Strategia LinkedIn B2B

collegare i post alle vendite

Chi pubblica, quanto è sostenibile, che cosa misurare

1 Pagina, esperti e commerciale: tre compiti

Pagina	Esperti	Commerciale
informazioni ufficiali: che cosa fai, per chi lavori e come contattarti	il dirigente spiega una scelta di mercato, il tecnico un criterio di prova	segue le domande con referente, tempo di risposta e passo successivo
riferimenti aggiornati	**solo se volontari**	**deciso prima dei post**

Esempio costruito: un produttore di strumenti di misura

Prima
tre post a settimana su ricorrenze e notizie interne

→

Dopo
un esperto spiega un errore di misura ricorrente a chi progetta banchi prova

Chi non vuole pubblicare contribuisce lo stesso
con un'intervista o una revisione

2 Quanti post? Li decide il tempo disponibile

Numeri d'esempio: 4 ore alla settimana

1 ora	1 ora	1 ora	1 ora
raccogliere le domande con l'esperto	**post 1 preparato e** approvato	**post 2 preparato e** approvato	rispondere e controllare i risultati

(4 − 1 − 1) ÷ 1 ora a post = 2 post alla settimana

Se ogni post richiede 2 ore:

raccogliere le domande	**un solo post preparato e approvato**	rispondere e controllare

Nel calendario anche raccolta, revisione e risposte
sostituisci i tempi d'esempio con i tuoi

3 Oltre i like: quattro livelli da tenere separati

1 Distribuzione	2 Interesse	3 Relazioni	4 Risultati
raggiungi le aziende e i ruoli scelti?	clic, letture e approfondimenti richiesti	domande pertinenti, incontri e passi concordati	richieste accettate dalle vendite e opportunità

Impression
quante volte un contenuto è stato mostrato, non quante persone lo hanno visto

Fiera, sito, poi LinkedIn
distingui le opportunità nate dal canale da quelle a cui ha contribuito

Niente punteggio unico che somma tutto
e nessun ordine attribuito per intero a un post

Fonte: esempi e criteri dell'articolo

KLC www.klc.it

Fonte: KLC · Strategia LinkedIn B2B: come collegare i post alle vendite
https://www.klc.it/blog/campagne/checklist-strategia-linkedin-b2b-contenuti-e-kpi/