

We Challenge People to Think, to Feel, to Act.

Social Selling

Αναζήτηση,
αναγνώριση,
προσέγγιση και
εμπλοκή πελατών
στο διαδίκτυο



Τα τελευταία 10 χρόνια υπήρξε μια τέλεια καταιγίδα αλλαγών στις πωλήσεις και το μάρκετινγκ. Το διαδίκτυο, τα κινητά, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, η πανδημία του Covid-19 συνέβαλαν σε ένα διαφορετικό τρόπο που αγοράζουμε. **Αν έχει αλλάξει ο τρόπος που αγοράζουν οι άνθρωποι, τότε σίγουρα πρέπει να αλλάξει ο τρόπος που πουλάμε!**

Το social selling είναι μια αντίδραση σε αυτή την αλλαγή στη συμπεριφορά των αγοραστών. Προτείνει **έναν τρόπο επαναφοράς του πωλητή στη διαδικασία αγοράς**, ώστε να μπορέσει και πάλι να ελέγξει και να επηρεάσει τις αποφάσεις αγοράς των πελατών.

Το Social Selling δεν είναι μια ευκαιρία που έχει προκύψει επειδή τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δίνουν τη δυνατότητα για έναν διαφορετικό τρόπο πώλησης. Είναι μια αντίδραση που έχει προκύψει επειδή τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δίνουν τη δυνατότητα στον πελάτη να διαμορφώσει προτιμήσεις πριν έρθει σε επαφή μαζί μας. Στόχος του δεν είναι τόσο το κλείσιμο μιας πώλησης όσο **η προσέγγιση και η προσέλκυση του πελάτη στα πρώτα βήματα του ταξιδιού αγοράς του**. Το πρόγραμμα εξηγεί πώς να δημιουργούμε σχέσεις στο διαδίκτυο, πώς να συνδεόμαστε και να κάνουμε συζητήσεις, καθώς αυτά είναι το κλειδί για νέους τρόπους προσέγγισης και προσέλκυσης πελατών.

Το social selling είναι εξ ορισμού:

Η αξιοποίηση της παρουσίας και της συμπεριφοράς μας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να δημιουργήσουμε επιρροή, να δημιουργήσουμε συνδέσεις, να αναπτύξουμε σχέσεις και εμπιστοσύνη, με σκοπό τη συνομιλία και τελικά τη διαπροσωπική επαφή.

Αυτό το πρόγραμμα στοχεύει να σπάσει το «μύθο» της παραδοσιακής αντίληψης ότι οι πωλητές χάνουν τον χρόνο τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Θα εξηγήσουμε και θα δείξουμε πώς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να είναι **μια μηχανή παραγωγής εσόδων** για την επιχείρησή σας.

Τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του προγράμματος είναι αφενός **η έντονα πρακτική του διάσταση** διότι εργαζόμαστε σε πραγματικές περιπτώσεις και αφετέρου **η δημιουργία σχεδίων εφαρμογής** που χρησιμοποιούνται ως οδηγοί για την ανάπτυξη της παρουσίας των συμμετεχόντων στο διαδίκτυο και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Πού απευθύνεται

Το πρόγραμμα απευθύνεται σε νέα ή έμπειρα στελέχη ομάδων πωλήσεων B2C & B2B, marketing, εξυπηρέτησης και άλλων τμημάτων που επικοινωνούν με τον πελάτη, σε συμβούλους, σε ασφαλιστικούς διαμεσολαβητές και άλλους επαγγελματίες.

Έρθε η ώρα να πάτε εκεί που ζουν οι πελάτες σας: στο διαδίκτυο

Empower your sales people in the digital world
Call us now!

Δομή περιεχομένου

1. Εισαγωγή στο Social Selling (Διάρκεια 2h)

- Οι αλλαγές που έχουν συμβεί στο τεχνολογικό τοπίο, και επηρεάζουν αγοραστή και πωλητή.
- Ο ρόλος των κοινοτήτων στο διαδίκτυο και πώς τα κοινωνικά δίκτυα έχουν ανοίξει τις πόρτες τους σε όσους θέλουν να προσεγγίσουν απευθείας τους καταναλωτές τους
- Τι είναι το Social Selling και ποια είναι η διαδικασία που πρέπει να ακολουθηθεί για την επίτευξή του.

2. Online Presence (Διάρκεια 3h)

- Ανάλυση των απαιτήσεων για τη δομή ενός ιστοτόπου με βάση τα εταιρικά πρότυπα και καθορισμός των εργαλείων και των ενεργειών βελτιστοποίησής του.
- Διαχείριση της διαδικτυακής φήμης (Reputation management) και των αξιολογήσεων των πελατών στα διάφορα διαδικτυακά κανάλια και στις πλατφόρμες.
- Συστάσεις για την επαγγελματική αντιμετώπιση θετικών ή αρνητικών σχολίων.

3. Online Marketing (Διάρκεια 4h)

- Οι δυνατότητες του διαδικτυακού μάρκετινγκ, τα βήματα και τα εργαλεία για την ανάπτυξη μιας στρατηγικής για την online παρουσία, που περιλαμβάνει στόχους και τακτικά σχέδια δράσης.
- Διαχείριση και αξιοποίηση μιας ζωντανής βάσης δεδομένων υποψηφίων και υπάρχοντων πελατών (CRM) και η συνεχής επικαιροποίησή της.
- Εργαλεία και τεχνικές που θα κάνουν τον σχεδιασμό, τη διεξαγωγή και την αξιολόγηση των e-mail campaigns πιο αποτελεσματικά.

4. Social Media (Διάρκεια 6h)

- Η σημασία της οικοδόμησης ενός personal brand.
- Τι είναι «περσόνα σε ένα μέσο κοινωνικής δικτύωσης».
- Η διαφορετικότητα και σωστή χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης όπως το Facebook, LinkedIn, Tweet/X, Instagram, YouTube, blogs.
- Δημιουργία πελατοκεντρικού προφίλ και διαχείριση του στα κυριότερα μέσα δικτύωσης.
- Έλεγχος και αξιολόγηση της ψηφιακής ορατότητάς τους.

5. Το Social Selling Process (Διάρκεια 4h)

- Πώς ένας δυνητικός πελάτης (lead) γίνεται υποψήφιος (prospect).
- Δημιουργία «συνομιλιών» και άρρητης «δέσμευσης» των υποψηφίων και πιθανών πελατών.
- Οι τρόποι υλοποίησης των δομικών στοιχείων του κύκλου πωλήσεων στο διαδίκτυο:
 1. Αναγνώριση των πιθανών πελατών
 2. Ενεργή κατανόηση των αντιδράσεων των πιθανών πελατών
 3. Προσέγγιση και εμπλοκή των πιθανών πελατών.

6. Content Management (Διάρκεια 4h)

- Ανάπτυξη στρατηγικών που διασφαλίζουν ότι υπάρχει συνοχή και ομοιομορφία στο περιεχόμενο.
- Μέθοδοι και εργαλεία παραγωγής περιεχομένου με τρεις τρόπους:
 - **Συλλογή - Επιμέλεια Περιεχομένου (Curation):**
Η άντληση του καλύτερου περιεχομένου από διάφορες πηγές, η επεξεργασία του και η ενσωμάτωσή του σε ένα νέο κείμενο.
 - **Δημιουργία περιεχομένου (Creation):**
Παραγωγή πρωτότυπου περιεχομένου για το οποίο κάποιος έχει τα πνευματικά δικαιώματα.
 - **Διαμοιρασμός (Sharing):**
Η κοινοποίηση ενημερώσεων, σχολίων από διάφορες πλατφόρμες που έχουν δημιουργήσει άλλοι.

Μεθοδολογία

1	ILM / WBT	2	Φυσική αίθουσα	3	Εφαρμογή & υλοποίηση	4	Εικονική αίθουσα
	Buy-in / Pre-Work		Εκπαίδευση		Μεταφορά στην εργασία		Follow-up

Η εκπαίδευση μπορεί να γίνει με πολλούς τρόπους: με τον παραδοσιακό τρόπο σε αίθουσα, με coaching και on the job training, με **e-learning**.

Η μέθοδος που ακολουθεί το πρόγραμμα είναι η μεικτή μάθηση (**blended learning**) που συνδυάζει μάθηση με φυσική παρουσία στην αίθουσα ή στο χώρο εργασίας, mini-projects και ασύγχρονη ή σύγχρονη μάθηση εξ αποστάσεως.

Η προτεινόμενη εφαρμογή του προγράμματος έχει 4 φάσεις: Προετοιμασία, Εκπαίδευση στην αίθουσα, Εφαρμογή στο χώρο εργασίας και Follow up. Έτσι επιτυγχάνονται τα καλύτερα αποτελέσματα.