes

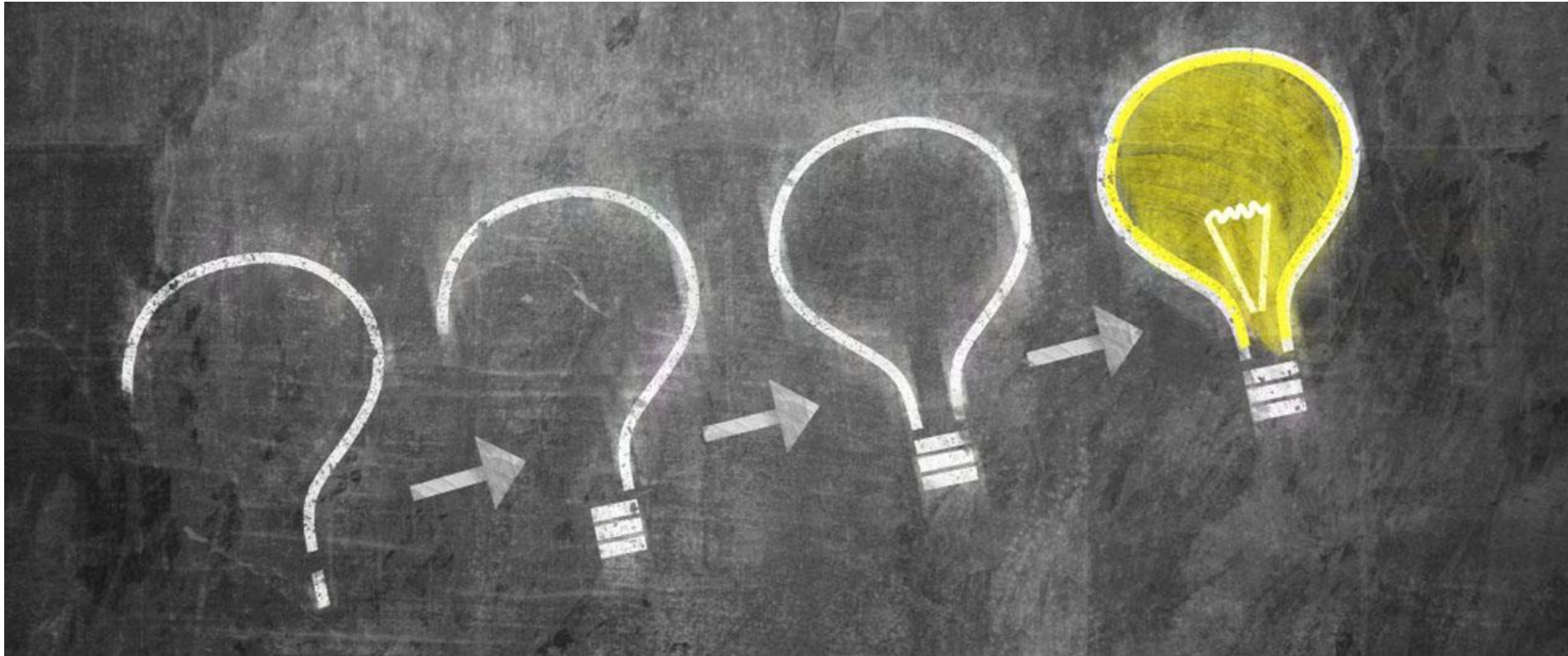
- Llamadas en frío : tasa de conversión de 1%
- Emailing masivo : 25% de aperturas del correo por sólo 3% de CTR (Click Through Rate)





Los compradores hoy están

- Superinformados
- Superconectados
- Socializados
- Móviles



El Social Selling : La solución dentro de este nuevo contexto

WEBINAR SOCIAL SELLING

Cómo prospectar a través de LinkedIn

CDMX
16
Abril 2020



Fuentes : [Brainymarketer](#) [LinkedIn](#)

QUE NO ES SOCIAL SELLING



- ✘ Enviar solicitudes sin mensaje
- ✘ Mandar presentaciones comerciales
- ✘ Solicitar citas o llamadas telefónicas
- ✘ Ser otra persona
- ✘ Bombardear con publicidades o spam
- ✘ Hacer acoso comercial

QUE ES SOCIAL SELLING



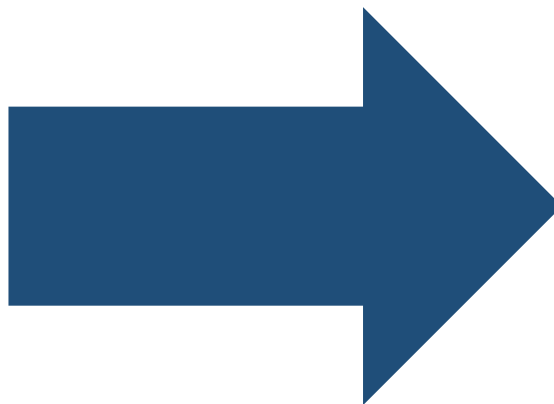
- ✓ Ser sí mismo, auténtico, empático
- ✓ Identificar tomadores de decisión
- ✓ Escuchar a tus interlocutores
- ✓ Involucrar a tu audiencia con contenido de valor
- ✓ Dar seguimiento, ser activo, paciente
- ✓ Actuar en el momento adecuado

¿De qué se trata?



- **Un enfoque moderno** que consiste en la utilización de las redes sociales para aprovechar su enorme potencial como fuente de información y medio de comunicación.
- **Un proceso de identificación** de tomadores de decisión y de oportunidades comerciales, de escucha, de enganche y de acompañamiento de prospectos.
- **Manejo de la manera de comunicar** en las redes sociales, acercarse a un cliente potencial y hacer su marketing personal.
- **Reequilibrar la relación comercial** entre el comprador y el vendedor.

Relación 2.0



Relación 1.0





Beneficios

- Ser identificado como un **especialista en tu área profesional** (*marca personal, content marketing*)
- Encontrar **leads de alta calidad** y convertirlos en clientes
- Identificar **oportunidades** comerciales
- **Atraer más fácilmente** leads hacia ti (*marca personal*)
- Aumentar tus **ventas**
- **Fidelizar** a tus clientes
- Generar **recomendaciones**
- **Monitorear** tu competencia, tu acción y tus resultados

La Marca Personal

- Es la **huella que dejas** en los demás.
- Construir tu marca se hace en función de tus **objetivos comerciales** y estratégicos.
- Tus perfiles **deben ser coherente** e interesante en las redes sociales.
- Hacer **resaltar tu expertise**, tus cualidades, habilidades y valía a través de los diferentes campos que ofrecen las redes sociales.
- Ponerse en los zapatos de **lo que espera ver un comprador**.



WEBINAR SOCIAL SELLING

Cómo prospectar a través de LinkedIn

CDMX
16
Abril 2020

Start home business? - We've helped thousands worldwide build successful home business for

Te ayudo a crear tu marca personal en LinkedIn. Convierte co

1 Pon **sólo tu nombre** y apellidos

2 Usa una **fotografía profesional**

3 Haz un **titular profesional** e incluye tus palabras clave

4 **Amplía tu red a +500.** Recuerda: cuida la calidad no la cantidad

5 Di lo más importante en las **2 primeras líneas** del extracto

in Angeles Carsi Lluch
1er

Experta en LinkedIn+Social Selling ▶ Ayudo a empresas y a profesionales a conseguir sus objetivos de negocio con LinkedIn

Triunfa con LinkedIn • Universidad Pontificia Comillas
Madrid, Madrid, España • Más de 500

Enviar mensaje

¿Quieres conseguir resultados en LinkedIn, ya sea clientes, empleo o mejorar tu imagen profesional? Estaré encantada de conocerte y saber en qué puedo ayudarte. ¡Déjame ser tu guía en LinkedIn! 📞 +34 630163203 | 📠 +3...

Ver más ▾

El Contenido



- **Empezar con una iniciativa en las redes sociales sin contenido**, es como presentarse delante una multitud de gente sin tener nada que decir.
- **Producir regularmente contenido pertinente** para sus clientes potenciales será la mejor forma para ser reconocido como una fuente fiable y útil de información.
- **Generará el interés necesario** para atraer leads, transformarlos en clientes y clientes en clientes fieles. Producirá también recomendación.

Las 5 etapas del proceso de compra



WEBINAR SOCIAL SELLING

Cómo prospectar a través de LinkedIn

CDMX
16
Abril 2020



HubSpot

RD Station

paper.li



Scoop.it!

talkwalker



Google Alerts

hootsuite

Sociabble



XING



viadeo

- **CRM** : gestión de oportunidades comerciales y de clientes.
- **Automatización del marketing** : plataformas de embudos de conversión a través de secuencias de emailing, landing pages, analíticas, etc.
- **Plataformas de curación de contenidos** : vigilancia del entorno, medios, innovaciones y competencia.
- **Alertas y escucha** de lo que se dice de su marca, de su competencia, de su entorno y de sí mismo .
- **Plataformas de social selling & employee advocacy** : repositorios de contenidos listos para publicar, comunicación interna, creación de contenidos UGC, etc.
- **Redes sociales profesionales** : LinkedIn, Viadeo, Twitter, Xing, redes específicas por sector.



TRIGGER SELLING

Detectar eventos en las redes sociales o en la web para identificar oportunidades comerciales de tus contactos.



INSIGHT SELLING

Personalizar la experiencia de venta al contexto del cliente, escucharlo, ayudarlo durante su proceso de compra.



REFERRAL SELLING

Venta por recomendación, sugerir, estimular, generar que tus contactos te recomienden con terceros.

LAS 3 ESTRATEGIAS FUNDAMENTALES DE SOCIAL SELLING

Dale clic a las imágenes para registrarte en cada uno de los grupos



Grupos dedicados al Social Selling

- Para profesionales del Social Selling con el objetivo de promover esta nueva metodología de ventas.
- Mantenerse actualizado sobre las nuevas tendencias.
- Intercambiar puntos de vistas, tips, buenas prácticas, recomendaciones, contenidos de valor, etc.
- Obtener consejos e información por parte de profesionales del sector.
- Publicar eventos relacionados con el ecosistema: cursos, webinars, conferencias, desayunos, etc.
- Crear una comunidad en Latinoamérica.



MANCILLA CONSEIL

CONSULTORIA Y CAPACITACIONES DE MARKETING DIGITAL Y SOCIAL SELLING

Apoyamos a las empresas asesorando y capacitando a sus equipos a las últimas tendencias del sector.

www.mancillaconseil.com



DESCUBRE EL PODER DE INFLUENCIA DE TUS EMBAJADORES

La mayor aplicación de comunicación interna, employee advocacy, social selling, marca empleador e influenciadores.

www.sociabble.com

¡MERCÍ!

MANCILLA CONSEIL / SOCIABBLE

Ciudad de México

Tel. (55) 4710 5231

david@mancillaconseil.com

www.mancillaconseil.com

www.sociabble.com