

# 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**