

Social selling na LinkedIn

Szczegółowy program szkolenia



Przygotowano w dniu 05.11.2024



Program dla szkolenia 2-dniowego (16 h)

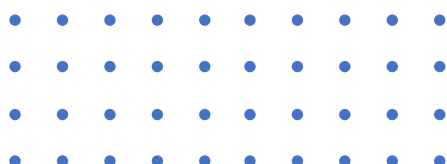
Intellect

Zespół koordynatorów

530 414 080 

kontakt@intellect-group.pl 

www.intellect-group.pl 





Forma / metody szkolenia

Opieramy się na kilku podstawowych formach przekazywania umiejętności:

01 ĆWICZENIA PRAKTYCZNE

Kluczowy element każdego efektywnego szkolenia – uczestnicy szkolenia wykonują we wsparciu trenera szereg ćwiczeń doskonalących nabywane przez nich umiejętności

02 AUTORSKIE GRY

Gry, które mają na celu m.in zintegrowanie Uczestników, Nie tylko z imienia czy z nazwiska ale również kim jest i jaki ma naturalny styl komunikacji ale też przećwiczenie w praktyce poznanego materiału.

03 MNI WYKŁADY

Pozwalają na przekazanie doświadczenia trenerów w krótki i przystępny sposób, usystematyzowanie wiedzy oraz zobrazowanie podejmowanych w trakcie warsztatów tematów.

04 KARTY PRACY

Uczestnicy otrzymują karty pracy, które umożliwiają wykonanie ćwiczeń w przejrzysty sposób. Pozostają z Uczestnikami po szkoleniu, a wypracowane w ten sposób materiały pomagają w pracy po szkoleniu.

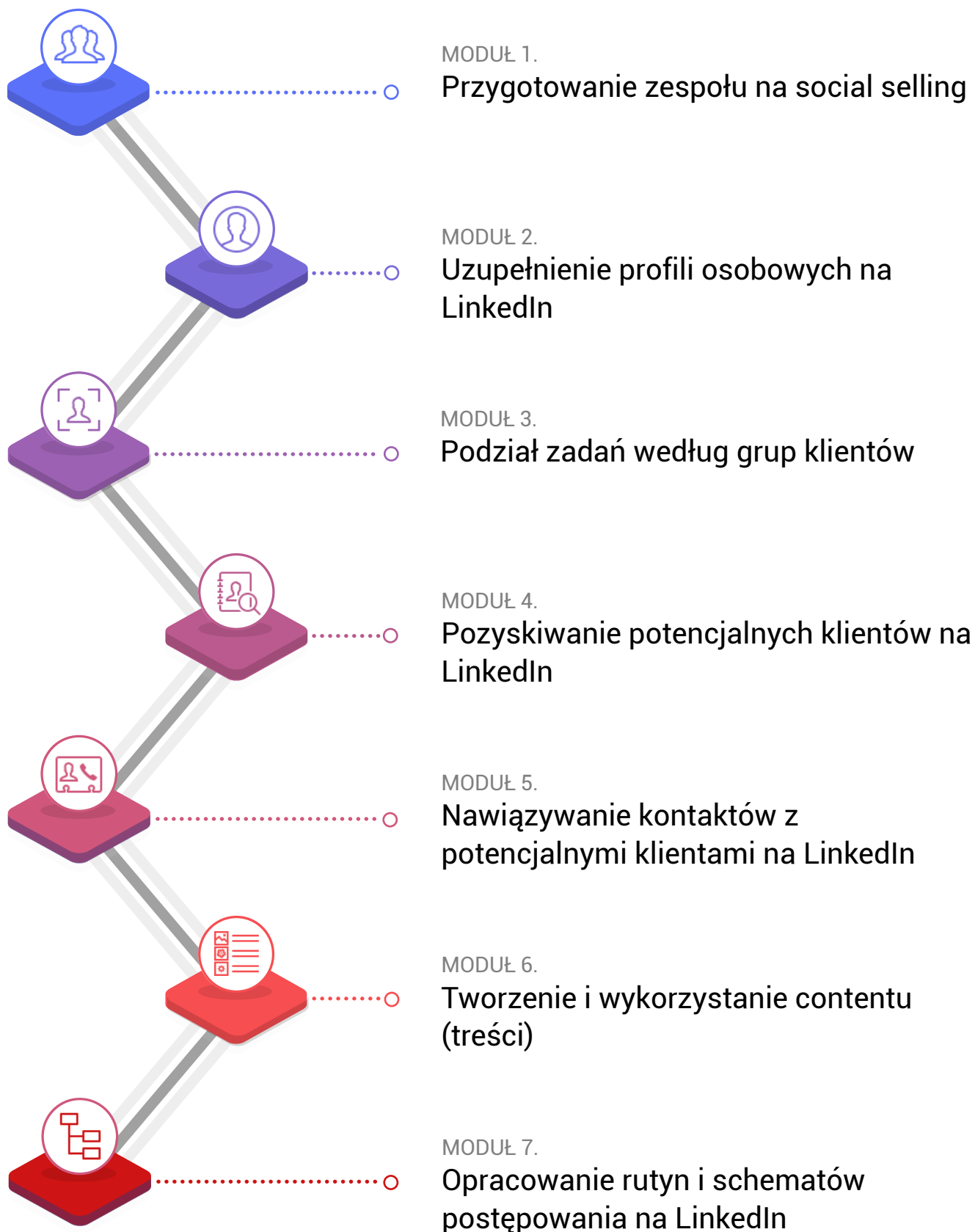
05 CYKL KOLBA

Sposób uczenia się, który jest oparty na 4 etapach. Teoria oparta na uczeniu się poprzez doświadczenie. Ważnym elementem jest dopasowanie do osobistego stylu każdego z nas. Wszystkie elementy naszych szkoleń Uczestnicy filtrują przez siebie, dzięki czemu na dłużej są w stanie zapamiętać i wdrożyć po szkoleniu.



7 modułów szkolenia

Na dalszych stronach znajdziesz szczegółowy zakres modułów szkolenia





Moduł 1.

Przygotowanie zespołu na social selling



Samocena mocnych stron i zasobów przez zespół (kompetencje, umiejętności, specjalistyczna wiedza)



Na podstawie samooceny oraz dodatkowych testów i rozmów z zespołem, przydział ról w zespole



Opracowanie elementów marek osobistych członków zespołu takich jak: kompetencje, osobowość marki – archetypy, naturalny styl języka marki, dowody wiarygodności



Moduł 2. Uzupełnienie profili osobowych na LinkedIn



Utworzenie nagłówka w profilu LinkedIn



Wybór odpowiedniego zdjęcia profilowego
oraz zdjęcia tła



Uzupełnienie informacji „O mnie”



Uzupełnienie informacji o świadczonych
usługach.



Dodanie informacji o doświadczeniu,
umiejętnościach, poleceniach oraz
zainteresowaniach



Moduł 3.

Podział zadań według grup klientów



Ustalenie priorytetowych grup klientów do kontaktu na LinkedIn



Ustalenie pozostałych grup klientów





Ustalenie PPPPP grup klientów priorytetowych



Ustalenie produktów dopasowanych/
proponowanych grupom klientów



Podział grup klientów między pracowników



Moduł 4. Pozyskiwanie potencjalnych klientów na LinkedIn



Ustalanie kryteriów wyszukiwania leadów



Wyszukiwanie leadów za pomocą podstawowych (darmowych) narzędzi LinkedIn



Wyszukiwanie leadów za pomocą Sales Navigатора (płatnego narzędzia LinkedIn)



Jak sprawdzać, czy znalezione na LinkedIn osoby mogą być potencjalnymi klientami (filtrowanie leadów)



Zarządzanie listami znalezionych leadów



Moduł 5.

Nawiązywanie kontaktów z potencjalnymi klientami na LinkedIn



Opracowanie propozycji wartości przekazanej w pierwszym kontakcie



Opracowanie dobrych powodów do kontaktu



Zaproszenie do kontaktów klientów już pozyskanych (z bazy danych)



Zdobycie poleceń/ referencji/ recenzji od osób z firm będącymi już Waszymi klientami



Ćwiczenia pisania wiadomości inicjujących kontakt



Opracowanie szablonów wiadomości inicjujących i podtrzymujących kontakt

Moduł 6.

Tworzenie i wykorzystanie contentu (treści)



Przetwarzanie istniejącego contentu np. ze skryptów, istniejących wpisów blogowych, treści wideo, itp.



Opracowanie interesujących i angażujących tematów komunikacji

na bazie wiedzy o przeszkodach i problemach oraz pragnieniach i potrzebach klientów bezpośrednich i pośrednich



Ćwiczenia recyklingowania contentu

Czyli wielokrotnego jego dystrybuowania z lekko przetworzonymi treściami oraz opakowanego w różne formaty, np. w formę ebooka, infografiki, postu ze zdjęciem, cytatu, pytania do społeczności itp.

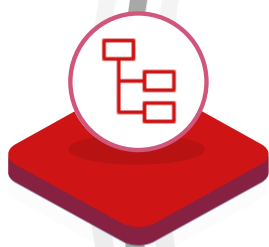


Szkolenie z podstawowych funkcji Canvy

Ułatwiający zespołowi przygotowanie prostych formatów komunikacji – np. grafiki, prostej animacji i bardzo prostego wideo



Przetwarzanie istniejącego contentu np. ze skryptów, istniejących wpisów blogowych, treści wideo, itp.



Moduł 7.

Opracowanie rutyn i schematów postępowania na LinkedIn



Rozplanowanie zbiorczego/ zespołowego kalendarza publikacji



Ustalenie zasad cross-promocji pomiędzy kontami zespołu a kontem firmowym



Ustalenie miar, metryk, które ułatwią monitorowaniu celów



Ustalimy jak połączyć marki osobiste handlowców z marką Waszej firmy