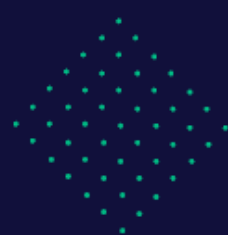


Le social selling : mettre en place votre stratégie de vente sur les réseaux sociaux

Tous les derniers mercredis du mois, retrouvez l'Info'graph aloha qui vous apporte toutes les données et conseils pour votre développement commercial.



Réinventer votre prospection grâce au social selling



Qu'est-ce-que le social selling ?

Le social selling consiste à utiliser les réseaux sociaux pour approcher de nouveaux prospects. Cette technique permet aussi d'entretenir le lien avec vos clients.



La social selling ne remplace pas les techniques commerciales classiques, c'est un canal supplémentaire qui permet de **générer plus de leads**.



Trouvez de nouvelles opportunités de vente



Gagnez la confiance de nouveaux prospects



Positionnez-vous en tant qu'expert et partagez vos compétences.



Créez du contenu qualitatif pour répondre aux problématiques de vos prospects.

Améliorez vos résultats

Les leaders du social selling génèrent

45%

d'opportunités en plus que ceux obtenant un score SSI plus faible.

Social Selling Index



Score de 0 à 100 attribué par LinkedIn à chaque utilisateur afin d'évaluer sa capacité à déclencher des opportunités commerciales.

78%

des entreprises qui utilisent le social selling surpassent celles qui n'utilisent pas les réseaux sociaux.



Les entreprises qui privilégient le social selling sont

51%

plus susceptibles d'atteindre leurs quotas de vente.

4 étapes pour mettre en place votre démarche de social selling sur LinkedIn



1

Démarquez-vous ! Optimisez votre profil pour gagner en visibilité : ajouter les liens vers vos sites internet, ajouter un résumé attractif et concis, un titre accrocheur et n'oubliez pas votre photo de profil.

En tant qu'expert de votre solution, **prenez la parole !** Relayer les informations de votre entreprise, présenter les bénéfices de votre produit... N'hésitez pas à publier.

2

3

Engagez la discussion avec vos prospects : commentez les contenus de vos contacts, publier des articles et commentez ceux en lien avec votre secteur. Démontrez votre expertise pour vous démarquer de la concurrence.

Pour adapter votre stratégie, **analysez les leviers les plus efficaces** grâce à quelques données : les nouvelles opportunités, votre taux de retour suite à vos actions, taux de signature, chiffre d'affaire généré grâce à LinkedIn...

4

Sales Navigator

Sales Navigator, l'outil professionnel du social selling de LinkedIn, pour vous aider à cibler les bons prospects grâce à des communications personnalisées. Sales Navigator vous aide à mieux comprendre vos performances grâce à des analyses approfondies.

