

20 luglio 2018

ESERCITAZIONI

Come Vendere di Più con i Social Network

A cura di Leonardo Bellini, LinkedInForBusiness.it



Magritte, la riproduzione vietata (1937, Olio su tela)

20 luglio 2018

1. Crea l'identikit del tuo cliente ideale

Crea un identikit che incarni il profilo tipico del tuo cliente tipo o cliente ideale.

Traccia l'identikit del tuo cliente ideale

Ruolo aziendale:

Funzione aziendale:

Anzianità aziendale:

Interessi:

Competenze:



Area geografica
Nazione:
Regione:
Città:

Settore industriale:

N° dipendenti:

Scuola/Università:

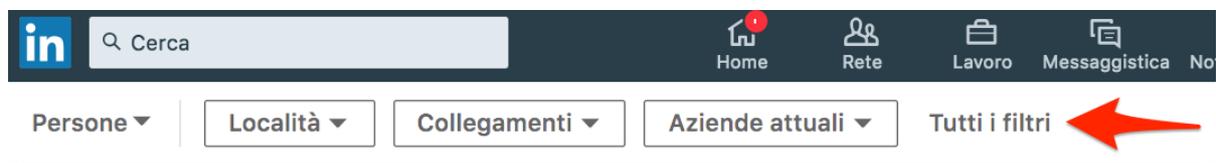
20 luglio 2018

2. Trova potenziali clienti su LinkedIn

Usa il motore di ricerca di LinkedIn, seleziona Persone.



Utilizza la ricerca avanzata su LinkedIn, vai su “Tutti i Filtri “inserisci i parametri del tuo cliente ideale.



Titolo/ruolo aziendale (es. Titolare, Amministratore Delegato, Buyer, Direttore Marketing)

- **Area geografica** (dove si trovano le tue aziende clienti?)
- **Settore industriale** (es. settore bancario, alimenti e bevande)
- **Livello di collegamento** (1°, 2°, 3° livello)
- **Scuola/Università** (es. Politecnico Milano, Bocconi)

20 luglio 2018

Tutti i filtri per Persone Rimuovi **6** | Annulla | **Applica**

Nome <input type="text"/>	Azienda <input type="text"/>	Collegamenti <input checked="" type="checkbox"/> 1°  <input type="checkbox"/> 2° <input type="checkbox"/> 3° +	Cerca con Sales Navigator
Cognome <input type="text"/>	Scuola o università <input type="text"/>		
Qualifica "Marketing Manager" OR "SALES" 			
Collegamenti di <input type="text"/>	Località <input type="text"/>	Aziende attuali <input type="text"/>	
	<input checked="" type="checkbox"/> Italia  <input type="checkbox"/> Milano, Italia <input type="checkbox"/> Stati Uniti <input type="checkbox"/> India <input type="checkbox"/> Regno Unito	<input type="checkbox"/> Google <input type="checkbox"/> Amazon <input type="checkbox"/> Accenture <input type="checkbox"/> Upwork <input type="checkbox"/> LinkedIn	
Aziende precedenti <input type="text"/>	Settori <input type="text"/>	Lingua del profilo <input type="checkbox"/> Inglese  <input checked="" type="checkbox"/> Italiano <input type="checkbox"/> Francese <input type="checkbox"/> Spagnolo <input type="checkbox"/> Portoghese	
<input type="checkbox"/> IBM <input type="checkbox"/> Microsoft  <input type="checkbox"/> Vodafone <input type="checkbox"/> Google <input type="checkbox"/> Accenture	<input type="checkbox"/> Media online <input checked="" type="checkbox"/> Marketing e pubblicità  <input checked="" type="checkbox"/> Informatica e servizi  <input type="checkbox"/> Risorse umane <input type="checkbox"/> Internet		
Interessi non profit	Scuole o università		

1° RICERCA: analizza i tuoi collegamenti diretti

- Filtra per i tuoi collegamenti di 1° livello:

Collegamenti

- 1°
- 2°
- 3° +

- Inserisci una Qualifica che corrisponde a quella del tuo cliente tipo (es. Titolare OR “Amministratore Delegato”).
- Per esempio puoi inserire nel campo TITLE “CEO” OR “DIRETTORE GENERALE”

20 luglio 2018

Qualifica

Titolare OR CEO OR "amministrati

- **Località:** inserisci "Italia" o una regione geografica (es. Pesaro o Marche) per filtrare per nazione o per regione metropolitana.

Località

Aggiungi una località

- Pesaro Urbino, Italia
- Italia
- Milano, Italia

- **Settore :** inserisci il settore (o settori) industriali delle tue aziende target, che desideri raggiungere su LinkedIn.

Settori

Aggiungi un settore

- Media online
- Marketing e pubblicità
- Informatica e servizi
- Risorse umane
- Internet

Applica la ricerca avanzata.

20 luglio 2018

Persone ▾ Italia ▾ 1° ▾ Aziende attuali ▾ Tutti i filtri Rimuovi 6

106 risultati

-  **Valentina Missaglia** • 1°
Marketing Manager presso Circuito Lombardia srl
Monza e Brianza, Italia
Attuale: Marketing Manager & Broker presso Circuito Lombardia srl
 105 collegamenti condivisi [Messaggio](#)
-
-  **Claudia Ferrentino** • 1°
Sales & Marketing Manager, HESA S.p.A.
Milano, Italia
Attuale: Sales & Marketing Manager presso HESA S.p.A.
 76 collegamenti condivisi [Messaggio](#)
-
-  **Selena Cavallo** • 1°
Digital Marketing Manager presso FORUMINVEST
Milano, Italia
Attuale: Digital Marketing Manager presso Forum Real Estate Management Srl
 148 collegamenti condivisi [Messaggio](#)
-
-  **Marcello Cazzaniga** • 1°
Digital Marketing Manager presso Bruschi Spa
Milano, Italia
Attuale: ...web, SEO/SEM, marketing... marketing campaigns (ROI...
 222 collegamenti condivisi [Messaggio](#)

Analizza l'elenco dei risultati. Individua una persona che non vedi o frequenti da tempo ma che corrisponde come profilo al tuo interlocutore o cliente ideale.

Vai sul suo Profilo e cerca di scoprire:

- Quanto la persona è attiva su LinkedIn? Analizza le sue attività su LinkedIn (quantità e freschezza dei contenuti che condivide)
- Quali sono i suoi interessi? Analizza gli influencer e le aziende che segue, i gruppi a cui è iscritto)

Annotati almeno 2 persone a cui potresti inviare un messaggio personalizzato.

3. Invia messaggio personalizzato a un tuo collegamento diretto

Invia un messaggio personalizzato ad un tuo collegamento diretto che corrisponda al tuo cliente ideale o interlocutore chiave, per **rivitalizzare la relazione**.

Personalizza il messaggio in base a ciò che hai scoperto analizzando il suo profilo.

20 luglio 2018

Cosa avete in comune (prossimità sociale)

- **Esperienze professionali in comune:** siete stati ex-colleghi, avete frequentato la stessa università o scuola, avete esperienze professionali in comune
- **Interessi in comune:** avete competenze in comune, avete gruppi LinkedIn in comune
- **Collegamenti in comune:** hai un tuo caro amico tra i collegamenti in comune che potresti citare nel tuo messaggio di riattivazione

Esempio di messaggio:

“Ciao è da un po’ di tempo che non ci sentiamo, ti ricordi i tempi in cui:

- Eravamo colleghi nella stessa azienda...
- Eravamo compagni di studi...
- Abbiamo lavorato insieme su quel progetto interessante...
- Siamo diventati esperti in...
- Ci vedevamo spesso anche con...
- pubblicato alcuni articoli su...

Perché non ci prendiamo un appuntamento telefonico nei prossimi giorni così mi racconti?”

Monitoraggio eventi o cambiamenti professionali:

Puoi anche fare leva su un evento professionale che è capitato al tuo Prospect. Analizza il suo Profilo e osserva se ha cambiato recentemente lavoro o azienda. Scopri se il tuo prospect ha:

- avuto una promozione di lavoro
- cambiato azienda
- avviato un progetto interessante
- avuto un nuovo incarico importante
- approfondito una nuova competenza/settore
- pubblicato alcuni articoli o libri su...

Esempio di messaggio:

“Ciao è da un po’ di tempo che non ci sentiamo, ho dato un’occhiata al tuo Profilo e ho scoperto che hai recentemente....

- avuto una promozione di lavoro
- cambiato azienda

20 luglio 2018

- avviato un progetto interessante
- ricevuto un nuovo incarico importante
- approfondito una nuova competenza/settore
- pubblicato alcuni articoli su...

Perché non ci prendiamo un appuntamento telefonico nei prossimi giorni così mi racconti?”

Oppure puoi fare leva sui suoi **interessi professionali**:

“Ciao, è da molto che non ci sentiamo; ho dato un’occhiata al tuo Profilo e in quanto (es. responsabile Commerciale”) penso che potrebbe interessarti leggere questo mio Ebook che trovi a questi link -> [link al PDF].

Credo che i suggerimenti che troverai possano avere un grande impatto sui tuoi obiettivi di business”. Appena l’avrai letto, scrivimi, potremmo vederci una delle prossime sere.”

INVIA ora un messaggio di questo tipo a un tuo collegamento diretto

Vai sul suo Profilo e clicca sul bottone messaggio:



Il tuo obiettivo è fissare un appuntamento telefonico o un incontro di persona.

4. Ricerca Prospect tra i collegamenti di 2° livello

2° RICERCA: collegamenti di 2° livello

Effettua una ricerca per scoprire quanti sono, chi sono, quali interessi hai in comune con ciascuno di essi e come potresti raggiungerli tramite un messaggio personalizzato.

Scegli collegamenti di 2° livello nel menu di destra:

20 luglio 2018

Collegamenti

1°

2°

3° +

Scorri l'elenco dei risultati, scopri quanti e quali collegamenti hai in comune.

Persone ▾ Località (2) ▾ 2° ▾ Aziende attuali ▾ Tutti i filtri Rimuovi 7

1.326 risultati

 **Carmine Mussari** • 2°
Amministratore Delegato
Milano, Italia
Attuale: Amministratore Delegato presso STG s.r.l.
 18 collegamenti condivisi

 **Simone Masè** • 2°
Chief Executive Officer at Saatchi & Saatchi
Milano, Italia
 831 collegamenti condivisi

Scegli un Prospect che desideri contattare e vai sul suo Profilo LinkedIn.

Clicca su “**Punti chiave**”, analizza i collegamenti condivisi, cerca di capire chi potrebbe presentarti.

20 luglio 2018

Seleziona un collegamento in comune che ha qualche affinità con te e che ti potrebbe presentare il Prospect.

Punti chiave



42 collegamenti in comune

Tu e Jill conoscete Bryan Eisenberg, Jock Breitwieser e 40 altre persone



PREMIUM

Crescita del 31% nella funzione Business Development di Charleston Metro Chamber of Commerce (negli ultimi 12 mesi)

Jill lavora qui

[Vedi altre informazioni](#)



4 gruppi in comune

Tu e Jill siete iscritti ai gruppi Connect: Professional Women's Network, Inbound Marketers - For Marketing Professionals e 2 altri gruppi



Jill può presentarti a 15 persone presso IBM

[Segui IBM](#)

identifica almeno un collegamento in comune a cui chiedere di presentarti il tuo collegamento target.

5. Chiedi a un collegamento condiviso di presentarti

Chiedi una presentazione a un collegamento in comune

Vai sul Profilo della persona a cui vuoi chiedere di introdurti; Clicca su messaggio e comincia a scrivere la tua richiesta di introduzione.

Gli elementi del tuo messaggio:

- 1) Perché ti stai rivolgendo proprio a lei
- 2) Sii specifico riguardo a cosa vuoi (e perché)
- 3) Non mettere sotto pressione, spiega che lo chiedi se non disturbi
- 4) Sei disponibile a ricambiare il favore
- 5) Ringrazia in anticipo

ESEMPIO DI RICHIESTA DI INTRODUZIONE:

PERCHÈ PROPRIO A TE:

Ciao [Nome], ho notato che tra i tuoi collegamenti hai una persona che vorrei contattare; si tratta di [Nome cognome] che lavora in un settore che sto seguendo particolarmente da

20 luglio 2018

vicino e che conosco bene. Sono certo che la tua introduzione potrebbe facilitarmi il contatto, e di questo ti ringrazio in anticipo

LA RAGIONE DELLA TUA RICHIESTA

Mi piacerebbe dargli alcune informazioni e suggerimenti su come affrontare la problematica che il suo settore sta attraversando e spiegargli quali soluzioni con la mia azienda abbiamo elaborato

LASCIA SPAZIO AL RIFIUTO

Naturalmente se credi che non sia caso o se per qualche motivo ti senti a disagio, non ti preoccupare, capisco benissimo.

PROPONITI PER RICAMBIARE IL FAVORE

Colgo l'occasione per chiederti se tra i miei collegamenti c'è qualcuno a cui vorresti che ti presentassi. Per me sarebbe un vero piacere.

GRAZIE E RECAPITI

Se vuoi ci possiamo sentire telefonicamente o via email. Qui sotto ti lascio i miei recapiti.

Ti ringrazio in anticipo e spero di poter contraccambiare quanto prima.

A presto,

Leonardo

Mobile. 335.7386933

Email: leonardobellini@dml.it

6. Invia una richiesta di collegamento personalizzata

Vai sul Profilo del Prospect, collegamento di 2° livello, a cui vuoi inviare una richiesta di collegamento.

20 luglio 2018



michela faranda • 2°
PR at MF public relation. Marketing Politico
Milano, Italia

[Collegati](#) [Visualizza in Sales Navigator](#)

 MF public relation
 SDA Bocconi
 Vedi informazioni di contatto
 98 collegamenti

Cerca di estrarre alcune informazioni rilevanti in merito alla sua storia personale o professionale.

Analizza:

- Esperienze passate in comune (Scuola, università, aziende passate)
- Stesse competenze o interessi (Skills, interessi e gruppi in comune)
- Collegamenti in comune
- Livello di attività su LinkedIn (frequenza di pubblicazione e temi ricorrenti)
- Leggi il suo Riepilogo, cerca di capire cosa è importante per lui/lei

Personalizza il messaggio (300 caratteri)

Usa o ispirati a questi esempi per personalizzare il tuo invito.

20 luglio 2018

Puoi personalizzare questo invito ✕

Includi un messaggio personale (facoltativo):

Ciao Michela, guardando il tuo profilo ho scoperto che condividiamo gli stessi interessi e abbiamo molti collegamenti in comune, tra cui l'amico Mauro Facondo. Mi piacerebbe aggiungerti al mio network e fissare con te una telefonata di approfondimento sul tema del marketing politico. A presto, Leo

2

Annula **Invia un invito**

1° esempio: compagni di università

- Ciao «nome», ho notato che hai frequentato «Nome scuola/università».
 - Anche io ho frequentato la stessa università, sebbene mi sembri che sia passato tanto tempo da allora.
 - Di solito cerco di collegarmi con gli ex compagni di università e avrei piacere a collegarmi anche con te.
 - «tuo nome»
-

2° esempio: ex-colleghi

- Ciao «nome», ho notato che hai lavorato in «Nome azienda/».
 - Anche io ho lavorato nella stessa azienda, sebbene mi sembri che sia passato tanto tempo da allora...
 - Mi piace collegarmi con ex colleghi e avrei piacere a collegarmi anche con te.
 - «tuo nome»
-

3° esempio: stessi interessi professionali

20 luglio 2018

- Ciao «nome», ho notato che anche tu come me sei interessato al «Nome disciplina» e che condividi il tuo punto di vista qui su LinkedIn in alcuni **gruppi professionali** che anche io frequento.
- Mi piace condividere interessi ed esperienze professionali qui su LinkedIn, per questo mi piacerebbe aggiungerti al mio network

«tuo nome»

4° esempio: recente incontro

- Ciao «nome», è stato bello essersi conosciuti ieri al «Convegno/Fiera/Conferenza/Evento di networking» a «location».
 - Mi piacerebbe aggiungerti al mio network professionale qui su LinkedIn.
 - Se c'è qualcosa che posso fare per te, non esitare a contattarmi e a chiedermelo.
 - «tuo nome»
-