



# 10 Načina kako možete koristiti **LinkedIn** za stvaranje kvalifikovanih kontakata

# 1

## Pripremite digitalnu verziju reklame od 30 sekundi i uključite taj tekst u svoj LinkedIn®profil.

Glavno što treba imati na umu kod LinkedIn-a je ovo: To je ogromni, beskrajni, virtualni mrežni događaj i morate biti spremni sa pravim odgovorom na „Šta radite?“. Vaša reklama od 30 sekundi je odgovor na to pitanje, rečeno sa stanovišta PROSPEKTA U BOLU koji se na kraju pretvorio u VAŠEG SREĆNOG KUPCA. Tako na primer: „Specijalizovali smo se za sisteme upravljanja zalihama prilagođene za proizvodnju i distribuciju. Naročito smo bili uspešni u kompanijama iz X, Y i Z industrije koje su zabrinute zbog troškova povezanih sa netačnim brojanjem zaliha, nezadovoljne velikom papirologijom-uska grla koja usporavaju proces ispunjenja ili su razočarana vremenom potrebnim za usaglašavanje podataka o kupovini, fakturisanju i otpremanju. Uspeli smo da stvorimo sisteme za upravljanje zalihama koji pomažu našim kupcima da uštede vreme i novac.“ Ako se ovako nešto ne nalazi na vašem LinkedIn profilu, u nepovoljnom položaju ste prema konkurenciji.

# 2

## Dodajte veze u svoju mrežu.

Ako uložite bar minut svakog radnog dana i kliknete na dugme „poveži se“ (connect) na listi „Ljudi koje možda znate“ (People You May Know), koje LinkedIn objavljuje u vašem fidu (feed), proširit ćete mrežu ... i bićete prepoznati kao neko ko širi mrežu, što je jednako važno. Zapamtite: Svi sa kojima razgovarate o poslu ili se sretnete tokom radnog dana, potencijalna su LinkedIn veza!

# 3

## Igrajte fer.

„Povežite se“ samo sa ljudima koje zapravo poznajete. LinkedIn će vam uzvratiti ako se pretvarate da poznajete ljude koje ne znate. Ne testirajte ovo. Verujte. Zatražite upoznavanje sa ljudima koje ne poznajete.

(Videti 4, ispod.)

## 4

### Izradite listu potencijalnih klijenata.

Provedite pet minuta dnevno istražujući veze svojih kontakata da biste videli koga ne poznajete lično, ali biste želeli da se upoznate. Zabeležite one kojima želite da se predstavite. Počnite prvo sa „Preporukama“ (Recommendations), jer oni najverovatnije imaju najjači odnos sa korisnikom LinkedIn-a kojeg gledate. ALI: Zatražite preporuke izvan vašeg LinkedIn naloga putem standardne e-pošte (ili telefonom ili uživo). Dobićete brži odgovor.

## 5

### Pratite svoje trenutne Klijente i Prospekte.

Provedite još dve minute svakog dana u pregledu svojih trenutnih klijentima i najboljim potencijalnim klijentima (prospektima). Saznajte da li imaju stranicu kompanije, ako imaju, zapratite je i nadgledajte.

## 6

### Ažurirajte objavu.

Provedite 60 sekundi svakog radnog dana objavljujući „Ažuriranje“ (Update) objave na svojoj LinkedIn mreži. Koristite svakodnevno ažuriranje da biste podelili vezu do članka ili video zapisa koji je relevantan za vaše potencijalne klijente i kupce. Koristite funkciju „LinkedIn Danas“ (LinkedIn Today) na svojoj LinkedIn kontrolnoj tabli. Svaki put kada ažurirate objavu, prikazaće se na feed-u svih ljudi sa kojima ste povezani. NE PRODAJTE kada ažurirate objave! Dodajte vrednost i podelite stručnost.

## 7

### Priduržite se grupama.

LinkedIn vam omogućava da se povežete sa ljudima koji su u grupama sa vama. Koristite ovo kao ciljani način da dodate vrednost drugima, delite uvide i izgradite svoju mrežu sa potencijalnim klijentima. Ulažite pet minuta dnevno u ovo.

## 8

## Koristite LinkedIn da proslavite dostignuća drugih.

Kada naiđete na vest ili post koji nudi dobre vesti o vašem klijentu ili potencijalnom klijentu ili bilo kom ključnom kontaktu, podelite vesti kao ažuriranje statusa. Prepoznajte osobu sa odgovorom „@“. To će osigurati da dobiju obaveštenje o spominjanju. Trošite minut dnevno na ovo.

## 9

## Napišite preporuku.

Često je prilično teško obezbediti LinkedIn preporuke. Razmislite o tome. Piscu je potrebno vreme da se prijavi, napiše, objavi. Umesto da čekate da vam se ovo dogodi, posvetite pet minuta dnevno pisanju i objavljivanju preporuka (zasnovanih na stvarnosti) za vaše kupce i ključne kontakte. Nakon što vaš kontakt odobri tekst, preporuka će se pojaviti na njegovom / njenom LinkedIn nalogu. Ovo će vas uskladiti sa vašim kontaktom i poslužiti kao odlična promocija za vas i vašu organizaciju, pokažite mreži da zajedno radite i učinćete mnogo verovatnijim da će vaš kontakt tražiti način da vam uzvрати uslugu. To može biti preporuka.

## 10

## Zaustavite se.

Ključ uspeha na LinkedIn-u je ulaganje malo vremena svakog radnog dana - ne šest sati dnevno tokom sedmice, a zatim ništa.

Sve ovo radite redovno. Maksimalno ukupno ulaganje vremena trebalo bi da bude DVADESET MINUTA DNEVNO, ne uključujući razvoj Vaše reklame od 30 sekundi (koju bi trebalo završiti pre nego što se prijavite na LinkedIn). Ulažite tih dvadeset minuta dnevno dosledno, trideset uzastopnih radnih dana i DOBIJAĆETE SVE VIŠE POTENCIJALNIH KLIJENATA I PREPORUKA SA LINKEDIN-a. Tako da....samo **napred!**

Copyright © 2013 Sandler Training. Sva prava zadržana. LinkedIn je registrovani zaštitni znak kompanije LinkedIn, Ltd. Usluge kompanije Sandler Systems, Inc. nisu povezane niti sponzorisane od strane LinkedIn, Ltd.

S Sandler Training Finding Power In Reinforcement (sa dizajnom) je registrovani zaštitni znak kompanije Sandler Systems, Inc.