

Como usar o LinkedIn para CRM

10 dicas para dominar este poderoso instrumento de social selling

30/09/2016 12:13:00

É uma tarefa complexa administrar todas as listas e informações de clientes, por isso, o mercado oferece um arsenal de softwares para tornar mais eficaz esta missão. Acontece uma competição entre as empresas para ver quem vai desenvolver o melhor programa.

Agora imagine se você pudesse migrar todos os seus contatos para um único local integrado com os melhores softwares de CRM e, que ainda por cima, seja um canal aberto para prospectar novos clientes e aumentar a sua rede de relacionamento. Acredite, tudo isso já é uma realidade com a nova proposta do LinkedIn.

O potencial de uso da rede de conexões do LinkedIn para gerenciamento de clientes é tão grande que, em 2014, a empresa criou o Sales Navigator, uma conta especial que permite uma navegação completa pela rede, identificar potenciais clientes, com diversas segmentações, como cargo, empresa, localidade, entre outros.

E, para completar sua atuação no cenário mundial dos negócios, semana passada, o LinkedIn anunciou um novo programa, o LinkedIn CRM Partner, que amplia a oferta permitindo a integração com o SAP Hybris, Oracle, NetSuite, SugarCRM and HubSpot. “A integração de novas e conceituadas ferramentas de CRM ao Sales Navigator vai mudar completamente o conceito de gerenciamento de clientes. Poder administrar e interagir com os leads em um único lugar amplia o raio de ação do social selling. Quem souber dominar esse universo, certamente, saíra na frente”, ressalta a especialista em social business da DMS, Denise Maia.

Mas a pergunta é: e quem não assina o Sales Navigator? Denise Maia destaca 10 passos para aproveitar ao máximo tudo o que a versão gratuita do LinkedIn oferece para gestão de relacionamento com o cliente:

Aproveite os poderosos filtros para criação de mailing

1 - Há várias formas de ampliar suas conexões, no botão ‘minha rede’:

Com a ferramenta “Encontrar ex-alunos”, você tem todos os perfis de pessoas da sua faculdade e pode selecionar por área de estudo, competência, grau de conexão, onde vivem, o que fazem e

onde trabalham.

Você pode importar contatos do seu e-mail ou outra lista de mailing. Esta opção está no botão 'localizar contatos'.

2 - Com a 'pesquisa avançada', é possível montar um mailing com vários filtros, como grau de relacionamento, palavra-chave, nome, sobrenome, cargo, empresa, instituição de ensino, localidade, empresa atual, empresa anterior, idioma do perfil e interesse em organizações sem fins lucrativos. Mais assertivo, impossível! Na versão free do LinkedIn, você pode salvar até 3 pesquisas, e o próprio LinkedIn manda e-mail informando as atualizações.

3 - Segmente seu mailing com o 'organizador de perfis'. Você pode usar até 100 marcadores – as famosas tags – para organizar o mailing, e alterar sempre que quiser. Além de fazer as marcações tradicionais, como de onde você conhece, grupos em comum etc., uma boa dica é usar tags de acordo com as etapas do processo de prospecção: contato frio, interessado, mandei apresentação, mandei proposta, e assim por diante.

4 - Customize o perfil do seu contato com informações sobre ele. Você pode fazer isso na aba 'informações de contato', localizada abaixo da foto do perfil.

Monitore os resultados

5 - O LinkedIn possui várias ferramentas de monitoramento, tanto no perfil como na página empresarial, que analisam o seu desempenho e dão sugestões para melhorar sua performance.

6 - Você pode ver quem interagiu com suas publicações – curtiu, comentou e compartilhou. Aproveite para agradecer pela interação e continuar a conversa. Este é também um ótimo gancho para solicitar conexão com alguém que ainda não está no seu mailing.

7 - Você também pode – e deve – monitorar as interações com a página da sua empresa. Aliás, incentive seus funcionários a seguirem a empresa. Isso contribui para aumentar sua visibilidade.

Seja ativo na rede

8 - Participe de grupos. Além de aprimorar seus conhecimentos e participar de debates, você pode mandar inmail para os participantes do grupo, mesmo que não esteja conectado com eles. E sem limites! Quer dizer, o limite é sempre o bom senso, claro. Se você está no grupo apenas para mandar inmail, talvez não forme uma boa imagem a seu respeito, e de sua marca.

9 - Publique e compartilhe conteúdos de interesse do seu prospect. Você pode monitorar o comportamento do seu prospect para avaliar os interesses dele e mandar conteúdo direcionado, mas

cuidado para não parecer invasivo. O seu feed de notícias sempre dá dicas para comunicar-se com a sua rede, com informações como mudança de emprego, aniversário de empresa etc.

10 - Dê feedback. Agradeça os comentários e recomendações por competência, responda os inmails e interaja com suas conexões. Tudo isso colabora para aumentar sua visibilidade. Você está em uma rede social, ainda que seja só para fazer negócios.

“Para alcançar um alto desempenho de social selling é preciso disciplina e a integração da equipe de venda com a equipe de marketing. A sintonia entre as equipes melhora a utilização dos dados fornecidos pelas ferramentas de CRM incorporadas no LinkedIn e ajuda na hora de traçar estratégias assertivas de relacionamento com o cliente, complementa Denise Maia.