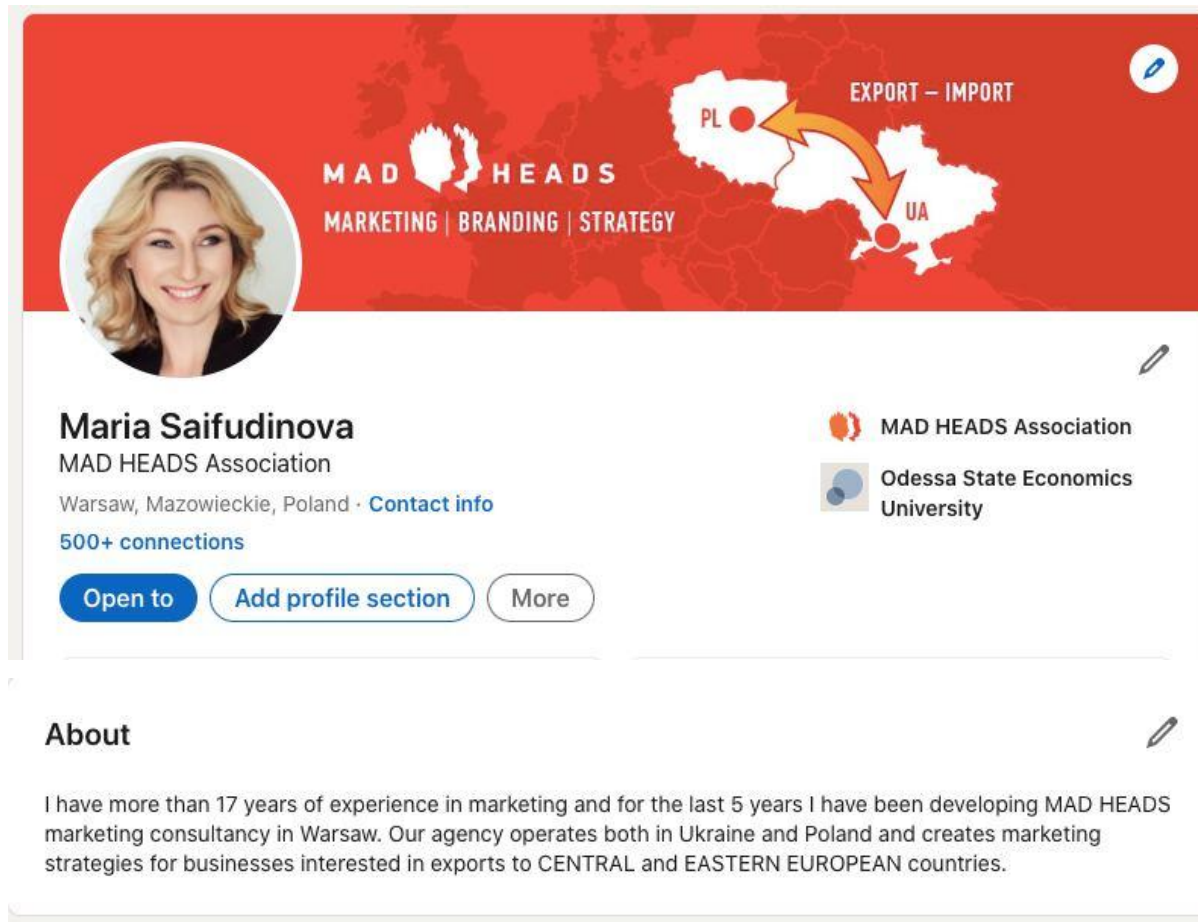


Jak zmaksymalizować zainteresowanie docelowych odbiorców za pomocą swojego osobistego profilu?

Wdrażając te rekomendacje, Twój profil zainteresuje co najmniej 30% potencjalnych klientów.



1. Użyj zdjęcia z uśmiechem

Kiedy uśmiechniesz się na zdjęciu, ludzie będą postrzegać cię jako przyjazną osobę i będą bardziej otwarci na rozmowę. Jednocześnie uśmiech powinien być skromny :)

2. W nagłówku zaznacz jaki efekt uzyska klient ze współpracy z Tobą.

To podstawa, na podstawie której 90% klientów zdecyduje się nawiązać z Tobą kontakt lub nie... Nikt nie będzie dokładnie badał Twojego profilu (poza headhunterami, a to nie jest pewne). Przykład złego nagłówka:

Alexey [redacted] 1-й
Deputy General Director at Russian Vodka Holding/Crimean Vodka Company
Москва, Россия | Пищевая промышленность

Сейчас Russian Vodka Holding/Crimean Vodka Company
Ранее Russian Vodka Holding/Eastern Beverage Trading, Russian Vodka Holding, Arteks Trade Company
Образование Moscow Aviation Institute (State Technical University) (MAI)

390 КОНТАКТОВ

Отправить сообщение

Просмотреть в Sales Navigator

Polecamy format: KIM JESTEŚ? | Pomagamy: KORZYŚCI DLA KLIENTA (JAK?)

3. Zastosuj „opowiadanie historii” w sposób ogólny

Opowiedz historię, która maluje obraz, który chcesz przekazać potencjalnym klientom, jak różnisz się od innych, i zakończ wezwaniem do działania.

Użyj następującego wzoru:

Pomagamy: dyrektorzy marketingu, właściciele średnich i małych firm, właściciele firm B2B znajdują nowe możliwości rozwoju biznesu poprzez badania rynku konsumentów i konkurencji.

Po to jesteśmy: opracowujemy strategie marketingowe i contentowe, które pomagają wybrać odpowiedni wektor rozwoju biznesu.

Takie podejście pozwoliło nam i naszym klientom do pewnie zwiększać dochody biznesowe.

Praca z nami rozwiążesz wszystkie problemy i trudności związane z informacją marketingową, zobaczysz jasną drogę do osiągnięcia swoich celów biznesowych.

Dodatkowe punkty za optymalizację:

1. Lista 7-10 fraz kluczowych, których używają klienci
2. Sprawdź, czy nie ma „ludzkości” / antysprzedawców
3. Czy istnieje jedno wezwanie do działania?
4. Czy istnieje odpowiednie doświadczenie zawodowe?
5. Czy jest 3-5 zaleceń?
6. Uwzględnij „frazy kluczowe” w sekcji umiejętności i zweryfikuj je
7. Czy istnieją przydatne narzędzia dla Twoich klientów?
8. Otwarty dostęp do profilu
9. Dodaj link do witryny/strony
10. Liczba odpowiednich grup
11. Liczba kontaktów przekracza 500 (500+)

Link do sprawdzenia swojego poziomu według LinkedIn

[-https://www.linkedin.com/sales/ssi](https://www.linkedin.com/sales/ssi)