

ÍNDICE

PRÓLOGO	IX
CAPÍTULO 1. VENTAS Y ESTRATEGIAS	1
Proceso de una venta	2
Normas que debes seguir para sacar mayor provecho	6
Nociones básicas de psicología en ventas.....	10
Recomendaciones de los gurús (frases con sentido)	18
Frases “de los que saben”	19
10 frases motivadoras	22
5 Estrategias en LinkedIn a tu alcance.....	24
CAPÍTULO 2. ENGAGEMENT EN LINKEDIN	27
¿Cómo se mide el Engagement?	33
CAPÍTULO 3. ¿QUÉ ES LINKEDIN?	35
Cronología	36
¿Qué podemos obtener en esta red social?.....	41
CAPÍTULO 4. ASPECTO DE TU PERFIL EN LINKEDIN	45
Aspecto en pantalla de ordenador.....	46
Barra de herramientas	47
Página de Inicio	49
Mi red	57
Mensajes	60

Empleos y Notificaciones	62
Diferencias con el dispositivo móvil.....	64
Barra de Herramientas y Pantalla de Inicio	64
Mi red	66
Mensajes	67
Empleo y Notificaciones	68
Mi Perfil y Configuración	69
CAPÍTULO 5. CONFIGURAR TU PRIVACIDAD	71
Preferencias de la cuenta.....	73
Nombre, ubicación y sector	73
Preferencias del sitio	74
Fusionar cuentas	75
Inicio de sesión y seguridad	76
Direcciones de email	77
Cambiar contraseña	77
Verificación en dos pasos.....	78
Visibilidad.....	79
Comunicaciones.....	80
Cómo recibes las notificaciones.....	80
Privacidad de datos.....	82
Obtener una copia de tus datos	83
Información personal detallada	84
Gestionar tus datos y actividad	84
Datos de publicidad	85
CAPÍTULO 6. OPTIMIZA TU PERFIL.....	87
SSI - Social Selling Index	89
Imágenes.....	94
Foto de perfil	95
Insertar un vídeo en tu foto de perfil	99
Banner o foto de portada	100
Titular y Acerca de	101
Titular	101
Acerca de	103
Experiencia y Educación.....	107
Experiencia	107

Educación	109
Licencias, Certificaciones y Recomendaciones.....	109
Recomendaciones	110
Conocimientos y Aptitudes	111
Análisis, Recursos y Actividad	112
Análisis y Recursos	112
Actividad	113
URL del perfil y Visibilidad.....	114
Editar URL personalizada	115
Editar contenido	115
Editar visibilidad	115
Añadir perfil en otro idioma	117
CAPÍTULO 7. AMPLIANDO TU RED DE CONTACTOS	119
Nuestra red de contactos.....	119
Niveles de contactos	121
Buscar público objetivo	124
Filtros	127
Operadores booleanos y comillas	132
Grupos en LinkedIn	133
Invitaciones	135
Cómo enviar una invitación	138
Ejemplos de invitación	139
Mensajes	140
¿Cómo y Para qué?	140
Consejos para aumentar tu red de contactos	143
CAPÍTULO 8. ENCONTRAR PROFESIONALES	145
Insertar oferta de trabajo, sin coste.....	146
LinkedIn Recruiter	150
ANEXOS	
1. HERRAMIENTAS (TOOLS)	155
HIRATION - Consejos para optimizar tu perfil	156
HOOTSUITE - Gestor de Redes Sociales	158
INCOGNITO - Navegar de forma anónima.....	160

LASTPASS - El guardián de tus contraseñas	161
Premium Business Sales Navigator	163
SLIDESHARE - Compartir presentaciones on line	165
TEXT BLAZE - Automatizar plantillas de texto	166
LINKED HELPER WAALAXY – Automatizar tareas	168
LINKS interesantes para tu contenido	169
2. TIPS PARA APROVECHAR TU PERFIL DE LINKEDIN.....	175
3. EJERCICIOS y RESPUESTAS	181
4. CREAR PÁGINA CORPORATIVA	197
Página corporativa.....	197
10 Diferencias entre un perfil personal y una página corporativa.....	198
10 Ventajas de tener tu propio lugar corporativo en Linkedin (Página)	199
5 Pasos para crear la página corporativa	200
5. PUBLICAR NEWSLETTER EN LINKEDIN.....	203
BIBLIOGRAFÍA.....	209
ÍNDICE ANALÍTICO	213

PRÓLOGO

POR AQUELLO DE CONOCERNOS

En la actualidad y, entre otras tareas como formación o secretariado virtual, me dedico a coordinar campañas de captación de leads en LinkedIn. Esto me ha hecho ver que, muchas de las personas que forman parte de esta red social no saben sacar provecho a su perfil, para posicionar el mismo y que se convierta en el escaparate de su negocio.

Me gustó la idea de plantearle este libro a mi editor y poder compartir mis conocimientos y forma de trabajar con todas aquellas personas para que, solo con unas ideas básicas y ganas de mejorar sus ventas, aprendan a sacar provecho a su perfil y a toda esta red social. ¿Serás tú, una de ellas?

Si has movido la cabeza en sentido afirmativo o al menos has esbozado una sonrisa en tu cara, ya te digo que estás en el lugar adecuado y en tus manos (o en tu pantalla) tienes el libro que te ayudará ello. ¿Me dejas que siga a tu lado?

Algunas preguntas que todos nos hemos planteado.

¿Es LinkedIn un buen lugar para poder relacionarte con tu público objetivo? ¿Cómo decírtelo? ¡Es el mejor! Además, durante la pandemia, para unos no ha quedado más remedio que subirse al *carro* y para otros, la única opción ha sido agarrar mejor las riendas de su trayectoria comercial y poder acercarse a esos posibles clientes, a los que ya no podían estrechar la mano, entrando en este pequeño gran mundo llamado LinkedIn.

- ¿Es LinkedIn una herramienta de marketing? ¡Por supuesto! Y ¿lo mejor?, que con tu perfil puedes situarte ante más de 800 millones de profesionales afines a tus intereses, a quienes mostrar cómo el valor de tu negocio les puede favorecer.

- ¿Tienes como objetivo mejorar las ventas de tu propia empresa, pero te falta tiempo o tu estrategia no te da resultados?

- ¿Haces contactos por doquier, pero sin convertirlos en clientes potenciales?

- ¿Cansado de adquirir cursos de “gurús” que dicen “saber mucho” y no te cuentan nada?

- En el departamento comercial, se hacen muchos contactos, pero ¿tenéis una falsa sensación de éxito? Mucho tiempo invertido en captarlos, pero sin tratos finales. No hay ofertas, no hay ventas y, en consecuencia, no hay dinero.

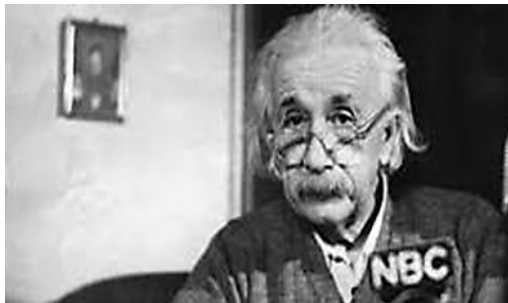
Vender a distancia es un desafío que millones de ejecutivos de ventas han tenido que afrontar en los últimos tiempos. Nunca fue fácil, lo sé. Pero en muchas ocasiones, este reto ha causado frustración, estrés, problemas de comunicación y, peor aún, pérdida de ventas.

Imagina de qué manera puedes hacer crecer tu red de contactos, y lo más importante, cómo expandir la red de profesionales con tu perfil en LinkedIn.

Linkedin es una red social, sí, pero no como las demás. Lo suyo es que aproveches esta denominación (red social) e interactúes con perfiles profesionales acordes a tus objetivos. Y en cualquier lugar del planeta, lo cual te va a reportar nuevas oportunidades de ventas y de calidad para tu negocio.

¿Dime? No. No es imprescindible que te conozcan personalmente, pero sí es importante que conozcan los beneficios que conlleva mantener una relación profesional contigo y lo que aporta tu servicio o producto. Ambos van a la par, tienes que convertirte en un perfil de confianza y tu producto debe aportarles valor, pero de esto hablaremos en uno de los capítulos.

En una ocasión vi una infografía de Einstein con la frase: “Si buscas resultados distintos, no hagas siempre lo mismo”. Sí, ya sé, también dijo aquello de “Somos arquitectos de nuestro propio destino”, aunque quizás la que sigo más al pie de la letra es la de “Lo importante es no dejar de hacerse preguntas”.



Pero no nos vayamos por las ramas y enfoquémonos en la primera.

¿Tienes un perfil personal en LinkedIn y quieres enfocarlo a mejorar tus ventas? ¿No tienes los resultados que esperas? Entonces, apliquemos esta sugerencia y hagamos algo distinto para cambiar esos resultados.

Si continúas leyendo, verás que te ayudaré en todo lo posible. Mi intención es quedarme a tu lado para que puedas ir paso a paso mejorando tu perfil y ganando rentabilidad en tu negocio.

¿Sigues aún por ahí?

Veo que sí, pues mi primer consejo es que aproveches tu perfil en LinkedIn desde hoy mismo. Es uno de esos cambios que tienes que realizar para que tus proyectos lleguen a otro nivel, y conseguir los resultados esperados.

Date cuenta de que otras personas con una posición laboral semejante a la tuya (llamada técnicamente “cargo”) han visto el alcance de esta red social en sus proyectos B2B, alcanzando nuevos horizontes y superando retos de la mano de LinkedIn.

Y sí, ya sé... me vas a decir que ya sabes usar LinkedIn. Mmm... sí, yo también y de hecho esa era mi respuesta hasta que me zambullí de lleno, en esta red social. Aprendiendo día a día, junto a uno de los mejores, con la finalidad de digerir más conocimientos y mejorar estrategia, y aún hoy, me doy cuenta de que me queda mucho por aprender.

Ha llegado el momento y como dijo John F. Kennedy “Debemos encontrar tiempo para detenernos y agradecer a las personas que marcan la diferencia en nuestras vidas”, o aquel proverbio vietnamita que dice “Cuando comas fruta, recuerda a quien plantó el árbol”.

Así que quiero dedicar estas líneas en las primeras páginas, para agradecer a Sergio Rivas, CEO de Ekikus, toda la confianza y apoyo que me ha brindado en todo mi aprendizaje en esta red. Sin su apoyo y orientación, no hubiera sido posible que, hoy, este libro estuviera en tus manos y ahora poderte ayudar a mejorar tu prospección y estrategia en LinkedIn.

Ha sido mi mentor y mi gurú en este mundo de LinkedIn. Junto a él, día a día, he aprendido de qué pasta están hechos los grandes líderes. Ha sabido convertir errores en lecciones, presión en productividad y habilidades en fortalezas (sí, lo he leído en algún sitio, pero me viene al dedillo para expresar cómo ha sido mi andadura junto a Sergio).

Así que como dijo Shakespeare, no tengo más palabras que gracias, y gracias, y siempre gracias, Sergio Rivas.

Una vez dicho esto, sigamos con lo nuestro. Sí, lo tuyo y mío, porque yo voy a quedarme aquí en estas hojas. Pon las manos en el teclado como digo siempre en mis libros y pongamos en marcha esta etapa Linkediana.

Tienes que saber que, con este libro, aprenderás a personalizar y optimizar tu presencia en esta gran red social, donde más de 800.000 profesionales tenemos nuestro punto de encuentro. Pero claro, todos no son válidos a tus intereses. ¿Tengo razón?

¡Venga! No te agobies antes de empezar. Yo voy a seguir aquí a tu lado, y voy a enseñarte en los próximos capítulos, lo fácil que puede llegar a ser localizar a tu target (público objetivo), cómo relacionarte con ellos para que sean más receptivos y por supuesto, que queden cautivados de tu negocio y de tus servicios.

Te voy a guiar para que aprendas a usar esta activa plataforma y saques todo el provecho desde el primer día.

No dejaré en el tintero ninguna sugerencia o atajo que te sirva para saber filtrar tus contactos de primer nivel y también, comunicarte con otros miembros y expandir tus horizontes profesionales.

En este libro vas a encontrar un poco de teoría (la suficiente para lanzarte en LinkedIn y poder ir a por tod@s), y también te dejaré algunos ejercicios. Tranquilo, te pondré las respuestas al

final del libro y no hace falta decir, que me puedes encontrar en LinkedIn y estaré encantada de poderte ayudar.

En otras palabras, voy a poner en tus manos mis tácticas para mejorar tu prospección de ventas en LinkedIn, convirtiendo tu tiempo y trabajo en productivo y que empieces a obtener beneficios desde ya.

En fin, se acabó el prólogo. Ahora tú decides. ¿Te animas y continuamos juntos este camino? Yo te apporto mis conocimientos y experiencia. Por tu parte, necesito que estés motivado a mejorar en LinkedIn y un poco de tu tiempo. ¿Y bien?

So let's go!

Marisa Tormo

**ACCEDE A CONSEJOS LINKEDIN PARA
VENTAS, EMPRENDER, EMPLEO O MARCA PERSONAL
COMO +30.000 PROFESIONALES**

*"DÍA QUE ESTÁS FUERA,
CONSEJO "LINKEDIN" QUE PIERDES."*

<http://go.linkia.in/librolinkedin>

VENTAS Y ESTRATEGIAS



INTRODUCCIÓN

Ambos tenemos claro que este libro está dirigido a que aprendas estrategias en LinkedIn para mejorar tu prospección comercial con tu perfil.

Optimizar tu perfil, aumentar tus contactos, mejorar tu posicionamiento para que te encuentren dentro y fuera de esta red social, son entre otras, materias que voy a mostrarte para que puedas aprovechar gran parte del potencial de esta red.

Pero llegados a este intercambio de ideas, quisiera repasar contigo algunas definiciones de lo que es una venta, cómo nos hemos dejado llevar por lo que funciona a los “grandes” y cuál sería otro enfoque para empatizar con nuestros posibles y potenciales clientes, en esta red social.



Proceso de una venta

Me gustaría aclararte antes de empezar este capítulo, que no te voy a enseñar nada nuevo o que no puedas encontrar en libros.

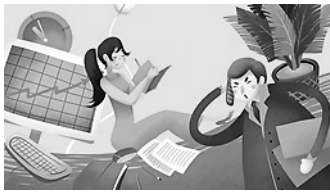
En la biografía de este libro, te dejo algunas recomendaciones que, por una razón u otra, me han dejado huella y por supuesto, han ampliado mi visión en el mundo de las ventas.

No me considero una gurú, ni mucho menos ser de las más influyentes, pero me gusta compartir lo que sé, y sinceramente, serte de ayuda.

Por cierto, tampoco hablaremos de las distintas modalidades de los procesos de ventas. No te daré pautas para que organices tu departamento de ventas (al menos, de forma directa), ni hablaremos de ventas directas, de generar embudos, trade marketing, mlm o incluso campañas de email marketing. Esta última opción, sinceramente, te sugiero que no lo descartes. Y si estás realmente interesado, podemos hablarlo en otro momento.

Este libro está en tus manos (o en tu pantalla), con el fin de aprender a canalizar todo tu esfuerzo en conseguir mejorar tus ventas en la mayor red profesional que existe hoy en día, vía online, el mejor punto de encuentro para toda clase de profesionales. Ya sabes, aquí en LinkedIn.

Mi función aquí es contarte cómo debes desenvolverte en esta red social de profesionales. Para que puedas captar leads de forma sencilla, encontrar a tus clientes potenciales y acercarte a ellos, cuidando la relación social, ofreciendo un buen contenido y reflejar un buen gancho con tu tarjeta de visita “virtual”, que ya te adelanto, será tu perfil en LinkedIn.



Sin embargo, me gustaría antes hablar del concepto de ventas, prospección comercial, y mencionarte algunas tácticas, que seguro ya conoces, pero al menos saciar tu curiosidad en conceptos.

Teoría básica que todos dimos en algún momento, pero que, con el tiempo, se nos ha quedado en el olvido o no hemos sabido aplicar debidamente.

Tiempo invertido que, sin una buena estrategia, es tiempo no productivo, sin ventas. Y, por lo tanto, tiempo perdido.

¡Vamos a solucionar esto!

Hablemos.

¿Qué es una venta para ti? ¿Y cómo crees que podrías mejorarla? Ves pensando en esta respuesta, al final del capítulo,

igual te aparece como una pregunta de examen. Es broma, pero me gustaría darte alguna idea.

Para empezar, vamos a dejar claro que una venta aporta una fuente de ingresos, obviamente esencial para comercializar un producto. Sin los ingresos generados por las ventas, no puede existir una empresa.

Stanton y Walker (2004), definen la venta *“Como la actividad empresarial de informar y persuadir a un mercado sobre la existencia de un producto”* y el proceso de vender como *“una secuencia lógica de pasos que emprende el vendedor para tratar con un comprador comercial y que tiene por objeto producir alguna reacción deseada en el cliente (usualmente la compra)”*.

Luis Bobadilla y Stephen Esketzis (2009) dicen: *“Constituye un instrumento que tiene forma de embudo ya que, a medida que se va avanzando, no todos los potenciales clientes se convierten en compradores reales. Que permita identificar los errores en las acciones emprendidas, aplicando acciones correctivas”*.

Teoría aburrida, lo sé. Pero estaremos de acuerdo en que el éxito depende de las veces que se realice esta actividad, de lo bien que se haga y por supuesto, de lo rentable que resulte hacerlo. ¿Cierto?

Durante el proceso, será imprescindible satisfacer las necesidades y beneficios entre el vendedor y el comprador.

El principal objetivo será lograr que nuestro producto o servicio sea deseado y adquirido por el cliente. En otras palabras, gestar una buena estrategia, para crear la sensación de necesidad en el comprador. Y sí, he dicho “crear” la necesidad.



También es cierto que las personas involucradas de la empresa tendrán que conocer los objetivos y procedimientos de la compañía, para ofrecer el prospecto en el canal adecuado y dirigido a un público potencial.

Con la estrategia comercial desde la empresa, hay que alcanzar el objetivo, la venta. Y esto implica una interacción directa con el cliente, detectando sus necesidades de primera mano y cerrar esta transacción comercial. Sigo con la teoría sosa.

Pero quédate con el dato. Tienes que vender el deseo de adquirir el producto, para que tu cliente dé el paso.

Y qué hacemos cuando está hecha la venta. ¿Ya todo termina aquí? Va a ser que no, siempre que quieras seguir siendo un buen vendedor.

No tienes que olvidarte de realizar un seguimiento al cliente para fidelizarle, resolviendo dudas o alguna que otra incidencia.

En definitiva, no le dejes de la mano, acompañarle en el camino. Aunque insisto, que no trataremos todos estos mecanismos, al menos en este libro.

Pero sí es interesante entender que “educarnos” es **INDISPENSABLE** para la empresa y para ti mismo. Nos ayuda a mejorar el rendimiento. Tenemos que implantar estrategias, por ponerte un ejemplo. Incluso diferentes a las que usamos de forma

habitual, para obtener un resultado positivo, es decir, un porcentaje alto en ventas.

NORMAS QUE DEBES SEGUIR PARA SACAR MAYOR PROVECHO

Te dejo algunas pautas que, la experiencia me ha enseñado, funcionan. Sencillas de seguir, aunque no siempre fáciles. No somos dispositivos con inteligencia artificial, ¿verdad? Somos seres humanos, con días buenos y días... no tan buenos.

Ante todo, una actitud mental positiva

Tienes que tomarte el fracaso (el NO del posible cliente) como un nuevo reto a superar. No te hundas ante el primer NO, y tampoco cuando lleves una retahíla de negativas. Tu actitud positiva es necesaria para obtener mejores resultados.

Un “no” puede venir de no ser el momento, de una mala planificación o que simplemente *los planetas no estaban alineados*. Pero no decaigas, haz algo diferente, si ves que los resultados no cambian.

Tu “suerte” depende de tu actitud en la vida y solo en tus manos, puedes encontrar la solución (no dejes que lo que tienes fuera de tu alcance influya en tus decisiones).

No eres un vende humos, eres un gran profesional y empieza por creértelo tú (yo sé que, dentro de ti, hay mucho potencial).

Enfócate en la búsqueda de clientes potenciales

Empieza a saber jerarquizar a estos, para darle prioridad o los que realmente “buscan y necesitan” de tus servicios. Y a los curiosos o no interesados, déjalos un poco en segundo lugar.

Haz una buena presentación

Un argumento donde dar a conocer las características y beneficios del producto. Tienes que convencer al cliente para que realice la compra y para ello, si es necesario tendrás que poner al día tus conocimientos para mejorar la comunicación. Dale un vistazo a la bibliografía de este libro, seguro que te sirve.

Pero, para empezar, interactúa con el cliente y provoca su curiosidad para que te preste atención. Mostrando dónde le duele, tendrás reacción. Piensa que nos movemos más por algo que nos hace sufrir, que por algo que para empezar nos dé placer.

Una vez has conseguido conectar con él, procede con la propuesta de valor y da detalles del porqué va a obtener resultados, haz que se implique, que sienta que tú tienes lo que está buscando.

No usamos nuestro tiempo para estar de cháchara o entretenernos.

Tienes que conocer bien el producto que vendes

Con esta pauta, vas a poder transmitir con más facilidad sus beneficios y motivar al comprador.

La información que puedas aportar en esta etapa es imprescindible, para que pueda confiar en ti.

Usa detalles de casos de éxito, informes o estudios realizados en tu producto. Y cuéntalo con sencillez (olvídate de tecnicismos que cuestan entender).

Muestra referencias de otras empresas que pueda conocer, estadísticas de resultados, variables de un antes y después, etc.

Venga, seguro que sabes hacerlo. Tráelo a tu terreno, haz que se sienta cómodo, conectando contigo.

Recuerda, tú tienes la solución que él necesita. Pero ¡cuidado!, tiene que “descubrirlo” por sí mismo.

Escucha

¿Sabes la diferencia entre oír y escuchar? Así es. No solo tienes que oír hablar a tu cliente, también tienes que escucharle y poder leer entre líneas. Su tono de voz, sus altibajos al hablar, las pausas que hace.

Igual que haces con tus colegas de trabajo o con tu pareja, si tienes interés en la conversación.

Siempre hay un mensaje a tener en cuenta, y sabes tan bien como yo que es un factor vital para que el curso de la operación llegue a buen fin. ¡La venta!

Lo más importante y que siempre te funcionará para llegar a la venta, es saber escuchar. Hazle preguntas, no le dejes que haga un monólogo. Interactúa amigo mío. Haz preguntas concretas y déjale hablar.

Quizás no tengas el día, no sea el momento para escucharle o te haga sentir incómodo, pero sal de tu zona de confort, o simplemente hazla más grande. ¿Te atreves?

Las personas somos diferentes en muchísimos aspectos y tu trabajo es reconocer y resolver numerosos inconvenientes para favorecer la venta.

Si has decidido que lo tuyo son las ventas, vas a tener que ser intuitivo, creativo e innovador. Con el tiempo cada vez lo harás mejor, no te preocupes por ello.

El momento de cerrar el trato

Si realmente has conseguido que sienta la necesidad de adquirir tu producto, solo queda firmar y realizar la venta. ¡Qué fácil! Pero pocas veces ocurre esto a la primera, ¿verdad?

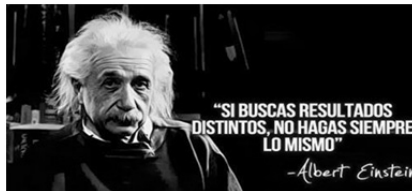
Si esto no ha ocurrido todavía, puedes atraer su atención e incentivar con descuentos, períodos de prueba, incluso añadir prestaciones al servicio.

Aunque te recomiendo que uses esta táctica. Indícale que es una venta de tiempo limitado o incluso exclusivo (esto siempre motiva al comprador).

O que la variable de precio irá en aumento, conforme vayan pasando los días. Si haces esto, no te olvides de marcar el fin del período.

¿Quieres tener éxito? (esto no es una pregunta de examen, ya sé tu respuesta). Pues vas a tener que ser perseverante y así, alcanzar todas las grandes metas que te propongas.

Y por cierto recuerda que “Si buscas resultados distintos, no hagas siempre lo mismo”. Albert Einstein 😊



Nociones básicas de psicología en ventas

Nunca pensé que las ventas fueran lo mío. Durante muchos años, me mantuve al margen de este oficio, y de hecho lo hice con total premeditación. No era mi mundo me decía a mí misma, yo no serviré para esto.

Por circunstancias y por aquello de sobrevivir, tuve que salir de mi zona de confort y hacer frente a crisis económicas (2008), pandemia (2020), que me forzaron a reinventarme y pensar en abrir nuevos horizontes, nuevas metas, retos a superar para mi bienestar económico y el de mi familia.

Sin darme cuenta me vi navegando por estos mares y comprobé que, tras levantarme por las mañanas en este mundillo, desde luego el aburrimiento no tenía cabida.

Tienes que tratar con personas y con sus deseos. Ya estés hablando con alguien que compre su nuevo hogar, un coche o un servicio que le facilitará su trabajo diario.

Y, si, además, le añades una retribución económica a la satisfacción que obtienes por vender, se convierte en estar trabajando en algo que te apasiona y te recompensa. Buena combinación para trabajar, ¿no?

