Come trovare nuovi clienti su LinkedIn

Enterprise 4.0 è una rubrica settimanale dedicata ai processi di innovazione aziendale a cura di Neosperience. Per consultare gli articoli precedenti clicca qui.
Su **Linkedin**, rispetto a qualsiasi altro social network, è possibile trovare un pubblico di utenti disponibile ad ascoltare argomenti professionali (web marketing, consulenze, partnership di lavoro, opportunità di lavoro, ecc.), per cui – soprattutto per le **aziende che lavorano nel mondo B2B** – è la piattaforma migliore per acquisire e trovare nuovi clienti.

Il primo segreto per avere successo su LinkedIn – come su qualsiasi altro social network – è quello di essere attivi tramite il proprio **profilo istituzionale** (pubblicare propri contenuti e condividere e commentare l'attività della propria rete di contatti).

Stesso discorso vale anche per i **profili personali** di chi lavora in azienda: particolare cura va data affinché questi siano in linea con l'immagine aziendale.

Infatti presentarti come persona, ancor prima che come azienda, ha il vantaggio di dare **un volto e un approccio umano alla comunicazione**.

Ma passiamo adesso a evidenziare alcune buone norme che puoi sfruttare fin da subito per migliorare la qualità della tua attività su **LinkedIn**.

Cattura l’attenzione dei tuoi visitatori con un profilo personale curato

Inutile partire con qualsiasi strategia, se non si ha un profilo di qualità.

Se vuoi trovare clienti, aumentare le vendite o generare nuove lead, devi farti notare (in positivo), sia come azienda sia come persona. **Pensa quindi al tuo profilo personale come a una landing page** per dimostrare ai tuoi prospect che tu e la tua azienda siete le persone giuste per loro.

Innanzitutto, metti una foto di buona definizione, luminosa e in cui si vede chi sei. Usa delle “parole chiave” precise, sintetiche e specifiche nella descrizione del tuo profilo: per farlo, utilizza numeri, percentuali, nomi propri, termini specifici. Questo potenzierà anche la SEO del tuo profilo e ti farà ottenere più visite e più richieste di connessione.

Crea e/o aggiorna la tua pagina aziendale LinkedIn

Aggiungi le informazioni fondamentali sulla tua azienda per fare in modo che potenziali clienti la trovino su LinkedIn. Anche qui, assicurati di inserire parole chiave e di settore nella descrizione.

Individua il tuo pubblico di riferimento

Fare lead generation su LinkedIn significa innanzitutto creare delle liste di contatti potenzialmente interessati ai prodotti/servizi offerti ed utilizzarle per creare interesse.

Per questo motivo, il primo passo che devi fare è **individuare la categoria di pubblico al quale vuoi rivolgerti**. Devi capire cosa vogliono le persone che punti ad intercettare, quali sono i loro bisogni, le loro esigenze ed i loro problemi, e come la tua azienda può aiutarli nella loro risoluzione.

Una volta individuati chi sono i soggetti interessanti e perché, richiedi il contatto.

Mandare richieste standard a casaccio non ti farà fare una gran figura, tantomeno farcirle subito di proposte di appuntamento e/o vendita.

Crea contenuti con regolarità

Prima di partire subito all'attacco con ciò che vendi, **offri contenuti di valore** attraverso post, guide, ecc: saranno i tuoi collegamenti a cercarti nel momento del bisogno. La vendita, in questo caso, non sarà diretta: sarà necessario impostare un piano editoriale specifico per LinkedIn per promuovere i contenuti al fine di aumentare l'interesse da parte dei potenziali clienti in target.

La parola chiave in questo caso è continuità: ti sarà molto più semplice ottenere nuove connessioni e follower se racconti sempre qualcosa di interessante e rilevante per il tuo pubblico (guide e tutorial, pdf, testi con immagine o video, che richiamino sempre a una call-to-action in modo da raccogliere nuovi contatti).

Interagisci

Non dimenticarti dei post pubblicati in precedenza e delle persone che li hanno commentati. Il senso di appartenenza a un gruppo, una community formata da persone con interessi comuni è molto importante. **L'ideale è rispondere a tutte le persone che ti scrivono e interagiscono con i tuoi contenuti**.

Sfrutta LinkedIn Ads

Nonostante il costo degli annunci su LinkedIn sia più alto rispetto a quello di Instagram e Facebook, in questo caso non si tratta semplicemente di ottenere like e seguaci della pagina, ma veri e propri contatti che potrebbero potenzialmente diventare tuoi clienti. **Crea per i tuoi annunci un testo incentrato sulla tua USP (unique selling proposition), aggiungi un'immagine curata e inserisci un link a una tua landing page specifica in cui raccogliere i dati**.

Speriamo che questo viaggio dentro LinkedIn sia stato utile: se l'hai trovato interessante e vuoi rimanere aggiornato e ricevere nuovi consigli, seguici sul nostro profilo LinkedIn e visita il nostro sito! Ti aspettiamo!

https://www.key4biz.it/come-trovare-nuovi-clienti-su-linkedin/363110/