LINKEDIN COM A GENERADOR DE NEGOCI

Com fas servir Linkedin?
T' has preguntat, com fer-lo servir perquè es converteixi en una eina per generar negoci?

Linkedin es la xarxa mes gran de contactes professionals.
En aquesta jornada veurem els punts fonamentals pel bon us de Linkedin

CENTRE D'EMPRESES
BAIX LLOBREGAT
PROCORNELLÀ

Diputació Barcelona

Mancomunitat de Catalunya
1914 2014

Felipe Calvo

Felipe Calvo

Com a generador de NEGOCI

Diputació Barcelona

Mancomunitat de Catalunya 1914 2014

CENTRE D'EMPRESES BAIX LLOBREGAT PROCORNELLÀ

QUÈ ESPERES ACONSEGUIR EN AQUESTA PONÈNCIA D'AVUI?

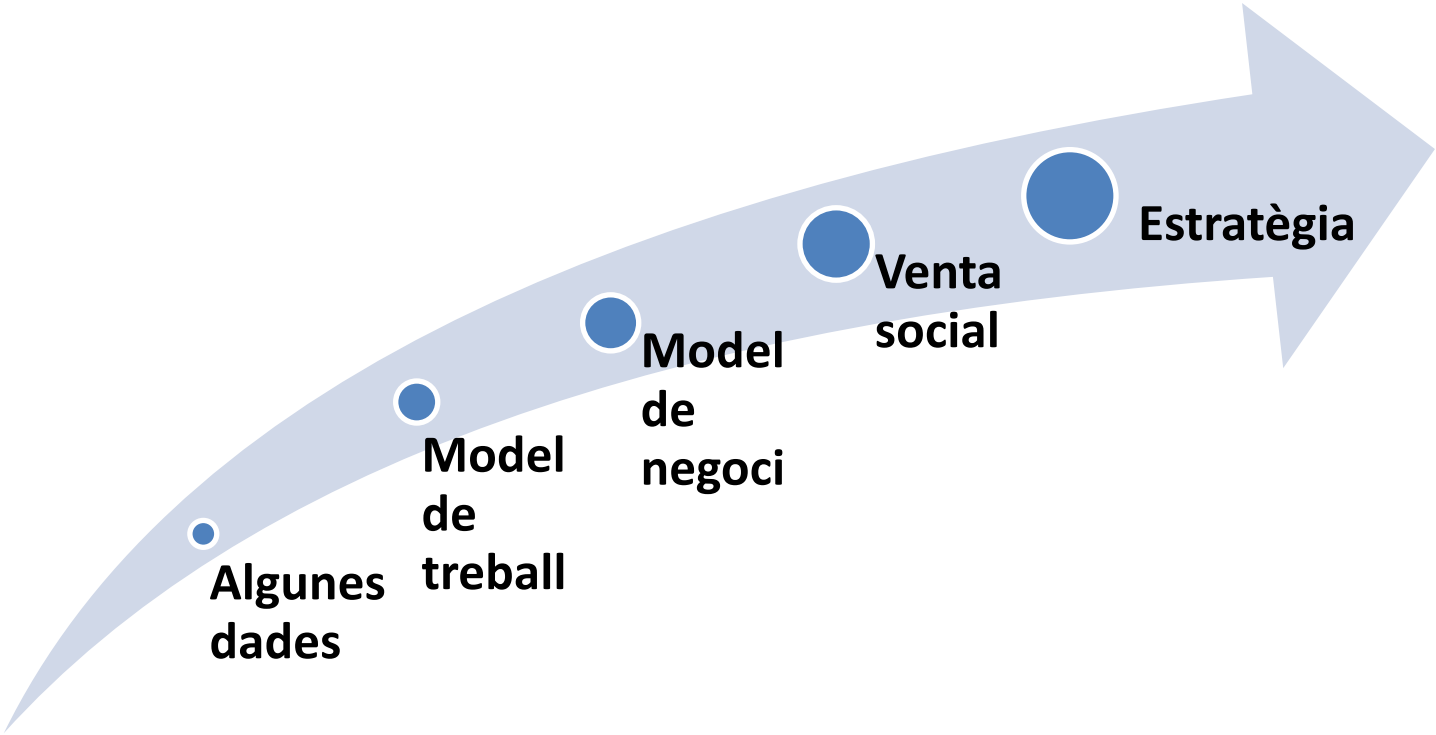
Felipe Calvo

LA XARXA DELS PROFESSIONALS

Diputació Barcelona

Mancomunitat de Catalunya 1914 2014

CENTRE D'EMPRESES BAIX LLOBREGAT PROCORNELLÀ


Algunes dades
Model de treball
Model de negoci
Venta social
Estratègia

Una Època de Canvis?

0...

Un canvi d'època?

ALGUNES DADES

Vivim temps exponencials…

Anys per aconseguir 50 milions d'usuaris

facebook

2 anys

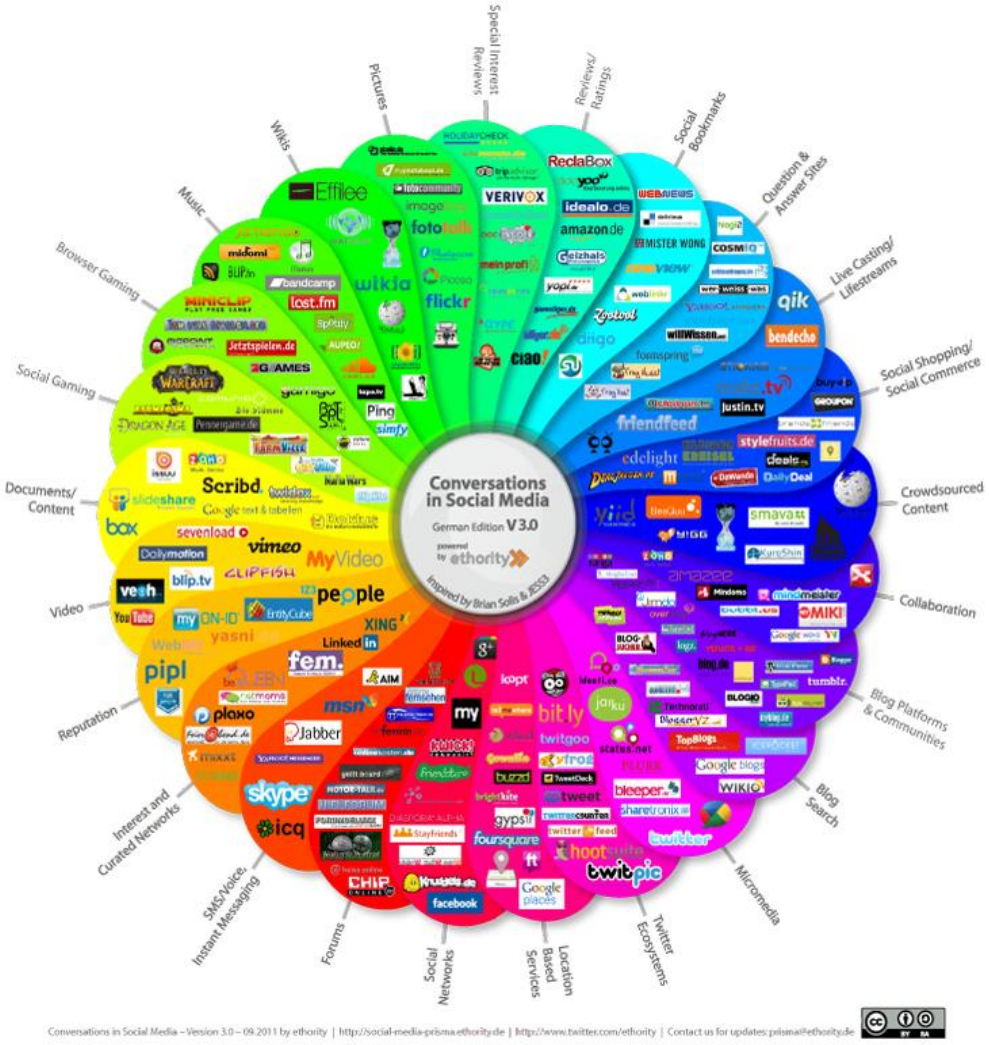
3 anys

4 anys

13 anys

38 anys

ALGUNES DADES

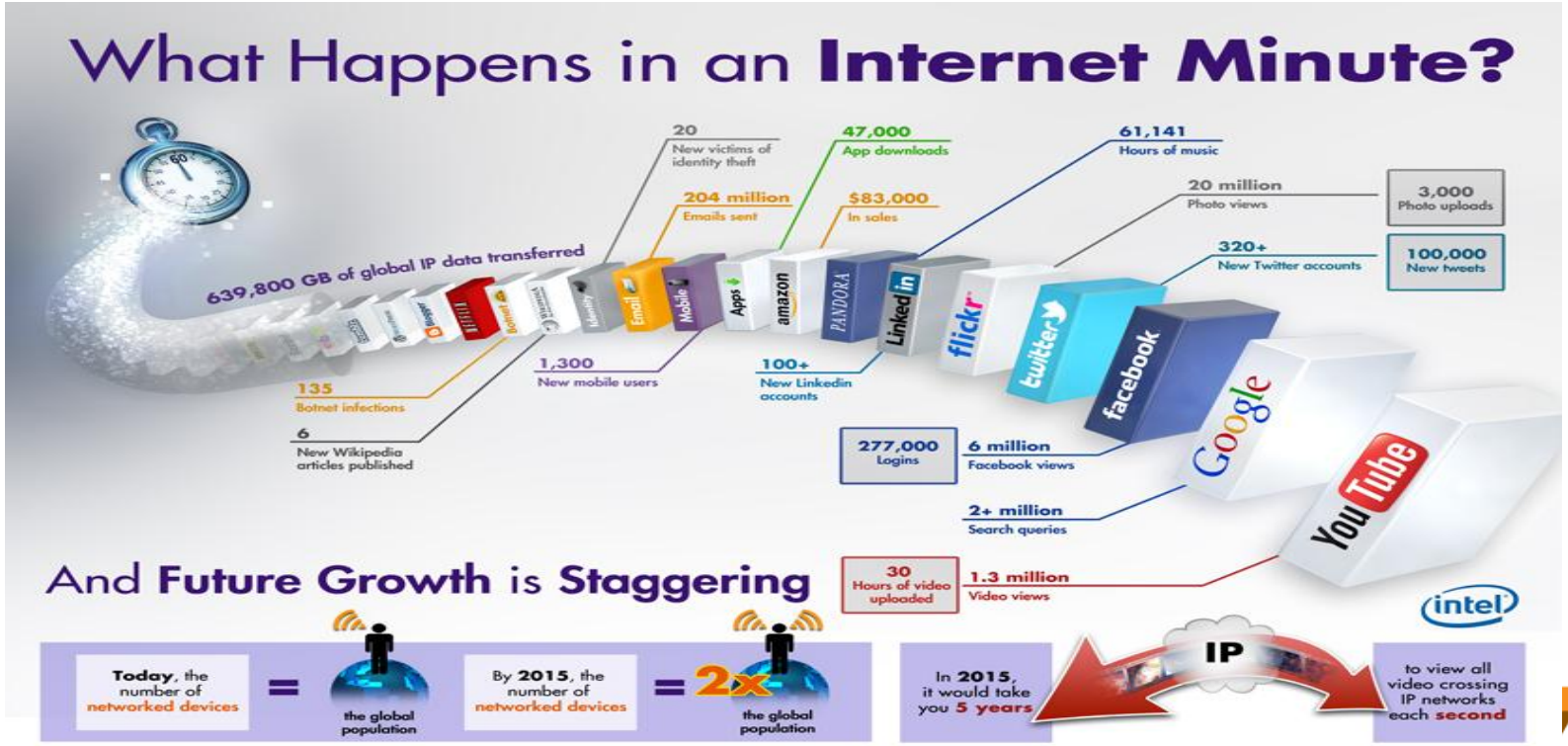


Les xarxes socials a internet

ALGUNES DADES

Visites de les xarxes pels navegants …

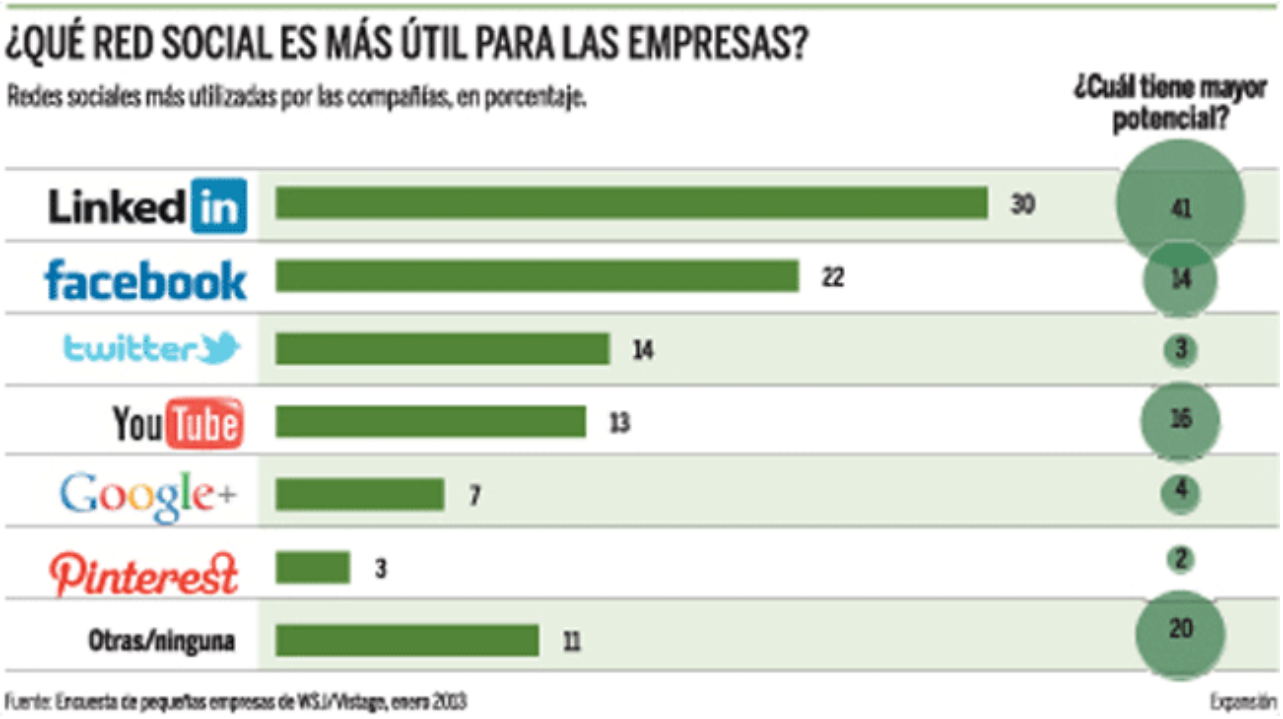
en un minut



ALGUNES DADES

Percentatge d'us de les xarxes…

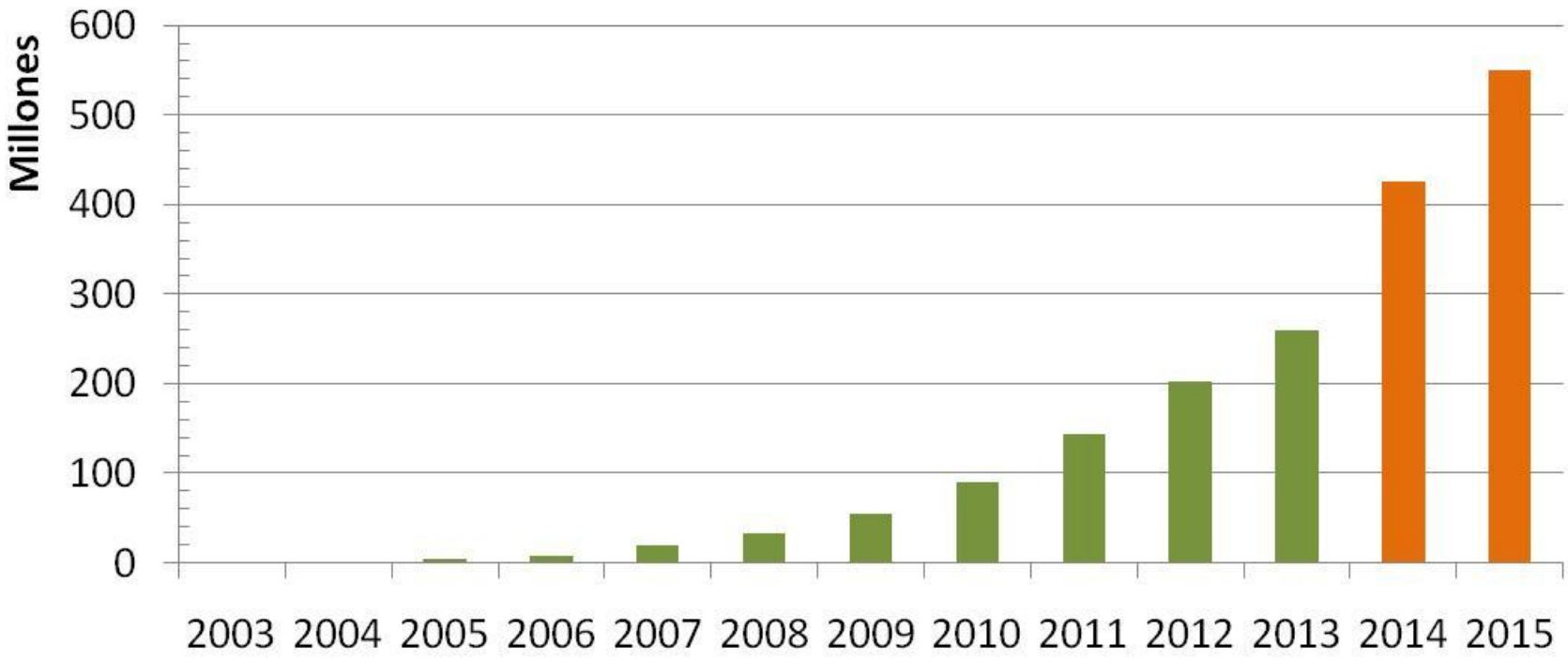
per les empreses



ALGUNES DADES

Projecció de LinkedIn des del seu inici el 5 Maig 2003

Any 2020 : 3300 Milions (tots els professionals de la terra)



LinkedIn, reina entre las empresas B2B

Sin embargo, 2014 se ha configurado como el año en el que algo ha cambiado. Y es que la red social de Mark Zuckerberg ya no es el espacio favorito de determinadas organizaciones empresariales. Hablamos de las empresas denominadas Business to business (B2B), aquellos negocios cuyos clientes son otros negocios, no consumidores particulares.

Pero, ¿quién es el culpable de tal desarreglo? Como muchos estaréis pensando, **LinkedIn. Esta plataforma, denominada justamente "la red social de los profesionales", se ha convertido en la herramienta predilecta de este tipo de empresas para llevar a cabo sus acciones de comunicación y obtener con ella suculentas ventajas.**

De hecho, según la última edición del Social Media Marketing Industry Report**, el 33 por ciento de esta tipología de organizaciones reconoce que LinkedIn es el soporte más importante para realizar su estrategia de comunicación online**, frente a un 31 por ciento que sigue prefiriendo Facebook.

En paralelo, un 65 por ciento de los encuestados, o lo que es lo mismo**, dos de cada tres, mostraron interés en conocer más profundamente el manejo de esta herramienta**, algo que no es de extrañar dado que LinkedIn destaca por ser la preferida para conseguir fines comerciales entre las empresas

Escrito por Marina Dans Prieto para WWWhatsnew.

http://wwwhatsnew.com/2014/10/13/linkedin-reina-entre-las-empresas-b2b/

LinkedIn, reina entre las empresas B2B

La inversión publicitaria, un dato que también nos sirve para tomar el pulso a la preferencia que las empresas tienen por una red u otra, también se inclina hacia el lado de LinkedIn. **Así, esta plataforma concentra un 88 por ciento de las intenciones de los usuarios de contratar publicidad en este soporte, frente al 86 por ciento que por ejemplo registra Twitter.**

Unos datos que nos sugieren cómo LinkedIn se ha consolidado entre los internautas y las empresas que saben aprovechar el potencial de Internet. Por ello, las cifras aquí expuestas nos muestran un rumbo y perspectiva inmejorable para esta red social.

De hecho, su cifra de miembros no solamente ha crecido en cantidad, **sino también en torno a la calidad de las acciones que llevan a cabo en ella**, algo que es analizado a través de su índice de actividad.

Además, este mes **LinkedIn ha alcanzado la friolera cantidad de 300 millones de miembros en todo el mundo**.

¿Cuál es la clave de su éxito? **Probablemente es una cuestión de innovación. LinkedIn es una plataforma que está en permanente revisión**. Y es que por ejemplo, en la actualidad acaba de implementar nuevos rasgos, como ofrecer a las empresas la posibilidad de segmentar por idioma o ubicación geográfica y a los usuarios,conocer que acciones han impulsado a que visiten sus perfiles. Con estos datos, no es de extrañar que los negocios avispados se estén subiendo a la locomotora de LinkedIn. ¿Está tu empresa entre ellos?

Escrito por Marina Dans Prieto para WWWhatsnew.

http://wwwhatsnew.com/2014/10/13/linkedin-reina-entre-las-empresas-b2b/

ALGUNES DADES

Què és Linkedin

- Es la xarxa social professional mes important del mon amb mes 300 MILIONS D'USUARIS

- A Espanya som mes DE CINC MILIONS DE PROFESSIONALS esperant per generar contactes d'interès y PER FER NEGOCIS

ALGUNES DADES

Perquè serveix?

Per donar impuls a la teva carrera professional i / o empresarial per mediació del Networking

ALGUNES DADES

Què es pot aconseguir?

Tenint el teu PERFIL y/o PÀGINA D'EMPRESA. Els contactes poden mesurar la teva vàlua professional mitjançant les RECOMANACIONS I VALIDACIONS DELS TEUS PRODUCTES I SERVEIS dels teus companys o clients.

ALGUNES DADES

Què es pot aconseguir?

Estar al dia de les novetats o necessitats del teu sector per mediació dels GRUPS que existeixen a Linkedln

ALGUNES DADES

Què es pot aconseguir?

Resoldre els teus dubtes o PROPOSAR SOLUCIONS a situacions d'interès que es PROMOUEN dintre del grup mitjançant comentaris i aportacions

ALGUNES DADES

Què es pot aconseguir?

FER NEGOCIS introduint els teus productes i REVALORITZAR LA TEVA CARRERA professional

Felipe Calvo

MODELO DE TRABAJO

Diputació Barcelona

Mancomunitat de Catalunya 1914 2014

CENTRE D'EMPRESES BAIX LLOBREGAT PROCORNELLÀ

QUE HACER...

¿Qué voy hacer en LinkedIn?

- Estrategia
  - Como lo trabajo
    - Medir resultados

QUE HACER...

ESTRATEGIA

- ¿Que quiero conseguir?
- Contar con un buen perfil profesional
- ¿Qué les voy a comunicar a los contactos?
- ¿Quién me puede ayudar?

QUE HACER...

ESTRATEGIA

- ❑ Hacer el contacto inicial
- ❑ Crear una relación de confianza
- ❑ Mostrar el producto
- ❑ Que hace la competencia

QUE HACER...

MODELO DE ACTUACIÓN

DEFINE ESTRATEGIA…

Que quieres hacer…

Como lo vas hacer..

A quien te vas a dirigir…

DEFINE PERFIL...

FOTO DE PERFIL

Aconsejable tener un **PRIMER PLANO** de nuestra imagen a ser posible en blanco y negro que muestre **CERCANÍA y CONFIANZA**

DEFINE PERFIL...

Describe tu Misión

Antonio Ruiz Rus

Co-autor Human Resources Leadership: El nuevo impulso del capital humano en Amazon

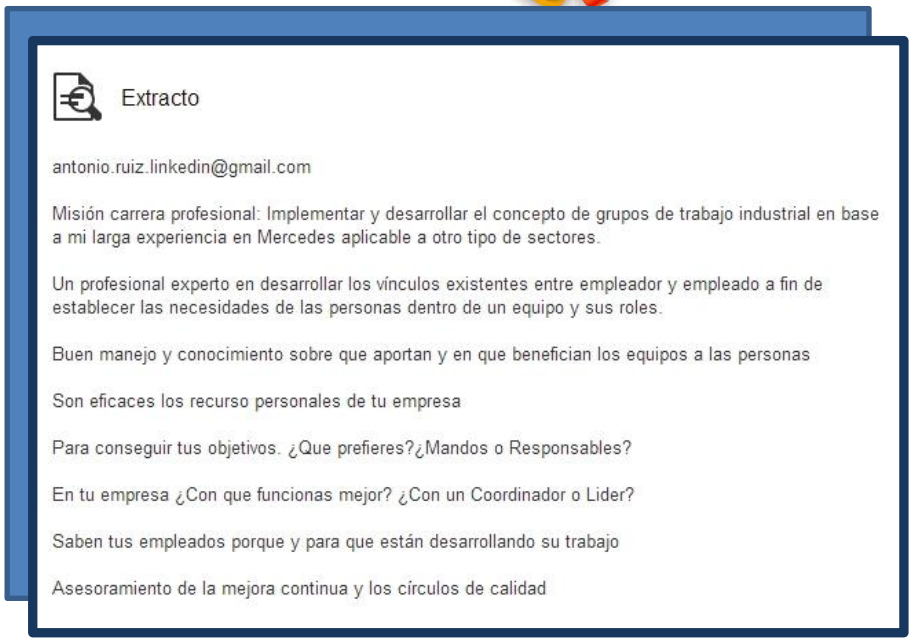
Barcelona y alrededores, España | Internet

Actual	Amazon, Felipe Calvo, Barcelona Leadership
Anterior	Ayuntamiento de Santa Coloma de Gramanet, Mercedes Benz España S.A, Compañia de seguros y reaseguros deSanta Lucia
Educación	Escuela de diseño, Tecnología y Comunicación Digital SEEWAY

Extracto profesional que llame la **ATENCIÓN** en **8 seg.**

DEFINE PERFIL...

Extracto

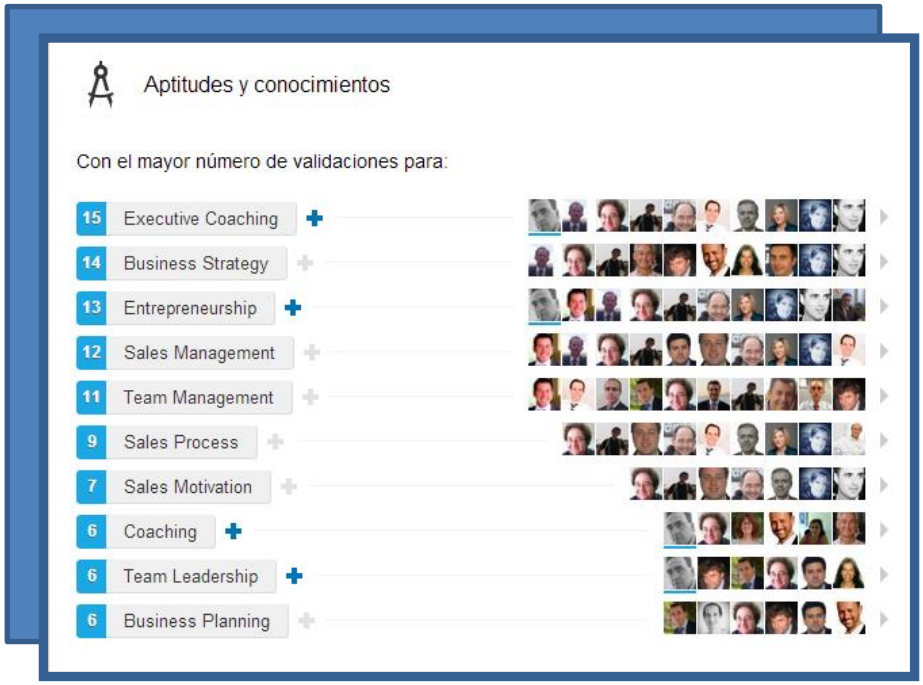


Debes **COMUNICAR** lo que vendes o realizas en **30 segundos**

Aconsejable ***seis párrafos*** con un máximo de ***dos líneas*** cada uno

DEFINE PERFIL...

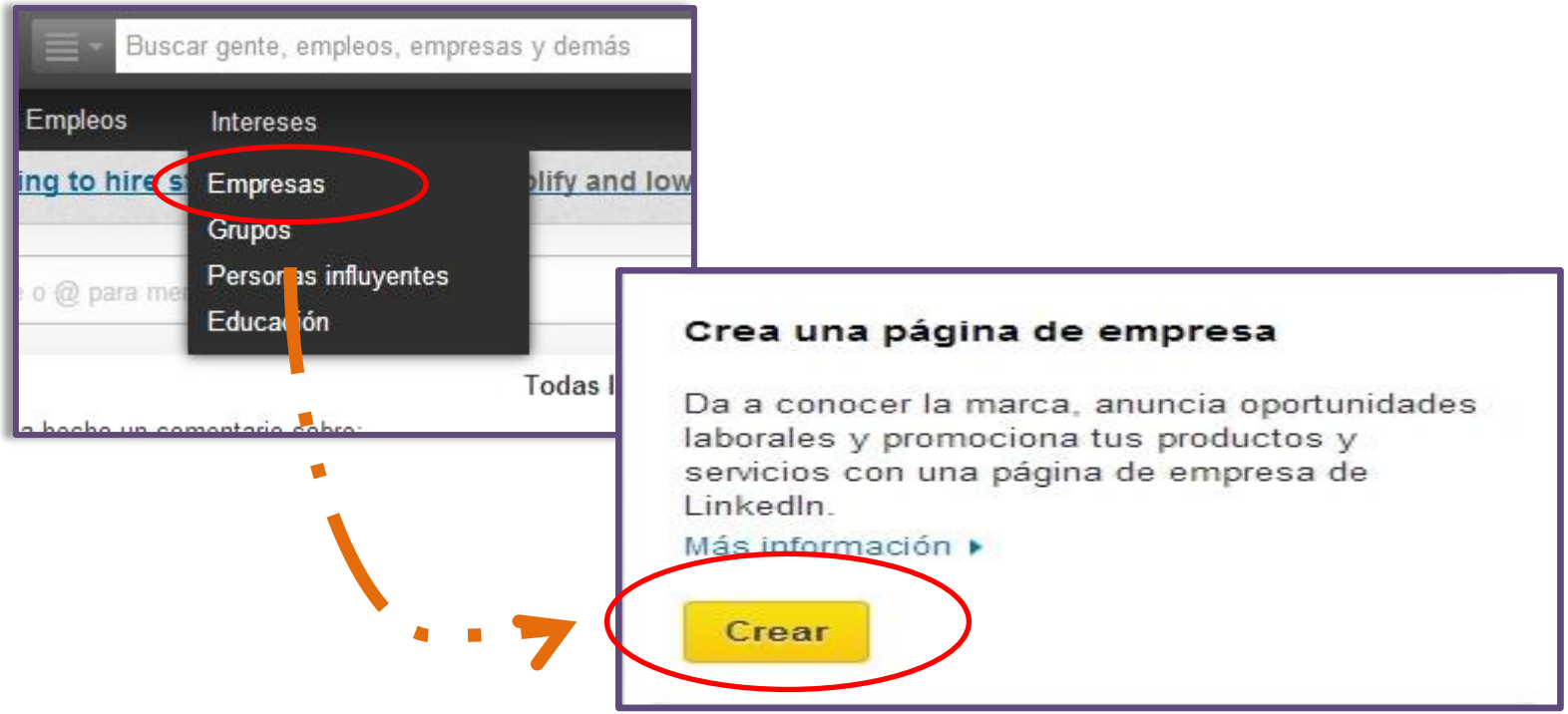
Validaciones



En aptitudes y conocimientos puedes validar ***la efectividad de tus contactos*** en los campos que se describe el mismo como profesional

DEFINE EMPRESA...

Registra tu empresa



DEFINE EMPRESA...

Pon el nombre de tu empresa

Inserta tu logotipo

Describe tu producto o servicio

Felipe Calvo

MODELO DE NEGOCIO

Diputació Barcelona

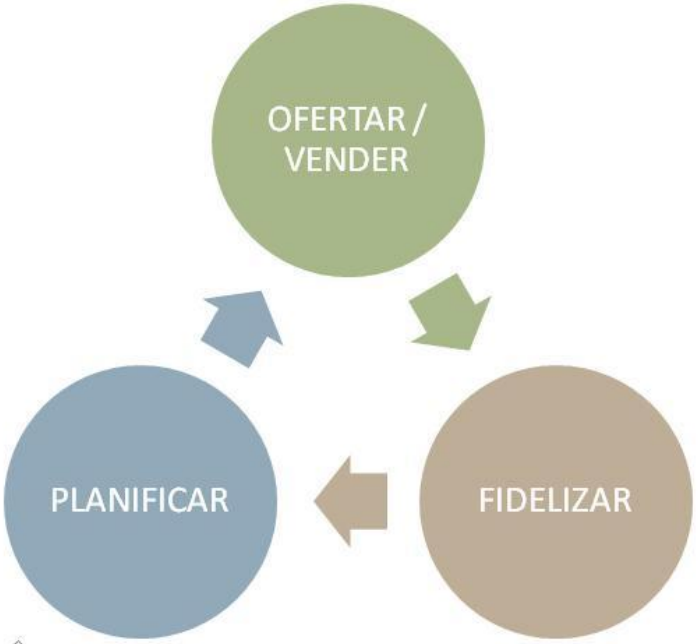
Mancomunitat de Catalunya 1914 2014

CENTRE D'EMPRESES BAIX LLOBREGAT PROCORNELLÀ

TRANSFORMAR...

DA VALOR A

TU EMPRESA



PLANIFICAR

[Estadísticas de red]
[Búsqueda avanzada]

607.630 Linkedinadores de los cuales
4.112 son CEOs,
1.207 Presidentes,
2.935 Directores Generales y
14.638 Gerentes

OFERTAR / VENDER

Mostrar el producto de la manera mas adecuada para que el cliente capte el valor.

Estrategia de presencia. Darse a conocer:

- Grupos
  - Coaching personal para profesionales
  - Climatización inteligente

- Pagina de empresa:
  - GOOGLE
  - MICROSOFT
  - VIRA

OFERTAR / VENDER

En el área comercial

- Estudia como cambia el comportamiento de tu cliente

- Genera la oportunidad de venta ayudando a tus comerciales

- Encuentra la persona adecuada para la venta

OFERTAR / VENDER

En el área comercial

Accede a nuevos clientes
con nuevas conexiones

Tendrás la información adecuada para prepararte la venta

OFERTAR / VENDER

AUMENTARAN TUS RESULTADOS EMPRESARIALES

FIDELIZAR

Recomendaciones

- Carlos Puig Sagi-Vela
- EADA
- Infojobs
- Cathay Pacific Airways

RESULTADOS

ANIMATE A GENERAR NEGOCIO CON LINKEDIN

Felipe Calvo

VENTA SOCIAL

Diputació Barcelona

Mancomunitat de Catalunya 1914 2014

CENTRE D'EMPRESES BAIX LLOBREGAT PROCORNELLÀ

VENTA SOCIAL

La Venta Social aprovecha tu **marca profesional / personal** para incrementar tus ofertas con las **personas**, **ideas**, y **relaciones adecuadas**.

VENTA SOCIAL

- No podemos ignorar el impacto que están teniendo las redes sociales en las ventas
- Linkedin esta modificando la forma de hacer contactos
- Hemos pasado de las ferias y congresos al contacto on-line

VENTA SOCIAL

¿Como puedo usar Linkedin para la venta social?

Crear **marca profesional**	Establecer una presencia profesional en Linkedin con un perfil completo
Encontrar a las **personas adecuadas**	Incrementa la eficiencia de tu prospección con la potencia y capacidad de búsqueda
Comprometerse con las **ideas**	Descubre y comparte información de valor para iniciar o mantener una relación
Construye **relaciones** fuertes	Expande tu red para conseguir potenciales clientes y utiliza tus contactos para que te presenten otros

Felipe Calvo

TU ESTRATEGIA EN LA RED

Diputació Barcelona

Mancomunitat de Catalunya 1914 2014

CENTRE D'EMPRESES BAIX LLOBREGAT PROCORNELLÀ

ESTRATEGIA

Para obtener resultados tu marca debe estar presente

Define ...

ESTRATEGIA

1) El mensaje adecuado

ESTRATEGIA

2) El momento adecuado

ESTRATEGIA

3) El medio adecuado

ESTRATEGIA

4) El cliente adecuado

así…

ESTRATEGIA

- Segmentas tu audiencia
- No basta con estar sino que también hay que ser

¿CÓMO CREES QUE TE PUEDE AYUDAR LINKEDIN A GENERAR NEGOCIO?

Te posicionamos en LinkedIn

Felipe Calvo

@fcalvoh

http://www.linkedin.com/in/felipecalvocoachbarcelona

656 335 340

felipecalvoh

Antonio Ruiz Rus

@aruizrus

http://www.es.linkedin.com/in/antonioruizorientadorliderazgo/

647 244 168

aruizrus