AKADEMIA MARKETINGU

# Program e-szkolenia:

# Komunikacja i sprzedaż na LinkedIn. Jak wykorzystać w pełni potęgę tego portalu?

## Prowadzący: Grzegorz Miecznikowski

## Opis:

Czy potrafisz wykorzystać potęgę LinkedIn do pozyskiwania nowych klientów, generowania leadów sprzedażowych, budowania własnej marki osobistej albo poszukiwania nowych pracowników?

Jeśli pracujesz w branży B2B, w startupie, chcesz budować własną markę osobistą, zajmujesz się HR-em lub codziennie prowadzisz komunikację swojej firmy, własnie to szkolenie będzie dla Ciebie idealne.

## Harmonogram

1. Podstawowe informacje o LinkedIn

W tej części zajmiemy się zagadnieniami:

- LinkedIn w Polsce i na świecie,
- Zmiany w komunikacji i procesach sprzedażowych,
- Czym jest social selling a czym Employee Advocacy i dlaczego warto je wdrażać?
- Krok strategiczny: Działania LinkedIn a cele biznesowe i komunikacyjne organizacji.

2. Cztery filary działań na LinkedIn

Jak wykorzystać LinkedIn, jego narzędzia oraz potencjał kanału do budowania relacji i efektywnej komunikacji? W tej części powiemy o tym:

- Jak zbudować efektywny profil osobowy?
- Jak wyszukiwać klientów lub kandydatów?
- Narzędzia: Linkedin Sales Navigator i LinkedIn Recruiter?
- Jakie treści tworzyć i jak działa algorytm treści LinkedIn?
- Budowa relacji na LinkedIn

3. Strona firmowa

LinkedIn to sieć biznesowa, i jej celem jest tworzenie profesjonalnych relacji, dlatego również na LinkedIn strona firmowa musi być równie profesjonalna. W tej części dowiesz się jak działa:

- Company Page vs Profil Prywatny,
- Najczęściej popełniane błędy administratorów stron firmowych,
- Analityka stron firmowych,
- Showcase dobrych praktyk,

- Jak często pisać, jakie treści publikować, w jakim formacie, o której godzinie?

4. Możliwości reklamowe na LinkedIn

W zależności od potrzeb, w systemie reklamowym LinkedIna znajduje się wiele skutecznych rozwiązań, które pozwalają szukać kontrahentów, wypromować swój biznes w sektorze B2B czy szukać pracowników. W tej części rozważymy:

- Do kogo z naszej grupy docelowej mamy możliwość dotrzeć?
- Koszt reklamy na LinkedIn
- Struktura kampanii reklamowej na LinkedIn
- Konfiguracja pierwszej kampanii na LinkedIn
- Dobre praktyki

5. Podsumowanie i sesja Q&A