

SOCIAL SELLING
NAKOPNĚTE SVŮJ B2B PRODEJ
POMOCÍ SOCIÁLNÍCH SÍTÍ.

Jan Kyselý
Jiří Jambor

Dante media Česko
2019

Social Selling

Nakopněte svůj B2B prodej pomocí sociálních sítí.

Autoři

Ing. Jan Kyselý

Bc. Jiří Jambor

Jazyková redakce: MgA. Klára Havlínová

Technická redakce: Ing. et Ing. Lucie Sára Závodná, Ph.D.

Návrh vnitřního

layoutu a sazba: Dante media Česko, s.r.o.

Návrh obálky: Jitka Soukupová

© Jan Kyselý, Jiří Jambor, 2019

© Dante media Česko, s.r.o., 2019

Vydání první, 2019

Všechna práva vyhrazena

ISBN: 978-80-906531-1-5 (print)
978-80-906531-2-2 (e-Book)

Žádná část této publikace nesmí být publikována a šířena žádným způsobem a v žádné podobě bez písemného svolení vydavatele.

Názvy produktů a firem uvedených v knize mohou být registrovanými ochrannými známkami jejich vlastníků.

Za odbornou stránku textu, korekturu a konečnou verzi publikace zodpovídají autoři.

Obsah

Úvod.....	9
1 Co je Social Selling a jak s ním začít	11
Co je Social Selling	11
Proč se Social Sellingu začít věnovat	13
Jak se Social Sellingem začít	14
2 Jak to celé funguje v každodenní praxi	15
5 základních kroků, které plní mou každodenní rutinu při práci se sociálními sítěmi dle Jirky Jambora	15
3 Jak proměnit svůj LinkedIn profil v prodejní nástroj	21
7 tipů, jak upravit svůj LinkedIn profil tak, aby prodával.....	21

4	Jak funguje LinkedIn algoritmus	29
	Jak funguje LinkedIn algoritmus	30
	Jak využít algoritmus ve svůj prospěch.....	32
	Použité zdroje	34
5	Aplikace, které vám pomohou pracovat s obsahem na sociálních sítích.....	35
	Nechte tu nejtěžší práci na Googlu.....	36
	Všechny zdroje přehledně a na jednom místě.....	37
	Když není čas článek dočíst	38
	Sociální multitasking a plánování příspěvků	38
6	Jak na LinkedIn psát atraktivní články.....	41
	Proč na LinkedIn publikovat vlastní články.....	42
	Jak psát atraktivní články na LinkedIn.....	42
	Jak získat dobrý dosah?	48
7	6 nástrojů, které vám pomohou vytěžit z kontaktů na LinkedIn maximum informací	49
	Lusha.....	50
	Multi-highlight.....	50
	PeopleFinder.....	51
	Docsify	52
	Dux-Soup.....	52
	Propojení sociálních sítí s CRM systémy.....	53
8a	Jak efektivně vyhledávat nové kontakty na LinkedIn: Vyhledávání přímo pomocí LinkedIn	55
	Jednoduché vyhledávání.....	55
	Vyhledávání pomocí filtrů	56
	Vyhledávání pomocí klíčových slov.....	60
	Vyhledávání pro profíky: Boolean Search	61

8b Jak efektivně vyhledávat nové kontakty na LinkedIn: Využití externích aplikací.....	63
X-Ray	63
Vyhledávání pomocí profilové fotky (Picture Search)	65
Vyhledávání pomocí pluginů (Plugin Search).....	65
9 5 základních chyb při oslovení kontaktů na sociálních sítích	67
Jak vypadá efektivní oslovení?	70
10 Jak na Twitteru pracovat se svým osobním profilem	73
Jak na Twitteru pracovat se svým profilem	74
11 Co a jak na Twitteru sdílet.....	77
Zdroje obsahu	77
Obsahová strategie	78
Struktura příspěvku	78
Kdy na Twitteru sdílet.....	79
12 Jak o sobě dát svým potenciálním klientům na Twitteru vědět	81
Jak o sobě dát své cílové skupině na Twitteru vědět....	81
Digitální nástroje, které vám pomohou s Twitterem efektivně pracovat.....	82
Jak svůj pokrok na Twitteru měřit	84
13 Hlavní role a fáze při implementaci Social Sellingu ve firmě	87
Základní role účastníků v rámci Social Sellingu	87
Jak vypadají jednotlivé fáze implementace Social Sellingu ve firmě?	89
Implementace pomocí Obchodního trychtýře	90

14 Firemní profily na LinkedIn (Company Pages) ...	95
Založení a optimalizace firemní stránky	96
Práce s firemním profilem	98
15 LinkedIn Sales Navigator.....	105
Kdy se vyplatí si Sales Navigator pořídit	106
Omezení neplaceného účtu	106
Hlavní výhody nástroje Sales Navigator	106
Slovo závěrem	113
16 Bonusový materiál	115
Které typy příspěvků mají na LinkedIn v průměru nejlepší dosah	116
Populární struktura příspěvků na LinkedIn	121
Jak se na LinkedIn počítá počet zhlédnutí u vašich příspěvků a článků	122
Přijmout, nebo nepřijmout každé pozvání na LinkedIn	123
Od cizince na sociálních sítích až po nového klienta pomocí Inbound marketing strategie	124
Vzory pro oslovení kontaktů přes osobní zprávy na LinkedIn	125
Social Selling Check-list.....	126
Závěr.....	127
Začalo to online blogem	127
Sociální sítě jako místo pro sdílení informací	128
Vlastní vize podnikání.....	128
Poděkování	129

Úvod

Internet a zejména sociální sítě od základů mění způsob, jakým dnes hledáme informace, komunikujeme, udržujeme kontakt s přáteli a známými a navazujeme nová spojení.

Již dávno přitom nejde pouze o náš osobní život. Stejně návyky si přinášíme i do práce. Stále větší popularitě se tak těší sociální sítě pro profesionály, jako je Twitter, a hlavně LinkedIn.

Na LinkedIn dnes najdete celosvětově přes 610 milionů lidí¹, v ČR jde o cca 1,5 milionu² krajanů. Jde přitom převážně o vzdělané lidi na vyšších pracovních pozicích, specialisty, podnikatele či profesionály v nejrůznějších oborech.

Z LinkedIn se z čistě náborové platformy stala největší síť obchodních kontaktů na světě, kde se navazují nová obchodní spojení každou vteřinu. Jde vlastně o formu digitálního networkingu.

Počet uživatelů přitom neustále roste a nic nenasvědčuje tomu, že by se měl tento trend v nejbližší době změnit.

To pro společnosti a profesionály pohybující se v B2B prostředí přináší nové příležitosti, ale také výzvy. Efektivní práce se sociálními sítěmi totiž znamená mít jasnou strategii a pracovat s nimi na denní bázi, stejně jako dnes používáme e-mail nebo telefon.

1 O společnosti LinkedIn [online]. 2019 [cit. 2019-04-04]. Dostupné z: <https://about.linkedin.com/cs-cz>

2 Data jsou dostupná na platformě LinkedIn Campaign Manager: <https://www.linkedin.com/ad-beta/>

Obchodní a marketingoví B2B profesionálové tak potřebují získat nový set digitálních dovedností, a hlavně se naučit spolupracovat. Tato kniha byla vytvořena speciálně pro B2B firmy a profesionály za účelem takové dovednosti získat a sociální sítě úspěšně implementovat do své komunikační strategie.

Příručku jsme rozdělili do 16 samostatných témat, ve kterých se dozvíte vše od teoretických základů až po úspěšné uvedení Social Selling strategie do praxe.

Své si zde najdou jak začátečníci v oboru, tak ostřílení profesionálové, kteří se snaží své znalosti jen prohloubit.

Práce se sociální sítí LinkedIn je koncipována tak, aby ji zvládl každý i bez potřeby placeného účtu. Jedno z témat se věnuje sociální síti Twitter a bude pro vás zajímavé hlavně pokud hledáte zákazníky v zahraničí.

Nechybí odkazy na praktické online aplikace, tipy, které se nám v průběhu času osvědčily, upozornění na nejčastější chyby a také naše vlastní zkušenosti, které jsme získali jak při využívání sociálních sítí pro naše projekty, tak při práci na zakázkách pro řadu klientů.

Další články na téma Social Selling, digitální B2B komunikace a networking v online prostředí najdete na našem blogu <http://futuresales.cz/blog/>.

1 | Co je Social Selling a jak s ním začít

1. Co je Social Selling

V zásadě se jedná o využívání sociálních sítí k navazování a budování nových obchodních vztahů v B2B prostředí. Vlastně jde o formu networkingu, kterou dobře známe z konferencí, ale za použití online nástrojů.

V praxi to pak vypadá následovně:

- Na sociálních sítích, jako je LinkedIn či Twitter, sdílíte se svou cílovou skupinou obsah, který z části prezentuje vaše služby, produkt či obor a má pro čtenáře vysokou přidanou hodnotu. Tím zvyšujete povědomí nejen o sobě jako o specialistovi v oboru, ale také o produktu či službě, kterou nabízíte.
- Díky sdílenému obsahu a interakci s vaší cílovou skupinou si rozšiřujete svou vlastní síť kontaktů a budujete si s nimi dlouhodobý vztah. Jde tak vlastně o digitální formu networkingu.
- Mezi kontakty si pak vytipujete potenciální klienty a oslovujete je s cílenou nabídkou produktu či služby.

Obr. 1.1.: Social Selling proces v praxi.



Zdroj: Interní materiály.

Poznámka k obrázku: Znázornění Social Selling procesu v 6 jednotlivých krocích. Prodej je vždy finální fáze, které chceme dosáhnout.

Obr. 1.2.: Alternativní definice pro Social Selling od Jana Kyselého

Jan Kyselý
B2B marketing and Digital communication * Social Selling and LinkedIn Spe...
4mo • Edited

Co je Social Selling?...Po lopatě.

Social Selling není nic jiného, než networking na sociálních sítích. Vlastně je to celé hodně podobné konferencím, které všichni dobře známe.

- Akorát, že namísto přednášek sdílíme vlastní či firemní profesionální doporučení a názory formou článků a příspěvků.
- Místo výměny názorů u baru, reagujeme na dotazy a názory v komentářích a osobních zprávách.
- A místo plné kapsy vizitek si domů odnášíme nová spojení na LinkedIn.

Má cenu se tomu věnovat? Nevím, má cenu chodit na networkingové akce? Funguje to? Funguje, ale stejně jako si z konference nedonesete tučet podepsaných smluv, pak i tady to chce trochu práce a času.

[#Socialselling](#) [#SocialSellingPoCesku](#) [#linkedin](#)

28 Likes · 1 Comment

Like Comment Share

Zdroj: Interní materiály

2. Proč se Social Sellingu začít věnovat

Pokud se ptáte, proč se Social Sellingu vůbec začít věnovat, našli jsme nějaká data, která by vám v rozhodování mohla pomoci.

Obr. 1.3.: Statistický přehled využití Social Sellingu v praxi.



Zdroj: Interní materiály. Zdroje dat ^{1, 2, 3}

- 1 GESENHUES, Amy. Survey: 90% Of Customers Say Buying Decisions Are Influenced By Online Reviews [online]. [cit. 2018-11-01]. Dostupné z: <https://marketingland.com/survey-customers-more-frustrated-by-how-long-it-takes-to-resolve-a-customer-service-issue-than-the-resolution-38756>
- 2 SCHAUB, Kathleen. Social Buying Meets Social Selling: How Trusted Networks Improve the Purchase Experience[online]. [cit. 2018-11-01]. Dostupné z: https://business.linkedin.com/content/dam/business/sales-solutions/global/en_US/site/pdf/ebooks/how-leading-sales-pros-use-linkedin-for-social-selling.pdf
- 3 ROBERTSON, Caroline. A Social Take On Social Selling [online]. Duben 2018 [cit. 2018-11-01]. Dostupné z: <https://go.forrester.com/blogs/a-social-take-on-social-selling/>

3. Jak se Social Sellingem začít

1. Dříve, než se pustíte do čehokoliv dalšího, je třeba si sednout a detailně popsat svou **cílovou skupinu**. Od cílové skupiny se odvíjí jak výběr sociálních sítí, tak obsah, který na nich budete sdílet.
2. **Upravte si profil na sociálních sítích** tak, aby reprezentoval jak vás, tak i službu či produkt, který nabízíte. Váš profil je také vaší výkladní skříní a měl by na budoucího klienta udělat dojem. V českých podmínkách půjde zejména o LinkedIn. Detailní návod najdete v tématu: **Jak proměnit svůj LinkedIn profil v prodejní nástroj**.
3. **Najděte a sdílejte se svým publikem zajímavý obsah**. Může se jednat o firemní články, vlastní blog nebo převzatý obsah. Pár tipů, jak si práci usnadnit, najdete v tématu: **Aplikace, které vám pomohou pracovat s obsahem na sociálních sítích**.
4. **Sbírejte kontakty na své budoucí zákazníky** tím, že je budete aktivně oslovovat. Každého člověka, který je součástí vaší cílové skupiny a navštívil váš profil, okomentoval článek nebo jej dále sdílel či ohodnotil, aktivně oslovte a přidejte si jej mezi své kontakty. Tím na něj získáte přímý kontakt a rozšíříte své publikum.
5. Pokud vám informace z LinkedIn nestačí, můžete využít i další nástroje, které máte k dispozici:
 - Kontakt si můžete jednoduše „vygooglovat“, ať už pomocí jména, či fotky. Fotku si stačí stáhnout z LinkedIn a vložit do vyhledávače.
 - Posloužit mohou i další sociální sítě. I když budete při Social Sellingu pracovat zejména s LinkedIn, vyplatí se občas zabrousit třeba na Twitter nebo Facebook.