



disruptive
digital
education

social selling

workshop

Porto

social selling

SOBRE O WORKSHOP

Se os consumidores mudaram os seus hábitos de compra, as empresas só têm uma solução, alterar/adaptar a sua forma de vender, uma vez que o ciclo de venda passou então a ter outros “intermediários”: **Redes Sociais**.

Este workshop foi desenvolvido para habilitar os profissionais a este tipo de estratégia (Social Selling) onde é possível obter resultados e perceber que as empresas devem capacitar-se dessas pessoas para que não percam a sua competitividade com o tempo. “Quase **80% dos compradores business-to-business** (B2B) vê o LinkedIn como uma fonte efetiva de encontrar potenciais compradores (leads).”

O Social Selling é a utilização das redes sociais no ciclo de venda, onde temos uma nova abordagem ao mercado e a potenciais clientes, desde logo na forma de criar contacto e alimentar relações, deste modo, permite uma maior rapidez e precisão que os canais de comunicação e venda tradicionais não permitirem na maioria dos casos.

PÚBLICO-ALVO

Profissionais de Marketing e Vendas que procuram atualizar conhecimentos e perceber o novo ciclo de vendas, principalmente B2B. Este workshop é também direcionado a recém-licenciados, para que fiquem melhor preparados para o mercado de trabalho e adquiram competências que acrescentem valor às empresas.

duração total 16h - Aulas Teóricas / Práticas + Projeto

investimento 165€

nota Lotação limitada

REQUISITOS

Para frequentar este workshop são necessários conhecimentos básicos de Marketing e conhecimentos tecnológicos na ótica do utilizador (email, web, social, mobile).

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Transformação Digital B2B.

- › Evolução
- › Retrato Digital das PME Portuguesas
- › O papel atual da tecnologia
- › Ferramentas Digitais
- › O papel das redes sociais na Transformação Digital

2. Introdução ao Social Selling.

- › O que é?
- › Modelo Tradicional Vendas vs Novo Modelo Vendas
- › 4 pilares essenciais
- › Social Selling Index

3. Mudança cultural de uma equipa de vendas para o sucesso do Social Selling.

- › Convergência entre vendas e marketing
- › Definição de objetivos
- › Reduzir o ciclo de venda
- › Preparação de conteúdos
- › Consciencialização
- › Embaixadores digitais

4. A Produção de Conteúdos.

- › Principais características de cada rede social
- › Como e quando utilizar cada uma
- › Publicidade nas redes sociais
- › Conteúdos para cada uma delas
- › Insights a reter de cada uma

5. Geração e nutrição de leads com as redes sociais.

6. A importância do Content Marketing.

- › Apostar no conteúdo, porquê?
- › Pensar antes de fazer (definir bem o nosso target, estudar o que fazer e para quem)
- › Tipos de conteúdo
- › Benchmarking
- › Ser relevante (qualidade não é quantidade)
- › Ouvir a equipa de vendas

7. Sales Navigator (Linkedin) - Funcionalidades e Eficiência para encontrar potenciais clientes.

- › Encontrar os contactos certos
- › Pesquisa avançada
- › Gerir toda a informação (Leads e Tags)

8. Importância do CRM numa estratégia de Social Selling.

9. Implementar uma estratégia de social media para aumentar vendas e notoriedade.

EQUIPAMENTO

Um computador (um por aluno); Projetor HD;
Documentação em formato digital.

CERTIFICAÇÃO

Inclui: Carga horária total do workshop, temática, certificação DGERT, carimbado e assinado pela coordenação pedagógica do workshop em **formato digital**.

NOTAS

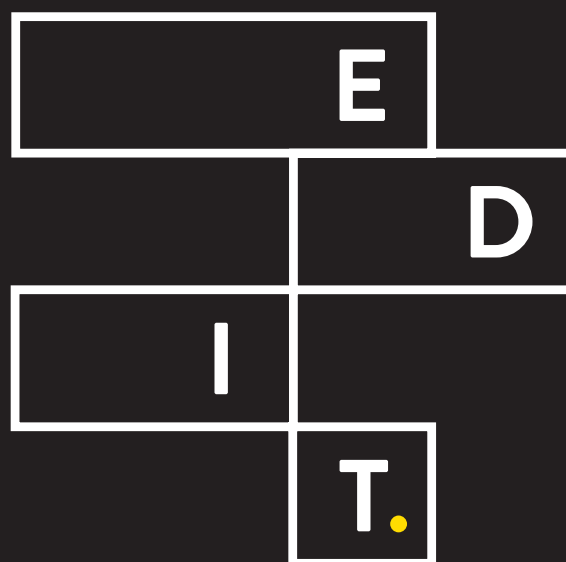
Em caso de cancelamento do workshop por parte da EDIT., o valor pago pelo(a) participante antecipadamente será reembolsado na sua íntegra. Caso o cancelamento seja efetuado pelo(a) aluno(a) será devido uma multa (cláusula penal) de 10% (dez por cento) do valor pago. Não será restituído o valor da inscrição após a realização do workshop.

A EDIT., livre de quaisquer ônus para com o(a) aluno(a), poderá utilizar a sua imagem e som de voz para fins de divulgação do workshop e das suas atividades, podendo, para tanto, reproduzi-lo ou divulgá-lo nos seus canais de comunicação.

A EDIT. reserva-se o direito de alterar datas, horários, locais ou mesmo cancelar workshops de acordo com um número mínimo de interessados. Nesse caso, todos os inscritos serão previamente avisados, até 24 horas antes do início do workshop.

Ficarão ao critério da EDIT. os cancelamentos dos Workshops por outros motivos que aqui não foram informados.

Demais valores gastos pelo(a) aluno(a) não serão reembolsáveis, como valores gastos com alojamento, hotel, passagem de qualquer tipo e deslocções.



www.edit.com.pt

EDIT.
Lisboa

Alameda D. Afonso
Henriques, 7A
1900-178 Lisboa

(+ 351) 210 182 455
geral@edit.com.pt

EDIT.
Porto

Rua Gonçalo Cristovão
nº 347, 3º piso, sala 309/302
4000-270 Porto

(+ 351) 224 960 345
geral@edit.com.pt

EDIT.
Madrid

Calle de la Colegiata
9, Utopics_us
28012 Madrid

(+ 34) 910 563 227
info@edit.com.es

Horário de funcionamento
segunda a sexta 10h-23h