




tjekliste

Er din LinkedIn profil

Social Selling parat?

En B2B sælger uden LinkedIn profil er som en virksomhed uden hjemmeside.

Er din LinkedIn profil ligesom det danske gennemsnit? Sandsynligvis. Ønsker du at din profil skal arbejde for dig fremfor at spænde ben, så kommer her en tjekliste med minimumskrav for en god salgs-LinkedIn-profil.

Område	
<p># 1 – Profilbillede Er dit billede professionelt? Eller skiller du dig negativt ud? LinkedIn er et rent business netværk og det er her du primært ønsker besøg af den kommende kunde og beslutningstager. Tænk derfor grundigt over dit online førstehåndsindtryk.</p>	
<p># 2 – Din header Har du en standard header eller har du brugt de 120 tegn under dit navn med omtanke? Tænk søgeoptimering. Hvad vil du gerne findes på? Hvad vil du gerne, at dit netværk forbinder dig med? Se det lidt á lá din tagline.</p>	
<p># 3 – Kontaktinformationer En sælger har altid fokus på nemt at kunne kontaktes. Har du opdaterede kontaktinformationer ? Og vælger du at vise din professionelle mailadresse, ikke den private?</p>	
<p># 4 – Call to Action – hvad skal den besøgende nu? Den ultimative LinkedIn besøgende for en sælger er en potentiel kunde eller måske et nyt ansigt hos en eksisterende kunde. Udnyt at du kan linke til op til 3 websites og selv navngive "lablen" og bestemme præcist hvor det skal linke hen. Eks. "Mød vores kunder" i stedet for "Company Page".</p>	

**# 5 Personlig url**

Har du "taget" din personlige url? Gør det nu og kom før alle de andre Per Jensen på LinkedIn. Du kan bruge den på dit visitkort, i din autosignatur mm. og lede folk direkte hen til din offentlige LinkedIn profil.

6 Få farver og mere information på

Udnytter du alle de nye muligheder LinkedIn stiller til rådighed? Husk du nemt kan krydre din profil med "farvelade". Under både Summary og Experiences kan du uploade dokumenter eller endnu bedre linke til eks. en kunde-rettet-præsentation på SlideShare.net. Sæt i gang..

7 Summary

Dette felt er det ALLERVIGTIGSTE på en Social Selling profil.

Udnyt summary pladsen og giv den besøgende på din profil lige netop de budskaber du ønsker. Tænk i søgeoptimering og værdi for kundegruppen, fremfor din næste arbejdsgiver, som de fleste profiler i øvrigt er rettet imod.

8 Udgivelser

Har du noget indhold online, der understøtter kundens beslutningsproces / købsproces? Brug LinkedIn området "udgivelser" kreativt, hvis du ikke er bange for at skille dig ud fra mængden. Link ind til 3-4 indlæg der besvarer typiske spørgsmål eller præciserer den udfordring, dit produkt afhjælper.

9 Skills

Mange elsker at hade området med skills. MEN det er IKKE kun for folk der søger aktivt job. Når du arbejder med dine skills så tænk i – hvilke 10-20 skills understøtter mit brand / er mig? Hvilke skills har mine konkurrenter? Hvilke skills har mine kunder?

#10 LinkedIn Blog

Har du bemærket, at du nu kan ansøge, om at blive blandt de første, der har sin egen LinkedIn blog állá Richard Branson og de andre kendte meningsdannere? Er din målgruppe på LinkedIn, er det en helt forrygende mulighed for at blive en meningsdanner i din branche og lade folk følge dit indhold løbende.

Det grundlæggende – men ...

Det var i grove træk de grundlæggende ting, som du bør have 100 % styr på.

MEN, Social Selling består i meget andet end at bruge LinkedIn tilfældigt og på mere "traditionel vis".

En social seller bruger de muligheder, der er optimalt og med et stærkt fokus på målgruppen og ønskede resultater. (leadgenerering, indblik i målgruppen, account management, mersalg osv.)

Så hvis der komme en (smart LinkedIn sælger) og påstår, at han på 3 timer og et quick-fix kan gøre mirakler ved dine salgsresultater, så husk, at Social Selling er meget mere end din LinkedIn profil. Det er...

- En god blanding af teknik (blogs, LinkedIn, Twitter & nye online hjælpeværktøjer)
- Nye online salgskompetencer (hvordan kommer jeg tættere på målgruppen?, hvordan connecter jeg intelligent og går fra visitkort til netværk?, hvordan undgår jeg at poste mit netværk ihjel? osv.)
- Nye KPI'er til salgsledelsen
- og ikke mindst en adfærdsændring, så metoderne forankres og du gør det kontinuerligt. Så skal resultaterne nok komme.

Social Selling gør ikke en dårlig sælger god, men en god sælger bedre.