

Nowoczesny prospecting i social selling wspomagany technologią AI

Czas trwania: 2 dni

Cele szkolenia:

wyposażenie uczestników w narzędzia i umiejętności niezbędne do efektywnego wykorzystywania LinkedIn oraz sztucznej inteligencji, w tym ChatGPT, w procesie pozyskiwania klientów i sprzedaży. Uczestnicy nauczą się, jak skutecznie budować swoją markę osobistą, tworzyć spersonalizowane wiadomości oraz korzystać z najnowszych technologii do automatyzacji działań prospectingowych.

Szkolenie odpowiada na pytania:

- W jaki sposób LinkedIn wspiera proces sprzedaży i budowanie sieci kontaktów?
- W jaki sposób wykorzystać ChatGPT w personalizacji komunikacji z klientami?
- Jakie narzędzia pomagają w identyfikacji decydentów i pozyskiwaniu danych kontaktowych?
- Jakie są kluczowe zasady skutecznego social sellingu na LinkedIn?
- Jakie techniki automatyzacji poprawiają efektywność działań prospectingowych?

Program:

Moduł 1: Nowoczesny social selling na przykładzie LinkedIn

- Marka osobista w procesie sprzedaży i profesjonalny profil na LinkedIn – profil osobisty level master.
- 10 żelaznych zasad obecności na LinkedIn.
- Jak budować mocną sieć kontaktów i wchodzić w wartościowe interakcje z potencjalnymi klientami?
- Krok dalej: co daje profil premium i Sales Navigator i czy to się opłaca?
- Strategie social sellingowe – jak LinkedIn może pomóc w prospectingu i całym procesie sprzedaży?
- Czym się różni SPAM-owanie od prospectingu na LinkedIn? Krótki przewodnik po cyfrowym savoir vivre.
- Jak wykorzystać najważniejsze algorytmy LinkedIn do prowadzenia działań sprzedażowych.

- Jak zbudować profil “trusted advisor” na LinkedIn – praktyczny przewodnik krok po kroku.
- Co chce widzieć klient? Szybkie tworzenie wartościowych treści krok po kroku. Wykorzystanie ChatGPT do tworzenia atrakcyjnych treści.
- Reguła 20 minut dziennie – 5 najważniejszych aktywności na LinkedIn prowadzących do sukcesu.

Moduł 2: Twórcze wykorzystanie ChatGPT w prospectingu i procesie sprzedaży

- Personalizacja komunikacji – jak ChatGPT pomaga tworzyć spersonalizowane wiadomości dla potencjalnych klientów, które przyciągają uwagę.
- Szybki research klientów i firm – jak korzystać z ChatGPT do szybkiego zbierania informacji o branży, firmie czy decydentach.
- Tworzenie skutecznych skryptów sprzedażowych – jak przygotować atrakcyjne rozmowy telefoniczne, wiadomości e-mail lub treści na LinkedIn.
- Generowanie pomysłów na posty i treści sprzedażowe – jak ChatGPT wspiera kreatywność w tworzeniu angażujących postów czy artykułów.
- Planowanie strategii prospectingu – jak ChatGPT pomaga w analizie danych i budowaniu strategii kontaktu z klientami.
- Efektywne odpowiadanie na obiekcje klientów – jak ChatGPT może zasugerować gotowe odpowiedzi na najczęstsze pytania i wątpliwości.
- Symulacje rozmów sprzedażowych – jak wykorzystać ChatGPT do ćwiczenia rozmów z klientami, testując różne scenariusze.
- Budowanie ofert dopasowanych do potrzeb klienta – jak ChatGPT pomaga w tworzeniu atrakcyjnych propozycji wartości i ofert.
- ChatGPT jako asystent handlowca – porządkowanie notatek, transkrypcje rozmów z klientami, streszczenia stron internetowych itp.
- Automatyzacja powtarzalnych zadań – jak ChatGPT może zająć się przygotowywaniem szablonów wiadomości, przypomnień czy follow-upów.
- Najlepsze praktyki w korzystaniu z ChatGPT – wskazówki dotyczące efektywnego użycia narzędzia, by wspierało sprzedaż i budowało profesjonalny wizerunek.

Moduł 3: Narzędzia do identyfikowania decydentów i pozyskiwania bazy kontaktów – przegląd narzędzi i najważniejszych funkcjonalności

- Narzędzia prospectingowe, które pozwolą na znalezienie numerów kontaktowych i adresów mailowych do decydentów.
- LinkedIn Sales Navigator i Lusha – świetne do bezpośredniej identyfikacji decydentów na podstawie ich profili.
- ZoomInfo i Clearbit oferują szczegółowe informacje o strukturze firm i kontaktach.
- Hunter.io i UpLead ułatwiają zdobywanie precyzyjnych danych kontaktowych.
- InsideView wyróżnia się aktualizacjami i analizą powiązań biznesowych.
- Jambo: oprogramowanie do zarządzania relacjami z interesariuszami. Pozwala na zarządzanie komunikacją, śledzenie zgód i zobowiązań oraz dokumentowanie interakcji z interesariuszami.