

*LinkedIn como  
herramienta de  
ventas*

# LINKEDIN PARA CAPTAR Y FIDELIZAR CLIENTES

Negocio Digital



CreatiaBusiness



## **LINKEDIN PARA CAPTAR Y FIDELIZAR CLIENTES**

**Nivel Intermedio-avanzado**

### **OBJETIVOS:**

Al finalizar el curso el alumno habrá conseguido:

- Revisar su perfil de LinkedIn y optimizarlo tanto para “ser encontrado” por clientes potenciales como para facilitar conversiones.
- Dominar las destrezas de búsqueda avanzada, identificación de los hábitos de uso de clientes potenciales, técnicas para facilitar el engagement y la conversación en LinkedIn con clientes potenciales
- Crear un plan individual de trabajo semanal en linkedin y un plan colectivo de “employee advocacy”

**HORAS** 9 HORAS

## PROGRAMA DEL CURSO

### ¿Cómo puede ayudarme LinkedIn a vender? Introducción

- Repaso a las principales ventajas de LinkedIn como herramienta para conseguir clientes
- Puesta en común de los conocimientos y hábitos de los alumnos.

### ¿Está mi perfil optimizado para “ser encontrado” y convertir?

- Uso de las palabras clave en extracto, experiencia profesional, intereses..
- Validaciones y recomendaciones
- Contenido: qué publicar y cuando

### Buenas prácticas en LinkedIn:

- Haciendo crecer nuestra red de contactos
- Consiguiendo “Validaciones”
- Creando una página de empresa
- Creando un grupo
- Participando en grupos
- Creando actualizaciones de estado
- Empezando a usar la herramienta de “búsqueda”

### Búsquedas avanzadas:

- La “pirámide” de contactos
- Cómo hacer crecer nuestra red de forma rápida y eficaz
- Cómo encontrar y contactar con clientes potenciales o “leads”
- Mensajes de contacto: auto-presentación, presentación a través de un contacto común, presentación offline, ventajas e inconvenientes

### El cliente potencial:

- Identificar hábitos online:
  - Horarios y frecuencias de uso
  - Modo de uso
  - Nivel de engagement (interacción)
  - Grupos predilectos
- Obteniendo información de clientes potenciales
  - De su perfil
  - De sus hábitos online
- Interactuando con clientes potenciales
  - Toma de contacto

- Contacto activo vs pasivo
- Contacto online-offline

### **La generación de contenidos:**

- ¿Por qué “El contenido es el Rey”?
- ¿Qué contenido crear y qué contenido compartir?
- Plan de contenido

### **Estrategias grupales en LinkedIn:**

- Página de Empresa:
  - Cómo crear y gestionar la página de empresa
  - Cómo dinamizar la página de empresa y convertirla en una herramienta para la captación y fidelización de clientes
- “Employee advocacy”:
  - ¿Qué es y por qué es una de las grandes tendencias del último año
  - Creación de un plan de “Employee advocacy”

### **Publicidad PPC en LinkedIn:**

- Ventajas e inconvenientes de la publicidad PPC en LinkedIn
- Tipos de anuncios
- Targeting

### **Integración de LinkedIn en la estrategia de ventas:**

- Productos y servicios:
  - Cómo mostrar nuestros productos y servicios
- Estudio de la competencia:
  - La competencia en LinkedIn
- Objetivos comerciales:
  - Posicionamiento
  - Conversiones
  - Ventas
- Estrategias de ventas:
  - Estudio de las necesidades
  - Estudios de la demanda
- Tácticas y acciones:
  - Captación
  - Fidelización



**Conclusiones finales:**

- Un repaso general a las posibilidades de LinkedIn para captar y fidelizar clientes
- Retos a la hora de gestionar el cambio
- Objetivos de futuro

Contamos con un equipo humano altamente cualificado, compuesto por los **mejores expertos de España** en cada materia. Son formadores de vocación, motivados por un clima de aprendizaje continuo, que combina la actividad formativa con el desarrollo de su actividad profesional, garantizando experiencia real en las materias que imparten.

El objetivo de nuestra formación es que sea **innovadora**, aportando **valor y especialización**. Todos los servicios están diseñados para adaptarnos a **su realidad concreta**, desde la gestión de bonificaciones pasando por formación a medida, consultoría de proyectos hasta los valores añadidos que creamos expresamente para usted.

Hemos implantado sistemas que permitan garantizar de forma objetiva la calidad de los servicios que ofrecemos y así lo certifica TÜV RHEINLAND, desarrollando nuestra actividad según la norma UNE-EN-ISO 9001:2008.

SOCIAL MEDIA - GAMIFICACIÓN - RECURSOS  
HUMANOS - MINDFULNESS - TECNOLOGÍA Y  
SEGURIDAD TIC - IDIOMAS - CALIDAD

C/ Fortuny 3 - 1º Dcha.  
28010 Madrid  
T. 91 391 44 29  
F. 91 771 07 90  
info@creatiabusiness.com