

Dit netværk skal kunne lide dig

Social Selling -metoden handler om at sælge ved at opbygge personlig tillid i gennem sine digitale netværk.

Af
Marianne Due

At skabe synlighed via LinkedIn er en af Social Selling Companys ekspertiser. Under coronanedlukningen kunne mange sælgere ikke komme ud til kunderne, og det blev en styrke at kunne tilbyde onlinekurser, et webinar eller coaching via skærmen i stedet for.

- Social selling er en ny metode, et mindset. Metoden handler om at arbejde på en ny måde ved at være til stede på de sociale medier, siger Eva Sachse, der er indehaver af Social Selling

Company sammen med Leif Carlsen.

Internettet og de sociale medier har ændret vores måde at søge informationer, når vi overvejer at købe noget. Det er de ændrede adfærdsmønstre som Social Selling Company arbejder med, for det handler om, at kunderne kan finde dig og huske dig, inden de beslutter sig for at købe.

- Social selling handler om, at dit netværk skal lære dig at kende, kunne lide dig og stole på dig, men ordrer-

ne eller jobtilbuddene vælter ikke ind, bare fordi du får lavet dig en flot LinkedIn profil, siger Leif Carlsen.

I stedet skal man gøre sig selv synlig og 'likeable' i sit netværk. Det gør man ved at være til stede på LinkedIn dagligt. Man liker og kommenterer, og man deler ud af sin viden og erfaringer i egne opslag.

- På den måde bliver du og din virksomhed top-of-mind, når behovet for at købe dit produkt er til stede, siger Leif Carlsen.

Noget af det vigtigste i social selling-metoden er, at man ikke skal sælge direkte, forklarer de to konsulenter. De anbefaler i stedet, at man er aktiv ved at svare på spørgsmål i kommentarsporet, inspirerende indlæg og gode, lange blogindlæg, hvor man udstiller sin ekspertise. Blogindlæggene kan skrives som indhold på virksomhedens website og så linker man til det fra LinkedIn.

- Det er undervurderet, hvor meget kommentarer kan give, så skriv hellere en kommentar end blot at give et like, siger Eva Sachse og uddyber:

- Man skal huske at have kundens perspektiv. På LinkedIn skal man ikke skrive om sig selv men for målgruppen, Hvordan kan forbindelserne i ens netværk blive en succes. Man skal hjælpe og tale om muligheder.

Oftede møder Leif Carlsen og Eva Sachse argumenter om, at den tid man bruger på LinkedIn, går fra ens pri-



De fleste mennesker scroller bare, når de tjekker deres sociale medier. Derfor giver det en stor fordel at være synligt aktiv på LinkedIn ved at kommentere og selv poste indlæg, fortæller Eva Sachse fra Social Selling Company. Foto: Allan Nørregaard

mære salgsopgaver, men at være til stede på de sociale medier er også salg, forklarer Leif Carlsen.

- Det er en salgssindsats, og ja det tager tid, men det tager

også tid at ringe en kundeliste igennem, hvor ganske få er interesseret i at tale med en. Husk, at engang var det at ringe rundt til kunderne også en ny metode. Salgsle-

SOCIAL SELLING

- Social selling er en metode til at udvikle relationer som en del af salgsprocessen. Skåret ind til benet handler det om at få en køber til at kende dig, kunne lide dig og stole på dig via markedsførings- og salgssindsatser på de sociale medier.

Kilde: Social Selling Company

derne må derfor til at acceptere, at det tager længere tid at arbejde med social selling. Det er slow selling, og så er det ikke en metode, der erstatter andre klassiske salgsmetoder, men hvis vi er aktive på LinkedIn, så er vi allerede i dialog med potentielle kunder, siger han.

Undersøgelser viser, at ni ud af ti brugere af sociale medier, der scroller bare, og derfor kan det skabe stor synlighed at være til stede i kommentarer og ved at poste noget selv et par gange om ugen

- Man kan forberede sine indlæg på tidspunkter, hvor der er mindre at lave. Social selling er især en fordel for små virksomheder med ingen penge eller få midler til markedsføring, for man kan få meget synlighed uden at betale for det blot ved at udstille ens ekspertise og faglighed og få andre til at forstå, hvad det er, du laver, siger Leif Carlsen.



- Social selling er en ny metode, et mindset. Metoden handler om at arbejde på en ny måde ved at være til stede på de sociale medier, siger Eva Sachse, der er indehaver af Social Selling Company sammen med Leif Carlsen. Foto: Allan Nørregaard

Vi har altid spist vores egen medicin

Hos Social Selling Company ryddede coronanedlukningen kalenderen, men så gik de to indehavere i gang med at digitalisere.

Af
Marianne Due

Når man lever af at holde foredrag, kurser og workshops for sælgere eller andre, der gerne vil lære at bruge social selling-metoden, så var coronakrisens første tid noget af et benspænd, men Eva Sachse og Leif Carlsen fra Social Selling Company i Brønsholm, Kokkedal brugte nedlukningen af Danmark til at gennemgå deres egen forretning og komme ud til deres målgruppe ved at digitalisere deres processer og produkter.

- Vi kan se, at det er lykkedes med de indsats, vi har lavet. Vi får et dyk i omsætningen, men vi holder hovedet oven vande, fortæller Leif Carlsen.

Nu er det muligt at få personlig sparring via video,

der er onlinekurser og webinarer men også tilmeldingsprocessen og betalingen er blevet effektiviseret, som en del af den digitalisering konsulentvirksomheden har gennemgået. Fire af webinarerne tilbydes gratis, blandt andet et med 9 tip til at tiltrække drømmejobbet på LinkedIn.

- Digitaliseringsprocessen betød, at vi nu har teknikken på plads, så hvorfor ikke lavet nogle gratis webinarer. Det er proaktivt, skaber synlighed, og du kan udstille din ekspertise, siger Leif Carlsen og tilføjer, at de gratis webinarer også er en måde at give noget tilbage til samfundet på, som tak for hjælpekassen fra staten.

Han mener, at alle virk-



Alle virksomheder kan have gavn af at gå deres processer igennem for digitaliseringsgevinster, siger Eva Sachse og Leif Carlsen. Hos Social Selling Company gennemgik de to indehavere platforme og muligheder og i løbet af 14 dage så var de klar til at tilbyde deres onlineprodukter. Foto: Allan Nørregaard

somheder kan have gavn af at gå deres processer igennem for digitaliseringsgevinster. Hos Social Selling Company gennemgik de to

indehavere platforme og muligheder og i løbet af 14 dage så var de klar til at tilbyde deres onlineprodukter. - Styrken ved at være en

lille virksomhed er, at vi bare kan gøre det, uden at beslutningen skal igennem alle mulige led først. Vi fik produkterne prissat og lagt på inden for få dage ved at bruge systemer, der enten er gratis eller koster meget lidt. Det er nemt og noget alle kan gøre, siger Leif Carlsen.

En af fordelene ved processen har blandt andet været mindre tid på koordinering med kunderne. De booker selv, hvilke kurser eller produkter, som de gerne vil have, vælger en dato i onlinekalenderen og betaler også online på forhånd.

- Vi er først i kontakt med vores kunder i det øjeblik vi sidder overfor dem, siger Eva Sachse og fortsætter:

- Coronanedlukningen blev en lejlighed til at få effektiviseret vores processer. Du skal selvfølgelig have et website, Google skal kunne finde det og din synlighed skal være i radarhøjde direkte på LinkedIn.

- Vi har altid spist vores egen medicin ved at lave guider og blogindlæg, og nu

er vores foredrag også blevet til webinarer. De gratis webinarer er generel inspiration, men vi tilbyder også webinarer, som man skal betale for. Der skræddersyer vi indholdet til virksomheden, siger Leif Carlsen.

SOCIAL SELLING COMPANY

- Indehavere Leif Carlsen og Eva Sachse
- Rådgiver og underviser i social selling metoden på LinkedIn via kurser, foredrag og webinarer
- Udkommer desuden via blog, podcast og video
- Adresse i Kokkedal
- Indehavere Leif Carlsen og Eva Sachse
- Stiftet i 2014
- Hjemmeside: <https://www.socialsellingcompany.dk/>



9 ting der kan tiltrække drømmejobbet på LinkedIn

Eva Sachse og Leif Carlsen arbejder til daglig med at undervise sælgere i metoden »social selling«, men den kan også bruges, når man er på jagt efter et nyt job. Få de to eksperter tip til, hvordan du kan arbejde med social selling som personlig branding på LinkedIn.

- Styrken ved at være en lille virksomhed er, at vi bare kan gøre det, uden at beslutningen skal igennem alle mulige led først, siger Leif Carlsen.

Foto: Allan Nørregaard



- Vi er først i kontakt med vores kunder i det øjeblik vi sidder overfor dem, siger Eva Sachse.

Foto: Allan Nørregaard

1 - Din profil

Din profil på LinkedIn skal være opdateret. Vær omhyggelig med feltet under dit navn, der beskriver din professionelle overskrift på 220 tegn og husk at omtale dig selv i første person i det uddybende 'Om'-felt, hvor der er plads til 2600 tegn. Husk også et professionelt portrætfoto i god opløsning og et baggrundsbillede.

2 - Følg virksomheder

Find de virksomheder, som du gerne vil arbejde hos, ved at søge dem frem i LinkedIn søgefelt og klik på den blå knap: »Følg«. På virksomhedens side kan du se, om der er aktuelle jobopslag og hvad der er postet af indlæg for nylig.

3 - Udvid dit netværk

Brug også søgefunktionen til at finde personer, der kan hjælpe dig til et nyt job. Con-



Social Selling Company gennemgår i et gratis webinar, hvordan du kan øge din personlige synlighed på LinkedIn, hvis du er på udkig efter et nyt job.

Illustration: Social Selling Company

nect med dem ved at oprette forbindelse. Connect også med headhuntere. Skriv altid en invitationstekst, så modtageren ikke skal gætte på, hvorfor du ønsker at connecte.

4 - Synlighed: Headhuntere

Indstil din profil så den bli-

ver synlig for headhuntere ved at tilføje en profilsektion, hvor du vælger menu-punktet »Interesseret i jobmuligheder«. Derefter udfylder du felterne til »Jobtitler«, geografi, startdato og jobtyper. Tag stilling til, om dine jobønsker skal være synlig for alle eller kun for rekrutteringskonsulenter.

Du finder ind til disse ind-

stillinger ved at klikke på knappen »Dig«, »Vis profil«, »Tilføj profilsektion«, »Intro« og endelig »Leder efter nyt job«.

5 - Søg efter jobs

Klik på menu-punktet »Job« og brug søgefeltet.

6 - Udstil din ekspertise

Du kan øge din synlighed ved at klikke på »Synes godt om«, kommentere og dele andres indlæg, men den store effekt og øget synlighed kommer når du selv begynder at poste indlæg og artikler. Her handler det om at inspirere og dele viden.

7 - Dyk dine relationer

Skriv direkte ved hjælp af besked-funktionen.

8 - Brug hashtags

Hashtags bruges til at kategorisere indholdet, så det er nemmere at finde. Vælg højst tre hashtags, når du poster indlæg på LinkedIn.

Følg relevante hashtags,

så du kan få ny inspiration og interagere via »Synes godt om« og kommentarer, når det giver mening.

9 - Eksekvering

Du skal være aktiv på LinkedIn hver dag. Det vil sige, at du gennemgår dine invitationer. Du besvarer LinkedIn-beskeder. Du tjekker dine notifikationer og følger op. Du interagerer med andres indhold ved at like og kommentere. Du tjekker aktiviteten på dine egne indlæg med hensyn til kommentarer, likes og statistik. Du poster selv et indlæg 1-2 gange om ugen. Du laver målrettede indsatser ved at søge, connecte og sende beskeder til personer, som du gerne vil netværke med.

Kilde: Social Selling Company.
Hver måned gennemgår Eva Sachse og Leif Carlsen de 9 ting, du kan gøre for at tiltrække drømmejobbet via LinkedIn i et gratis webinar. Næste gang er mandag den 5. oktober kl. 10.

Hjælpepakke gav idéen til gratis webinar

Som mange andre, der lever af at holde foredrag, kurser og workshop blev Social Selling Company også ramt, da coronaen lukkede Danmark i foråret. Alle aftaler forsvandt fra kalenderen, og indehaverne Leif Carlsen og Eva Sachse besluttede at søge om hjælpepakke fra staten. Samtidig gik de i gang med en omfattende digitalisering af deres produkter.

Resultaterne af den omstilling er blandt andet flere

gratis webinarer. Det ene er omtalt nærmere på denne side: »9 ting som tiltrækker drømmejobbet på LinkedIn«.

Webinaret om jagten på drømmejobbet viste sig at være en succes fra dag et. I april, maj og juni afviklede Social Selling Company webinarer hver uge. Nu holdes det en gang om måneden og omkring 1200 deltagere har efterhånden været med.

- Det er personlig branding, hvor jobsøgende skal

arbejde ligesom sælgere ved at dele tips og tricks. Man skal ikke lave opslag om sin jobsøgningsproces men om det man kan, siger Eva Sachse.

- Du skal være likeable, udstille din ekspertise, være på dagligt, være til stede og kommentere, og så skal du selv poste noget en gang om ugen. Mange har ikke postet noget i 10 år. Vi får ofte mange spørgsmål og gode debatter under webinarer, og vi slutter altid med et link til,

hvordan man kan arbejde videre med at opdatere sin personlige LinkedIn-profil, siger Leif Carlsen.

Et andet af Social Selling Companys gratis webinarer, der også er populært, hedder »Spørg headhunteren og få svar live«. Det holdes af Leif Carlsen i samarbejde med headhunteren Flemming Lund fra Lund HR.

Begge webinarer holdes en gang om måneden.