



“Social Selling” nel processo di vendita

Il Social selling non è una moda. Da recenti indagini è emerso che il 90% dei prospects non desidera ricevere chiamate a freddo, che il 75% dei buyers utilizza i social media per le loro decisioni finali di acquisto e che i venditori che utilizzano il social selling hanno il 51% in più di appuntamenti con maggiori possibilità di successo.

Molte aziende stanno cercando di capire come integrare il social selling nel loro processo di vendita, per massimizzare i benefici senza sprecare risorse preziose.

Il programma “Social Selling” di Mercuri permette di posizionare correttamente il social selling all'interno del processo di vendita di un'azienda, dall'acquisizione di nuovi clienti all'account management. Esso inoltre mostra come utilizzare nella maniera più corretta le varie piattaforme social (LinkedIn, Twitter e altri come Xing, Conrad Pro etc.)

Il programma ha l'obiettivo di andare in profondità nella comprensione di ciò che serve per avere successo, attraverso il social selling, sia come azienda che come venditore.

“Il 68% dei professionisti delle vendite è convinto che il processo di vendita stia cambiando molto più rapidamente di quanto le organizzazioni riescano ad adattarsi a questo cambiamento.”

 **Social Selling**

➤ Attività pre - workshop

- Review dei canali social media usati dall'azienda
- Survey sulle attitudini al Social Selling
- Health Check

➤ Approccio durante il workshop

- Interattivo, utilizzando lo stile workshop per dare un occhio all'attuale processo di vendita e costruire le attitudini necessarie per avere successo nel social selling
- Pragmatico, utilizzando situazioni ed esempi di situazioni reali

➤ Attività post - workshop

- Piano d'azione dei Sales Manager: ciò che devono fare per assicurarsi che il loro team migliori l'utilizzo del social selling
- Possibilità di coaching/virtual coaching per il social selling e sales management
- Post Survey per valutare le attitudini al social selling
- Follow up dell' Health Check

➤ Contenuti

- Dove ha senso il social selling
- Che cos'è il social selling
- Cosa è necessario per fare un buon social selling sia a livello aziendale che individuale

➤ Risultati

- Costruzione del brand
- Utilizzo dei contenuti
- Capire il cliente
- Come ottenere successo con il social selling attraverso la costruzione del brand, attraendo attenzione con approfondimenti e costruendo relazioni

Per maggiori dettagli, vai su: www.mercurisocialselling.com oppure mandaci una mail a mercuri.int@mercuri.it