

Programma del Workshop

1° giornata: I Fondamentali di LinkedIn

9.30 10.00 Perché siamo qui

- Perché focalizzarsi su LinkedIn
- Definisci i tuoi obiettivi su LinkedIn
- Definisci metriche e KPI per misurare il tuo processo di miglioramento
- Analizza il tuo livello di efficacia su LinkedIn, effettua un self-assessment

10.00 10.30 Esercitazione: a che punto sei?

- Esercitazione: A che punto sei?
- Utilizza il cruscotto fornito in classe per posizionarti rispetto alla matrice proposta
- Annota le metriche di base per un confronto futuro
- Sessione congiunta: condivisione dei risultati in aula

10.30 11.30 Ottimizza il tuo Profilo LinkedIn

- Come scegliere una foto adeguata, elementi di neuromarketing
- come scrivere una Qualifica value-centered
- Le 11 domande per scrivere un Riepilogo efficace
- Come trasformare il tuo Profilo in una Risorsa
- Le Esperienze e la Formazione: cosa val la pena di scrivere
- Come fare professional storytelling su LinkedIn
- Come ricevere segnalazioni su LinkedIn
- Come selezionare le competenze e favorire le conferme
- Come usare gli elementi multimediali
- Quanto valgono le cause e gli interessi

11.30 11.45 Pausa Caffè

11.45 12.30 Esercitazione: migliora il tuo Profilo

- Esercitazione: analizza e migliora il tuo profilo
- Usa la checklist fornita in classe
- Discussione congiunta dei risultati

12.30 13.00 Sviluppa il tuo Network

- analizza il tuo network attuale
- analizza i tuoi collegamenti di 2° e 3° livello
- 10 modi per ampliare il tuo network in maniera organica
- Usa il modello delle Buyer Personas per definire i tuoi prospect
- Definisci il tuo equilibrio ideale tra volume e qualità per il tuo network

- Utilizza la ricerca avanzata con filtri e operatori Booleani
- Cerca potenziali clienti da aggiungere al tuo network

13.30 14.00 Pausa Pranzo

14.00 14.45 Esercitazione: sviluppa il tuo network

- Analizza la qualità del tuo network rispetto ai tuoi obiettivi
- Scava nel network dei tuoi collegamenti diretti
- Chiedi ad un tuo collegamento di presentarti
- Sessione congiunta: condivisione dei risultati

14.45 15.30 Strategie di engagement

- 12 cose da fare prima di richiedere un collegamento
- come usare la ricerca avanzata su LinkedIn
- Come identificare l'approccio migliore per l'ingaggio
- Come gestire la fase di richiesta e accettazione dell'invito

15.30 15.45 Pausa Caffè

15.45 16.45 Content engagement su LinkedIn

- Sviluppa una strategia editoriale
- trova il giusto equilibrio tra creazione e condivisione dei contenuti
- Come creare un cruscotto per il monitoraggio delle fonti
- i 6 formati disponibili su LinkedIn, come, quanto e quanto spesso usarli
- Come scrivere uno status update efficace
- Come usare immagini e video per creare engagement
- le best practice per un articolo di successo
- Best practice per aumentare l'engagement

16.45 17.30 Esercitazione: Crea engagement con i contenuti

- Definisci un piano editoriale per il tuo interlocutore ideale
- Scrivi uno status update che rispetti le best practice
- Stabilisci orario e giorno di pubblicazione
- Monitora i risultati
- Discussione congiunta

17.30 18.00 Misura i tuoi risultati su LinkedIn

- Definisci le tue metriche e KPI in base ai tuoi obiettivi
- Le 4 fasi del LinkedIn Funnel: awareness, interest, engagement, conversion
- I KPI più importanti per ciascuna fase

18.00 Conclusioni della 1° giornata

- Lezioni apprese
 - Cosa mi porto a casa
 - Cosa farò da domani per migliorare la mia efficacia su LinkedIn
 - Risorse e approfondimenti
-

2° giornata: Strategie e Pratiche di Social Selling

9.30 10.00 I fondamenti del Social Selling

- Cos'è il Social Selling e perché dovrebbe interessarti
- Come è cambiato il Buyer Journey grazie ai Social network
- La crisi delle tradizionali tecniche di vendita e l'affermarsi di un nuovo paradigma
- Esempi e casi internazionali

10.00 10.30 Esercitazione: a che punto sei?

- Analizza il grado di maturità aziendale per il social selling
- Utilizza il modello a 5 stadi proposto
- Usa la checklist per una verifica della tua social selling readiness

10.30 11.30 Come adottare il social selling in azienda

- Come creare un business case per il social selling
- Come allineare Marketing e Vendite
- come ridefinire il sistema di misurazione delle prestazioni
- come identificare le persone giuste per un progetto pilota
- come definire un piano per il lancio del progetto
- Esempi e casi di studio internazionali
- Alcune best practice per favorire l'adozione in azienda

11.30 11.45 Pausa Caffè

11.45 13.00 Identifica e trova il tuoi prospect

- Come identificare il tuo cliente ideale con il modello delle Buyer Personas
- Come avvolgere socialmente i tuoi prospect
- Come impostare e salvare li tuoi lead su LinkedIn
- Focus su Lead Buiders, una funzionalità di LinkedIn Sales Navigator
- Discussione congiunta dei risultati

13.00 13.30 Esercitazione: Definisci il tuo cliente ideale e trovali su LinkedIn e Twitter

- Usa il modello delle Buyer Personas per identificare i tuoi interlocutori ideali
- usa la ricerca avanzata per creare una lista di prospect
- Sessione Plenaria di discussione dei risultati

13.30 14.00 Pausa Pranzo

14.00 14.45 Analizza e classifica i tuoi prospect

- I 3 pilastri del social selling
- Digital Insights, Referrals, Social Triggers Selling
- usa la prossimità sociale e l'attività sociale per profilare i tuoi prospect
- Analizza e classifica i collegamenti condivisi da contattare
- Alcuni esempi e casi concreti

14.45 15.30 Esercitazione: analizza e classifica i tuoi prospect

- Analizza e classifica l'elenco dei prospect identificati
- Sessione Plenaria di discussione dei risultati

15.30 15.45 Pausa Caffè

15.45 16.30 Come ingaggiare i tuoi prospect

- Come scegliere il migliore approccio per ingaggiare e coinvolgere i tuoi prospect
- Come fare leva sulla prossimità sociale esugli interessi in comune
- Come fare leva sui collegamenti condivisi
- Come monitorare gli eventi social che impattano i tuoi prospect
- Avvolgi socialmente i tuoi prospect
- Alcuni esempi e casi concreti

15.45 16.30 Esercitazione: Ingaggia i tuoi prospect

- Ingaggia almeno 3 Prospect usando approcci differenti
- Sessione Plenaria di discussione dei risultati

16.30 17.00 Come coltivare la relazione con i prospect

- Come creare una sequenza di azioni percoltivare la relazione
- Come definire e attuare un piano basatosui contenuti
- Come e quando passare dall'online all'incontro fisico o telefonico

17.00 17.30 Crea una Social Selling Routine

- Le azioni e le best practice quotidiane permassimizzare l'investimento su LinkedIn
- L'approccio FEED
- Come misu
- Cos'è e come usare LinkedIn SalesNavigator per la tua social selling routine

- Piattaforme esterne per il Social selling

17.30 Conclusioni della 2° giornata

- Lezioni apprese
- Cosa mi porto a casa
- Cosa racconterò domani al mio capo...
- Saluti e brindisi finale

Le due giornate del Worskshop sono acquistabili anche separatamente. Vedi sotto le differenti tipologie di biglietti.

Il prezzo Early Bird è valido fino al 14 ottobre ore 18.00