

Social Selling

Giovedì 07 Febbraio 2019

09:45 Registrazione partecipanti

10:00 Introduzione e scenario

Cos'è il social selling

Differenza tra social selling e social marketing

Obiettivo del social selling: fidelizzare il potenziale cliente mantenendo una diretta relazione anche dopo la vendita/acquisizione

10:30 Progettare un social selling efficace

Ottimizzare i profili social

Costruire relazioni

Gruppi e fan page

Blog e Newsletter

11:30 Coffee Break

11:45 La centralità dell'ascolto

L'analisi della rete

Web Sentiment

Conoscenza della clientela

12:15 Best Practice Pro & Cons - Case studies

Gli elementi di un post

Trucchi per un messaggio d'effetto

Personalizzare il contenuto

Il momento giusto per postare

Case study nel Pharma

13:00 Networking break

14:30 Misurare i risultati

Le metriche principali

Misurare conversioni

L'engagement dei contatti

15:30 Social self selling

Che sia un'azienda o una persona bisogna sapersi vendere

Social reputation

Linkedin come canale di preferenza

Networking & social solutions

16:30 Strumenti operativi

Best practice - tips & tricks

17:00 Conclusioni