Social selling su LinkedIn

aprire conversazioni senza fare spam

Chi contattare, come leggere i segnali, che cosa automatizzare

1 Prima le aziende compatibili, poi le persone

Una lista di ruoli: solo un punto di partenza
es. responsabili di produzione di aziende alimentari

↓

Aziende compatibili
stabilimenti con prodotti e confezioni adatti alla macchina

↓

Persone pertinenti
lette dal sito, dal profilo e dai contributi

↓

chi usa la soluzione | **chi la valuta tecnicamente** | **chi la acquista**

possono essere persone diverse

Il ruolo professionale, da solo, dice poco
sulla compatibilità con ciò che vendi

2 Che cosa osservi, che cosa fai

Visita, reazione o invito accettato	**valuta la pertinenza, leggi i suoi contributi** — non dedurre che cerchi un fornitore
Discussione su un problema che conosci	**aggiungi una spiegazione o una domanda utile** — non dedurre che serva passare subito in privato
Richiesta esplicita di una nota tecnica	**invia il materiale nel canale concordato** — non dedurre che voglia anche un appuntamento
Problema concreto e voglia di approfondire	**concorda un confronto tecnico o un incontro** — non dedurre che sia già un'opportunità qualificata
Silenzio o rifiuto	**senza un motivo nuovo, interrompi i solleciti** — non dedurre che cambiare collega o canale lo permetta

Messaggio debole
«Grazie del collegamento, facciamo molte lavorazioni meccaniche: quando possiamo presentarvi l'azienda?»

Messaggio utile, dopo la richiesta del materiale
«Ecco la nota sui controlli preliminari che mi hai chiesto nella discussione sulla sbavatura. Il passaggio sull'accessibilità riguarda il punto che hai segnalato…»

3 Automatizza l'organizzazione, non la relazione

Sì, per organizzare

- deduplicare contatti acquisiti correttamente
- promemoria e assegnazione dei compiti
- resoconti, con dati controllati
- post programmati con la funzione di LinkedIn
- bozze con l'AI, rilette prima dell'invio

No: strumenti non autorizzati

- estrarre profili
- visite, inviti e messaggi automatici
- interazioni al posto tuo
- estensioni del browser non autorizzate
- rallentare gli invii non li rende consentiti

Esempio di pianificazione: 30 minuti al giorno per commerciale

10 minuti	10 minuti	10 minuti
segnali e CRM	contributo o risposta	seguito e nota

30 minuti × 5 giorni = 2 ore e 30 minuti alla settimana
conto illustrativo, non una media di settore

Una restrizione può fermare il profilo del commerciale
e con lui rete e credibilità costruite nel tempo

Fonte: Contratto d'uso e guide di LinkedIn; esempi dell'articolo

KLC www.klc.it

Fonte: KLC · Social selling su LinkedIn: come aprire conversazioni senza fare spam
https://www.klc.it/blog/campagne/social-selling-linkedin-b2b-metodo-e-governance/