
GUIA DEFINITIVA
LINKEDIN
BUSINESS TO BUSINESS



Llevo más de 15 años dedicada a ayudar a empresas que venden servicios o productos a otras empresas (B2B) a posicionarse mejor, tener más clientes y vender más gastando menos recursos.

Desde mi primer trabajo como marketing asistant en el departamento de marketing de empresa de Vodafone, pasando por mis diferentes puestos como directora de marketing en multinacionales tecnológicas y terminando con mi actual trabajo como consultora estrategia B2B he tenido la oportunidad de trabajar con todo tipo de empresas y mercados, he manejado presupuestos de un millón de euros y dirigido equipos de decenas de personas pero también he ayudado a pymes sin apenas recursos a conseguir sus objetivos de facturación.

En este libro encontrarás **los 6 principios para hacer más virales tus contenidos**, conseguir aumentar el boca a boca y finalmente vender más, espero que como a mi te ayuden a hacer más rentable tu negocio

Si quieres saber más de mi me encontrarás en leticiadelcorral.com

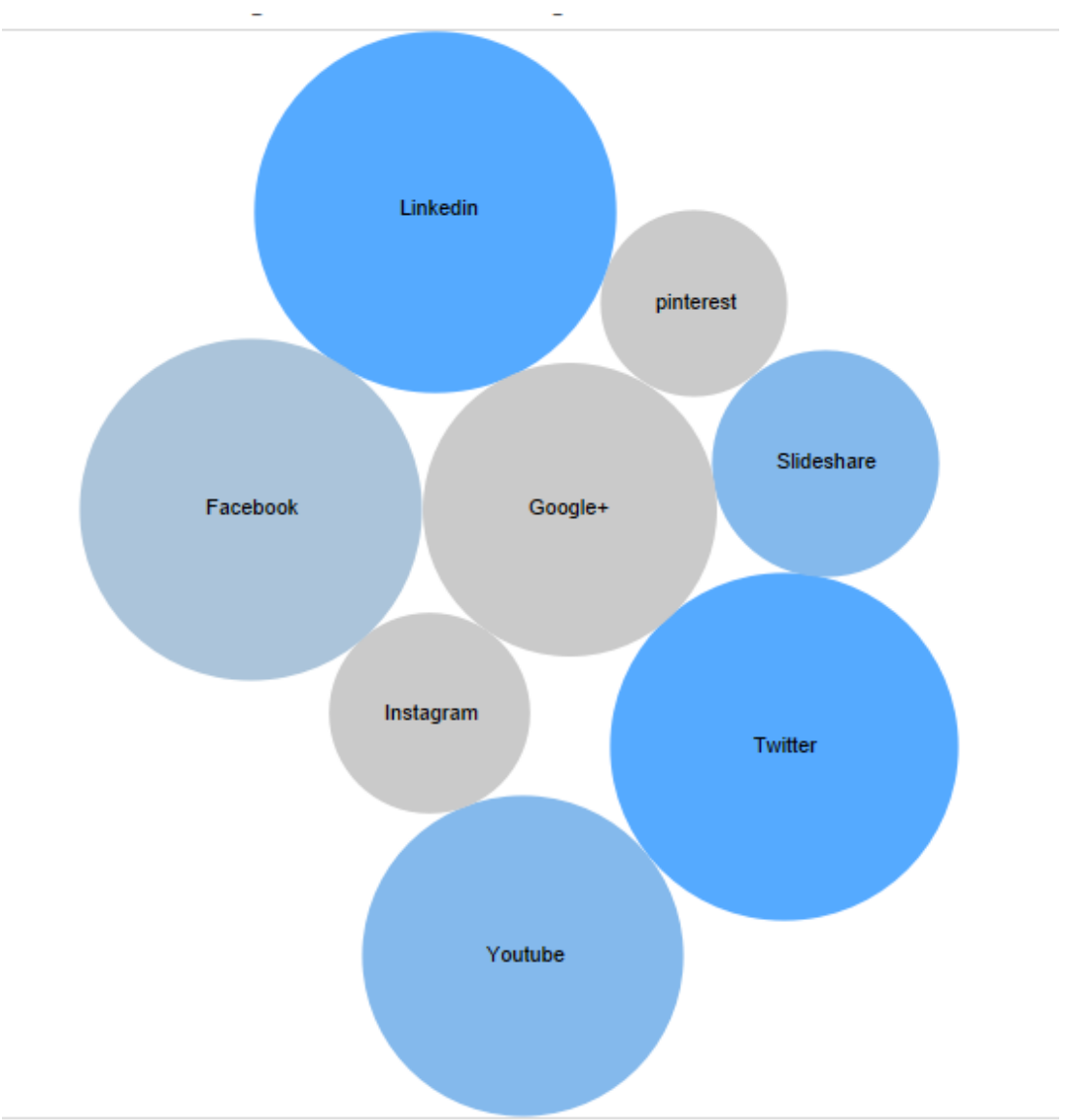
CONTENIDOS

- ✓¿POR QUÉ Linkedin PARA VENDER A EMPRESAS?
- ✓OPTIMIZA TU PERFIL EN Linkedin
- ✓CÓMO USAR Linkedin PARA CONSEGUIR CLIENTES
- ✓ESTRATEGIA DE MARKETING DE CONTENIDOS EN Linkedin
- ✓ENTREVISTA CON PEDRO DE VICENTE

¿POR QUÉ Linkedin PARA VENDER A EMPRESAS?

Que Linkedin es la red social mas usada y efectiva para llegar a tu público objetivo en un mercado b2b es algo que nadie pone en duda, y sino, hecha un vistazo a la última encuesta del content marketing Institute para 2016.

Linkedin es usada por el 94% de las empresas B2B y un 66% la encuentran efectiva para cumplir sus objetivos de conseguir más lead y vender más.



QUE ES LINKEDIN

Linkedin es una red social fundada en diciembre de 2002 y lanzada en mayo de2003 por Reid Hoffman, Allen Blue, Konstantin Guericke, Eric Ly y Jean-Luc Vaillant.

En este momento Linkedin es la mayor red profesional del mundo y cuenta con más de 400 millones de usuarios en más de 200 países y territorios. Aunque solo un 25% de ellos están activos.

En España ya hay más de 6 millones de usuarios dados de alta.

Pero estadísticas a parte, Linkedin es una red social profesional que te permite:

1. Tener tu curriculum online y actualizado en tiempo real
2. Aumentar tu red de contactos y conocer nuevas personas que pueden ayudar al crecimiento de tu empresa
3. Mantener tu red de contactos activa permitiéndote saber los cambios más importantes en el status de tus contactos para que puedas felicitarlos y contactar con ellos de forma fácil.
4. Dar a conocer tu empresa y los productos y servicios que ofreces
5. Tiene un potente buscador con el que las empresas pueden encontrarte para proporcionarles algún servicio.
6. Construir tu marca personal o posicionarte como experto resolviendo dudas o compartiendo información relevante en tu perfil y en los grupos de Linkedin.

Resumiendo, si vendes a empresas likedin es una red social OBLIGATORIA. Si solo tienes tiempo para dedicarle a una red social deberías dedicarlo a Linkedin ya que usada adecuadamente puede ser una red social muy efectiva.

OPTIMIZA TU PERFIL PERSONAL EN Linkedin

Aunque tengas una empresa, siempre tienes que empezar por crear tu perfil personal y optimizarlo adecuadamente ya que. aunque también podrás crear un perfil de empresa, este te permitirá menos libertad y es más estático.

Lo primero que tienes que tener claro antes de empezar a optimizar tu perfil es que objetivo quieres conseguir con Linkedin.

¿Quieres usarlo para conseguir más clientes o contactos?

¿Para construir tu marca personal o la de tu empresa?
¿Para buscar trabajo?

Ten en cuenta que este objetivo marcará el tipo de perfil que debes crear.

Una vez tienes esto claro, empecemos a rellenar tu perfil:

TITULAR DEL PERFIL:

Es la parte más importante de tu perfil, junto a tu nombre y la foto es lo que aparecerá a cualquier empresa que realice una búsqueda en Linkedin o a la que hayas pedido ser tu contacto.

Este titulo tienes que ser lo suficientemente atractivo para que quieran saber más de ti y pinchen en tu perfil o acepten tu invitación, también debes usar las palabras clave para las que te quieres posicionar para que te encuentren fácilmente en buscadores, pero de eso hablaremos un poco más adelante.

Justo debajo del titular tienes que poner la ciudad donde trabajas y el mercado en el que estás, y esto es importante ya que Linkedin es una red social vertical con lo que el mercado al que te dedicas tiene gran importancia en las búsquedas.

En el titular hay mucha gente que recomienda usar símbolos para hacer el titular mas llamativos, a mi personalmente no me gusta recargar esta parte pero si a ti te parece que los símbolos aportan algo a tu titular y lo hacen más atractivo solo tienes que copiar el símbolo y pegarlo cuando rellenes tu titular de perfil.



Foto de perfil

Esta es la segunda parte más importante para tu perfil de Linkedin, asegúrate de usar una foto profesional con la que des la imagen que quieres trasmitir a tus contactos, aquí lo más importante es la congruencia.

Está igual de mal poner una foto de tus vacaciones en manga corta tomándote un mojito mientras en tu perfil intentas trasmitir una imagen de seriedad que salir todo trajeado como si trabajaras en un banco y super serio cuando te estás posicionando como un profesional creativo y transgresor.

Así que, elige bien que foto vas a poner y nunca, nunca pongas el logo de tu empresa como foto de tu perfil profesional ya que además de incumplir la política de Linkedin es como no poner foto y dejar el avatar que por defecto pone Linkedin.

Yo, y casi todas las personas que estamos en Linkedin jamás aceptamos una invitación a conectar de un perfil sin foto.

Las características de esta foto tienen que ser:

- ✓ Archivo JPG, GIF o PNG
- ✓ Peso máximo 4MB
- ✓ Tamaño cuadrado
- ✓ Tamaño en pixeles: mínimo 200 x 200 máximo 500 x 500

Cuando subes tu foto tu puedes decidir quien puede verla, como ya te he comentado, tu foto de perfil es una parte vital de tu perfil de Linkedin así que yo la dejaría siempre pública para todo el mundo. Más adelante hablaremos un poco más de privacidad.

Extracto:

Aquí debes rellenas de forma ampliada el titulo del perfil, explica que productos y servicios ofreces, que beneficios pueden obtener de trabajar contigo y recuerda usar tus palabras clave.

El extracto también es un buen lugar para hacer llamadas a la acción e intentar que tu contacto de Linkedin de un paso más y se suscriba.

También puedes completar tu perfil con tus presentaciones de Slideshare o subiendo documentos o links de webs.

Extracto

¿Eres autónomo o PYME?
¿Vendes productos o servicios a empresas?
¿Quieres una estrategia que te permita conseguir más clientes, más rápido y de forma automática?
Si la respuesta es si yo te puedo ayudar.

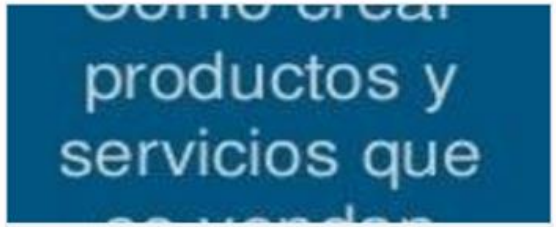
Para ganar más dinero, para que tu empresa crezca y funcione mejor solo hacen falta 3 cosas:
>Optimizar tu posicionamiento para conseguir la confianza del clientes
>Crear una estrategia de marketing que te permita atraer a tus clientes potenciales
>Crear un embudo de ventas de alta efectividad

Si quieres aprender a impulsar tu negocio, a hacerlo más rentable usando las tácticas más potentes y las estrategias más innovadoras pásate por mi web.

>Si quieres vender más
>Si quieres saber lo que funciona y lo que no en tu negocio para no perder tu valioso tiempo
>Si no tienes un gran presupuesto de marketing
>Si quieres dejar de tirar tiempo y dinero en estrategias que no funcionan

Visita www.leticiadelcorral.com

PD: Empieza HOY mismo a impulsar tu negocio descargándote mi curso gratuito en www.leticiadelcorral.com/gratis



Como crear una propuesta de valor de éxito p...



Leticia del Corral - B2B marketing y ventas 2....



Experiencia:

Para añadir tu experiencia solo tienes que dar al botón añadir puesto de trabajo y rellenar los campos que te piden.

En esta parte lo más importante es no mentir ni exagerar (parece obvio pero te sorprenderías…) y dedicarle tiempo a rellenar la descripción del puesto de trabajo donde debes incluir las responsabilidades del puesto, que tareas realizabas y cualquier otro dato importante que tu creas que puede ser relevante para completar tu perfil.

Certificaciones:

En esta sección tienes que añadir los cursos y certificados que hayas obtenido, muchos cursos (como los de Coursera) te permiten hacer esto automáticamente validando que realmente has hecho ese curso y has conseguido esa certificación.

Proyectos:

En esta sección pueden incluir proyectos específicos en los que hayas trabajado, bien de clientes o dentro de tu empresa. Todo cuenta, así que incluye los proyectos más llamativos y que sirvan para apoyar tu posicionamiento.

Idiomas:

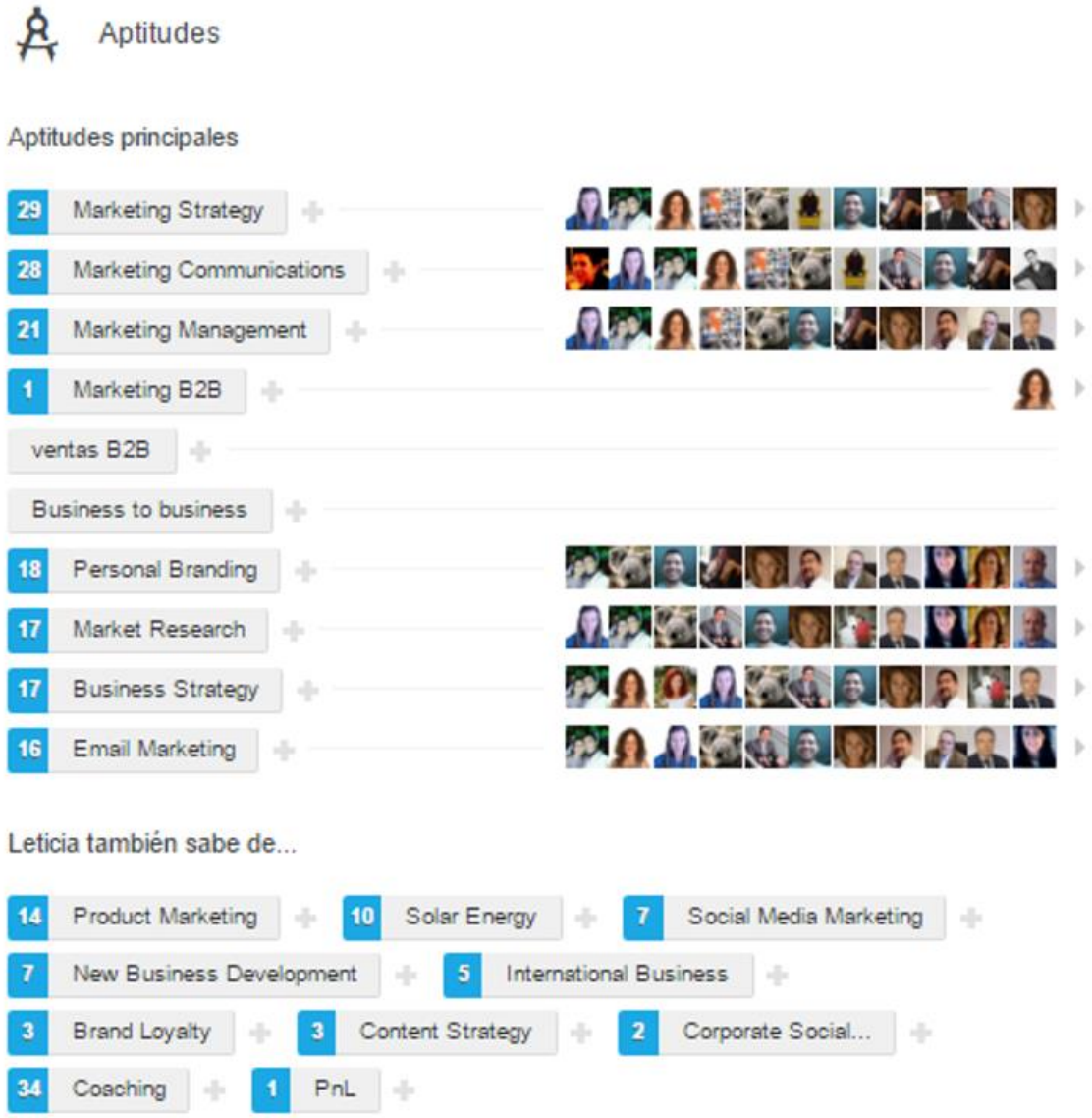
Incluye los idiomas que hablas

Aptitudes:

Esto es un cajón de sastre donde incluyes todas las aptitudes que tienes y tus contactos pueden validarlas así que elige bien que aptitudes quieres incluir y, la primera vez que las hagas pide a tus contactos que las validen.

Por defecto, se mostrarás las que más validaciones tengan, intenta que estás sean las más importante con tu posicionamiento. Pero siempre puedes cambiar el orden arrastrando y soltando la aptitud donde en el orden que prefieras.

Yo lo he hecho así para que no aparezcan de primera alguna de las aptitudes en las que ahora mismo no estoy centrada.



Educación:

Aquí de nuevo, solo tienes que rellenar los datos que te pidan y si hay algo que reseñar lo puedes incluir en descripción.

Y esto, es básicamente tu perfil personal, intenta rellenarlo al completo aunque te falte algún dato, pero un perfil incompleto da una imagen muy mala.

Privacidad en Linkedin

Este es un tema controvertido ya que hay gente que apuesta por la transparencia total y que cualquier persona (incluso si no está logada en Linkedin) pueda ver todos tus datos mientras que otros abogan por dar solo los datos que a ti te interesen y por ejemplo no compartir que personas están en tus círculos o cuales son tus datos de contacto.

Linkedin te permite mucha flexibilidad a la hora de ajustar la privacidad así que piensa bien que es más interesante para ti y actúa en consecuencia.
Yo personalmente soy del grupo de transparencia total

CÓMO USAR Linkedin PARA CONSEGUIR CLIENTES

Linkedin es la red social mas eficaz para conseguir clientes cuando estás en un mercado business to business.
¿Te gustaría saber cómo sacarle el máximo rendimiento a Linkedin para vender más y conseguir nuevos clientes?

Vamos a ver qué 5 acciones debemos realizar para conseguir que nuestro Linkedin sirva para atraer clientes a nuestros productos o servicios.

#1 como ser encontrado en Linkedin

Para ser encontrado en Linkedin, tanto en el buscador interno como en google es necesario tener claras cuales

posicionar para ello podemos:

1. Hacer un estudio de la competencia: bien buscando los perfiles de Linkedin de la competencia o usando el buscador interno de Linkedin para buscar perfiles similares al nuestro.
2. Google Keywork planner: Hacer una búsqueda en el planificador de palabras clave de google para ver que frases son las más buscadas para localizar nuestros servicios o productos.

Una vez tengamos claras nuestras palabras claves las colocaremos estratégicamente en:

- ✓ Titulo del perfil
- ✓ extracto
- ✓ aptitudes
- ✓ descripción de cada uno de los trabajos
- ✓ Descripción de los estudios

Recuerda no pasarte, es decir, la inclusión de las palabras clave debe ser natural y pertinente, las frases deben tener sentido

#2 conseguir recomendaciones

Otra acción que funciona especialmente bien en Linkedin a la hora de conseguir clientes es completar tu perfil con unas buenas recomendaciones.

Esto es así por el principio de la prueba social de Cialdini que es uno de los principales influenciadores de compra.

Pero no todas las recomendaciones valen igual, no es lo mismo que te recomiende Bill Gates a que lo haga tu madre y no es lo mismo que digan algo así:

“Fulanita es estupenda y fue un placer trabajar con ella. Quedamos muy contentos”

Que algo así:

“Fulanita nos ayudo a duplicar nuestras ventas en menos de 2 meses”

Para conseguir que tus recomendaciones sean los mejor posible debes ser especifico a la hora de pedirlas, nunca uses la frase por defecto que aparece en Linkedin en su lugar escribe una frase personalizada donde aparezca:

- ✓ El nombre de la persona a la que le pides la recomendación.
- ✓ Recuérdale de que os conocéis si es que ya ha pasado mucho tiempo.
- ✓ Dile exactamente para que necesitas esa recomendación, si es para demostrar tus conocimientos en una área determinada, si es para mostrar los resultados de tus productos o servicios…
- ✓ Intenta incluir tus palabras clave ya que por asociación puede que tu contacto las incluya en su recomendación y esto es tremendamente valorado por el buscador de Linkedin.

Algunas tácticas que funcionan para conseguir recomendaciones en Linkedin:

1. Acostumbrarte a pedir la recomendación justo cuando has acabado de trabajar con esa persona, tendrá las cosas más frescas y además al estar en contacto contigo siempre les dará más vergüenza no hacerlo.
2. Hacerle tu una recomendación antes, por el principio de reciprocidad las personas solemos querer devolver los “favores” que nos hacen por lo que es más fácil que te hagan una recomendación si tu se las has hecho a ellos antes.

#3 trabajar estrategicamente con tu red de contactos

A la hora de hacer contactos hay básicamente 2 estrategias:

1:- red de contactos estratégica.
En este caso, se trata de elegir muy bien a tus contactos para estar en los círculos adecuados, es mas una estrategia de calidad que de cantidad.
Esta estrategia te permitirá posicionarte en los círculos de las personas y empresas que quieres conocer y tener un trato más cercano con ellos.

2.- red abierta
Esta estrategia es la que usan los head hunters y los representantes de ventas y consiste en aceptar a todo el mundo y enviar invitaciones a casi todo el mundo.

Si estás en esta estrategia recuerda no volverte loca ya que Linkedin solo te permite 3000 invitaciones en la cuenta básica .
Las ventajas de esta estrategia es que llegas a mas gente pero no necesariamente a la gente a la que tu quieres llegar.
Decide tu cual es la estrategia que mejor se adapta a tu mercado y tus objetivos.
Pero recuerda que una red de contactos solo estará viva si contactas regularmente con ellos.
Los estudios demuestran que es casi imposible mantener un contacto cercano con más de 100 personas a la vez lo que reduce mucho nuestro margen de acción.

. Afortunadamente Linkedin ofrece una serie de herramientas que nos permiten conectar con la gente con cierta regularidad para felicitarles por su cumpleaños, un nuevo trabajo, un cambio de puesto…

Úsalos, acostúmbrate a entrar en Linkedin todas las mañanas y en la pantalla de inicio a la derecha te aparecerán todas las actualizaciones de tu red de contacto donde podrás mandar un mensaje directo o recomendar su actualización.



#4 Linkedin email marketing

Cómo sabrás puedes enviar emails a tus contactos de Linkedin, y esta, bien usada, es una herramienta muy poderosa.
Para que esta herramienta tenga sentido recuerda seguir estas sugerencias:

- ✓ Segmenta: usa las tag de Linkedin para segmentar a tus contactos en distintos grupos para que solo mandes información relevante y no span
- ✓ Manda información relevante y de interés
- ✓ No seas pesado, es decir, no estés mandando emails todas las semanas.
- ✓ Usa las reglas básicas del email marketing: asunto atractivo, personlización. aportar valor, llamada a la acción

Sólo hay una cosa negativa en el servicio de email de Linkedin y es que la persona que recibe el email puede ver las direcciones del resto de personas que han recibido el email, con lo que si tienes a alguien de la competencia en tu red (casi seguro) le estás dando toda tu red de contactos.

Por supuesto, iría en contra de la ley de protección de datos usar esos emails pero tienes que tenerlo en cuenta.

Junto con esta posibilidad, también puedes enviar 5 emails al mes a personas que no conoces ni están en tu red, úsalas con cabeza y te pueden ayudar a atraer a clientes clave.

#5 encontrar a tus clientes en Linkedin

Si tienes claro quienes son tus clientes tipo puedes realizar una búsqueda avanzada en Linkedin para encontrarlo y ver cual es la mejor forma de llegar a ellos:

1. Si son contactos de segundo grado invítalos a unirse a tu red
2. Mira en que grupos de Linkedin están ya que esto te ayudará a saber cuales son tus grupos estratégicos, ademas puedes invitar a tu red a cualquier persona que esté en un mismo grupo que tu.
3. Si son empresas puede seguir sus perfiles de empresa para que te lleguen todas sus actualizaciones y así encontrar oportunidades de negocio.
4. Revisa quien ha estado mirando tu perfil y si es un posible cliente o proveedor contactarlo para que se una a tu red, será mucho más fácil ya que ya ha visitado tu perfil y te conoce.

ESTRATEGIA DE MARKETING DE CONTENIDOS EN Linkedin

Linkedin es la mejor opción para dar a compartir información relevante sobre tu empresa y tu sector, atraer clientes y vender. ¿Cómo? A través del marketing de contenidos.

Marketing de contenidos en Linkedin.

El marketing de contenidos incluye la creación de contenido valioso para nuestros clientes, la búsqueda de contenidos valioso de terceros y la publicación del mismo para compartirlo con el mayor número de clientes potenciales con la idea de:

1. Que nos conozcan
2. Demostrar lo que sabemos y podemos hacer por ellos.
3. Llevar trafico a nuestra web
4. Conseguir sus datos a cambio de un determinado contenido
5. Ayudar de forma gratuita a nuestros clientes potenciales para que, cuando necesiten de nuestros productos o servicios piensen en nosotros.

Pero además, si eres una empresa B2B la mejor red social para compartir tus contenidos es Linkedin , así que vamos a ver como le podemos sacar el máximo partido.

ESTRATEGIA DE MARKETING DE CONTENIDOS EN Linkedin

Linkedin es la mejor opción para dar a compartir información relevante sobre tu empresa y tu sector, atraer clientes y vender. ¿Cómo? A través del marketing de contenidos.

Marketing de contenidos en Linkedin.

El marketing de contenidos incluye la creación de contenido valioso para nuestros clientes, la búsqueda de contenidos valioso de terceros y la publicación del mismo para compartirlo con el mayor número de clientes potenciales con la idea de:

1. Que nos conozcan
2. Demostrar lo que sabemos y podemos hacer por ellos.
3. Llevar trafico a nuestra web
4. Conseguir sus datos a cambio de un determinado contenido
5. Ayudar de forma gratuita a nuestros clientes potenciales para que, cuando necesiten de nuestros productos o servicios piensen en nosotros.

Pero además, si eres una empresa B2B la mejor red social para compartir tus contenidos es Linkedin , así que vamos a ver como le podemos sacar el máximo partido.

Formas de hacer marketing de contenidos en Linkedin

En Linkedin hay básicamente 3 formas de compartir contenido:

- ✓ Actualizaciones de tu perfil
- ✓ Compartir contenido en losgrupos a los que perteneces
- ✓ Publicar post en el propio Linkedin.

Actualizaciones:
Aquí puedes compartir con todo el mundo o solo con tu red de contactos y en tu twitter un mensaje con imagen, texto y link.

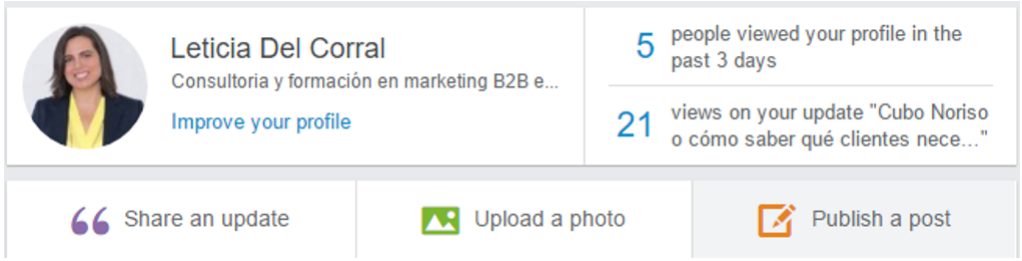


Compartir en grupos

Hablaremos un poco más sobre los grupos mas adelante pero la idea aquí es compartir una actualización pero en uno de los grupos de Linkedin a los que perteneces.

Post en Linkedin

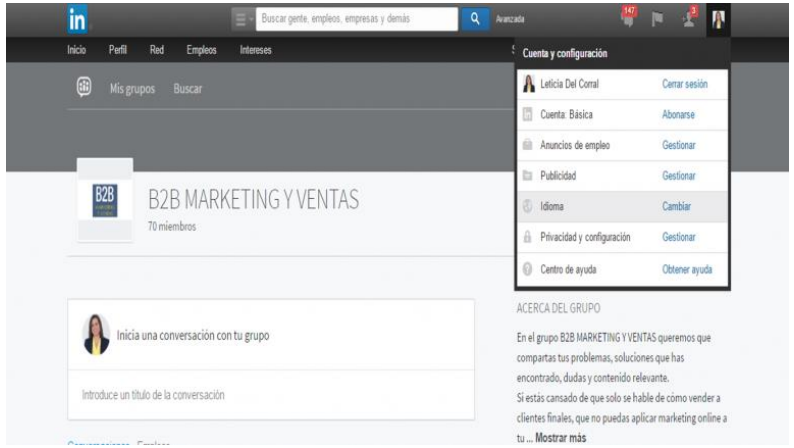
Linkedin permite actualmente publicar artículos o post enteros en su propia plataforma, estos artículos servirán para enriquecer tu perfil personal y dar mas información a tus contactos.



Además tienen la ventaja añadida de que se notifica a todos tus contactos automáticamente la publicación del post en forma de mensaje en Linkedin (no email).

Cómo desventaja está que no lleva trafico a tu página web pero nada que no se pueda arreglar optimizando muy bien el post para que tenga links interesantes a tu web.

No todo el mundo en España puede todavía publicar post en Linkedin pero es muy sencillo de arreglar, solo necesitas cambiar el idioma a ingles y listo, ya podrás publicar tus post.



Qué publicar en Linkedin y cómo hacerlo

Linkedin es una red social profesional por lo que el tipo de contenido que mejor funciona son los de tipo profesional, es decir, no es una red social para publicar tus fotos de las vacaciones o el último post donde hablas sobre tus hijos.

Es un lugar para dar a conocer tu *expertise* como profesional e información sobre los beneficios de usar tus productos o servicios. Cómo siempre, aquí también funciona la ley de pareto por lo que de todas tus publicaciones que un 80% sean informativas y solo un 20% promocionales.

En cuanto a como compartir tus publicaciones para atraer a tus clientes potenciales aquí tienes algunas recomendaciones:

- ✓ Publica al menos una vez a la semana
- ✓ intenta publicar fuera del horario de oficina ya que hay mas posibilidades de que estén en Linkedin (8:00 a.m o 18:00)
- ✓ Informa a tus contactos de que has publicado una nueva actualización en tu perfil
- ✓ Comparte tu contenido en tus grupos
- ✓ Incluye tus actualizaciones también en tu página de empresa (si la tienes)

Los grupos de Linkedin y como usarlos

Una de las cosas que mejor funciona es publicar tus contenidos en los grupos de Linkedin ya que puedes salir de tu red de contactos y acceder a contacto segmentado por intereses.

Pero, esto hay que hacerlo con cabeza:

1. Elige bien a que grupos te suscribes. Intenta que sean grupos muy específicos o con muchos mienbros donde se encuentre tu cliente ideal no tu competencia.
2. Dentro de tus grupos elige los 2 o 3 que más te interesen para hacer un seguimiento más exhaustivo. Configura las notificaciones para recibir solo la información de los grupos que te interesan.
3. Participa siempre en los hilos que hablen de tu tema para asegurar tu posicionamiento como experto.
4. No publiques solamente tus artículos, haz curación de contenidos y publica información de valor de otras personas.
5. Descubre quienes son los influenciers de tu grupo e intenta relacionarte con ellos participando en sus hilos y nombrándolos en tus publicaciones.

Crear y gestionar grupos en Linkedin

Por último, una buena opción para crear una comunidad alrededor de tu marca es crear un grupo sectorial.

No te engañaré, tener un grupo en Linkedin que funcione lleva bastante tiempo y no es tarea fácil, pero vale la pena.

Que tienes que tener en cuenta para crear el grupo:

- ✓ Elegir bien el tema que cuadré con tus productos o servicios para asegurarte que atraes a tus clientes a él. Cuanto más específico sea el tema que eliges mejor.
- ✓ Ponle un nombre que incluya la principal palabra clave, ya que el buscador de grupos de Linkedin busca por el nombre del grupo.
- ✓ Crea un grupo estándar, que aparezca en buscadores si es que quieres darle visibilidad. Si quieres que sea un grupo vips solo por invitación tendrás que crear un grupo no publicado pero solo podrá acceder la gente a la que tu invites directamente. Así que piénsalo bien.

Una vez que tengas creado tu grupo es hora de llenarlo, para ello puedes:

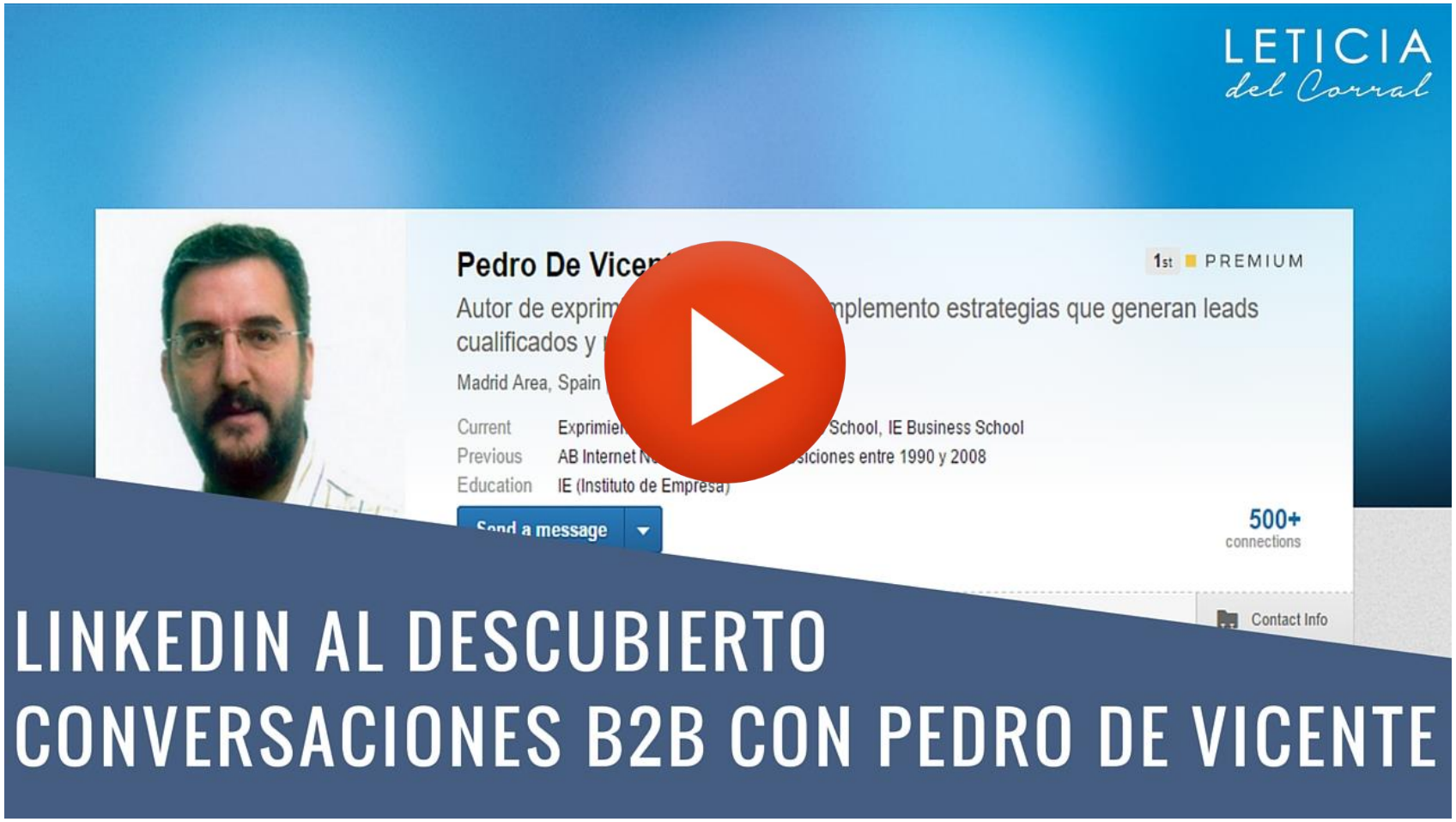
- ✓ Invitar a todos tus contactos o a una selección de ellos
- ✓ Mandarlo a tu base de datos de clientes, potenciales, suscriptores.
- ✓ Ponerlo en la firma de tus correo y en tus comunicaciones.

- ✓ Los miembros del grupo también pueden invitar a contactos. ¡Anímales a que lo hagan!
- ✓ Vigila lo que se publica para que tu grupo no acabe convertido en un cajón desastre lleno de span. Para ello usa los filtros de publicación que te da Linkedin.

linkedin b2b al descubierto. conversaciones b2b con pedro de vicente

Linkedin es la red social principal para una empresa Business to Business y por tanto, no te queda más remedio que manejarla como un experto.

Para ello, he invitado a Pedro de Vicente, uno de los principales expertos en español en Linkedin Business to Business.
Pedro de Vicente es consultor, conferenciante y formador y ayuda a empresas a conseguir atraer clientes empresa usando Linkedin.


LETICIA
del Corral
Pedro De Vicen
1st PREMIUM
Autor de exprim
mplemento estrategias que generan leads
cualificados y
Madrid Area, Spain
Current
School, IE Business School
Previous
AB Internet
siciones entre 1990 y 2008
Education
IE (Instituto de Empresa)
Send a message
500+
connections
Contact Info
LINKEDIN AL DESCUBIERTO
CONVERSACIONES B2B CON PEDRO DE VICENTE

RESUMEN Linkedin B2B AL DESCUBIERTO:

1:28 ¿Cómo puede ayudar Linkedin a una empresa Business to Business?
Crear audiencias altamente segmentadas y focalizadas en los decisores de compra
Posicionar la marca y fortalecer relaciones

3:54 Recomendación Básica para empezar a trabajar en Linkedin B2B
Lo primero y más importante es construir tu red profesional con tus clientes objetivo.
Tipo de red: calidad vs cantidad

6:00 Estrategia outbound en Linkedin
Ultrapersonalización de los mensajes
Ofrecer contenido de valor y eventos online y offline
Mensajes directos con conversiones del 8%

8:00 Extraer correos de Linkedin es ilegal
Usar la plataforma de Linkedin
No mandar mensajes masivo sino ultrapersonalizados

9:40 Por donde debería empezar una empresa pequeña en Linkedin B2B
Centrarse más en resultados que en estrategia de contenidos
Construir una red muy enfocada a sus decisores de compra más que a sus prescriptores
Estrategia de mensajes directos super-personalizados.

11:50 Grupos de Linkedin si o no
Con este último post acabamos con la serie dedicada a Linkedin.



EMPIEZA A ATRAER CLIENTES EMPRESA CON LINKEDIN

MAS RECURSOS EN LETICIADELCORRAL.COM/RECURSOS

LETICIA del Corral
LETICIADELCORRAL.COM