



# LinkedIn Day DELL

Lais Orrico  
LATAM Head of Agencies





# Agenda

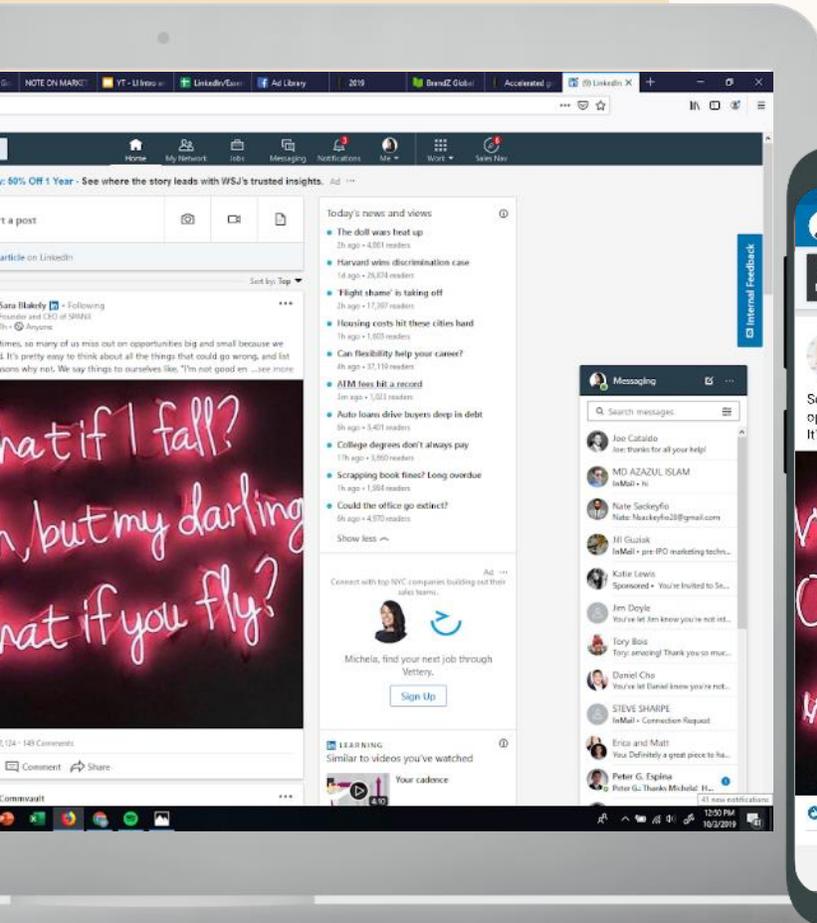
- 1 LinkedIn
- 2 Social Selling
- 3 Sua Empresa
- 4 Extra: dicas de perfil para executivos



**O LinkedIn**

Percepção:  
LinkedIn é como  
um quadro de  
empregos





Realidade:

**LinkedIn evoluiu**  
Plataforma de conteúdo  
rico e uma vasta rede de  
relacionamentos  
profissionais e pessoais



# Conecte-se a uma Oportunidade

Para clientes e empresas:



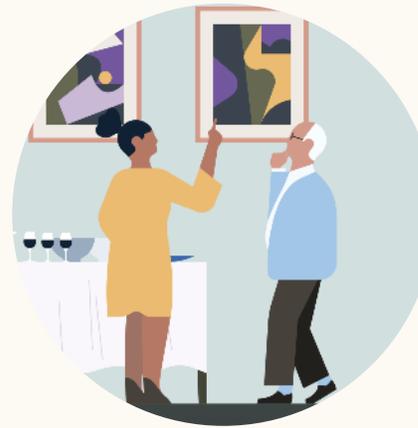
## Hire

Attract talent and recruit candidates from the world's largest talent pool.



## Market

Market to the world's largest professional audience.



## Sell

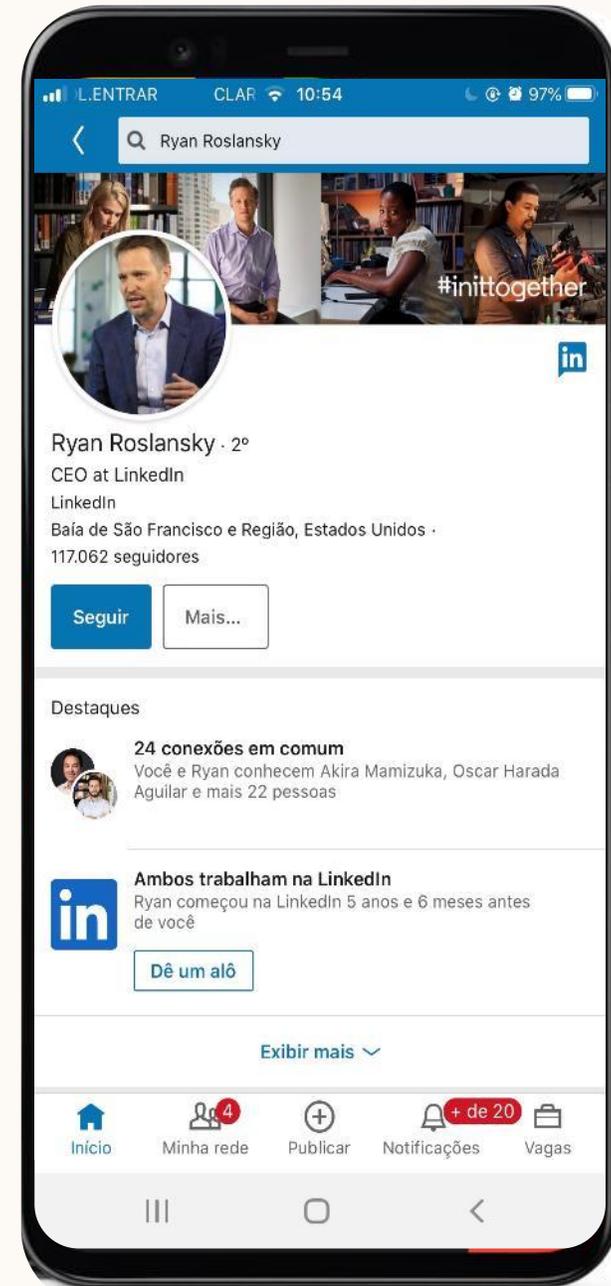
Power your social selling efforts with real-time sales intelligence.



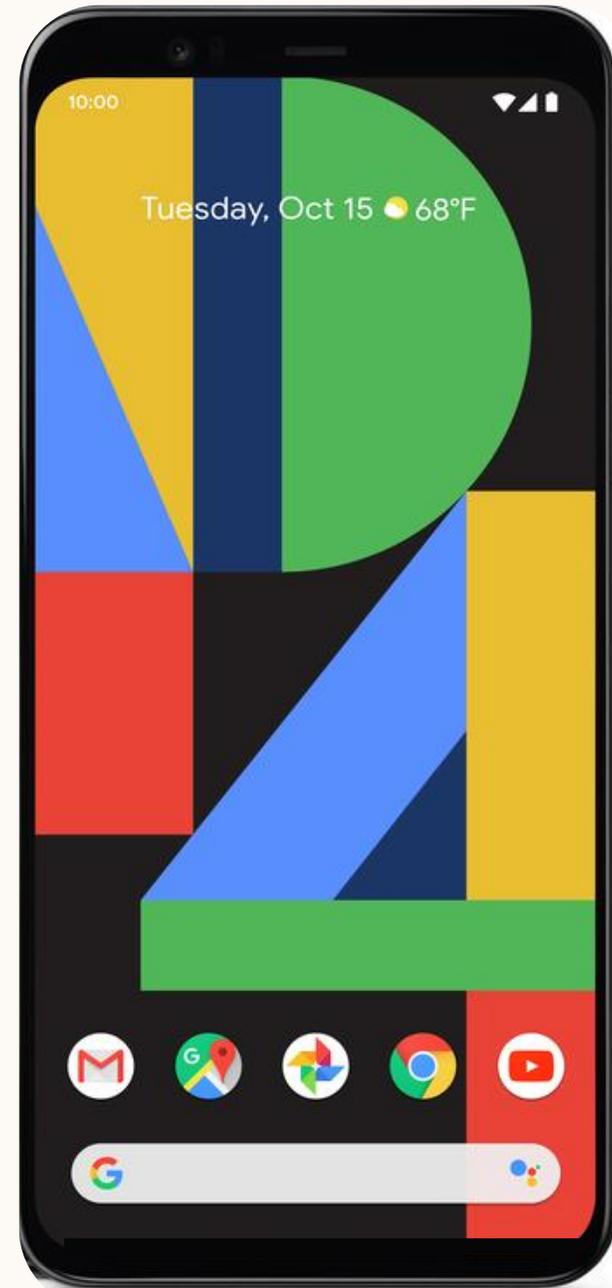
## Learn

Develop talent and keep skills current with personalized eLearning.

LinkedIn conecta  
**profissionais** em  
todo o mundo



E todo profissional  
é também um  
consumidor

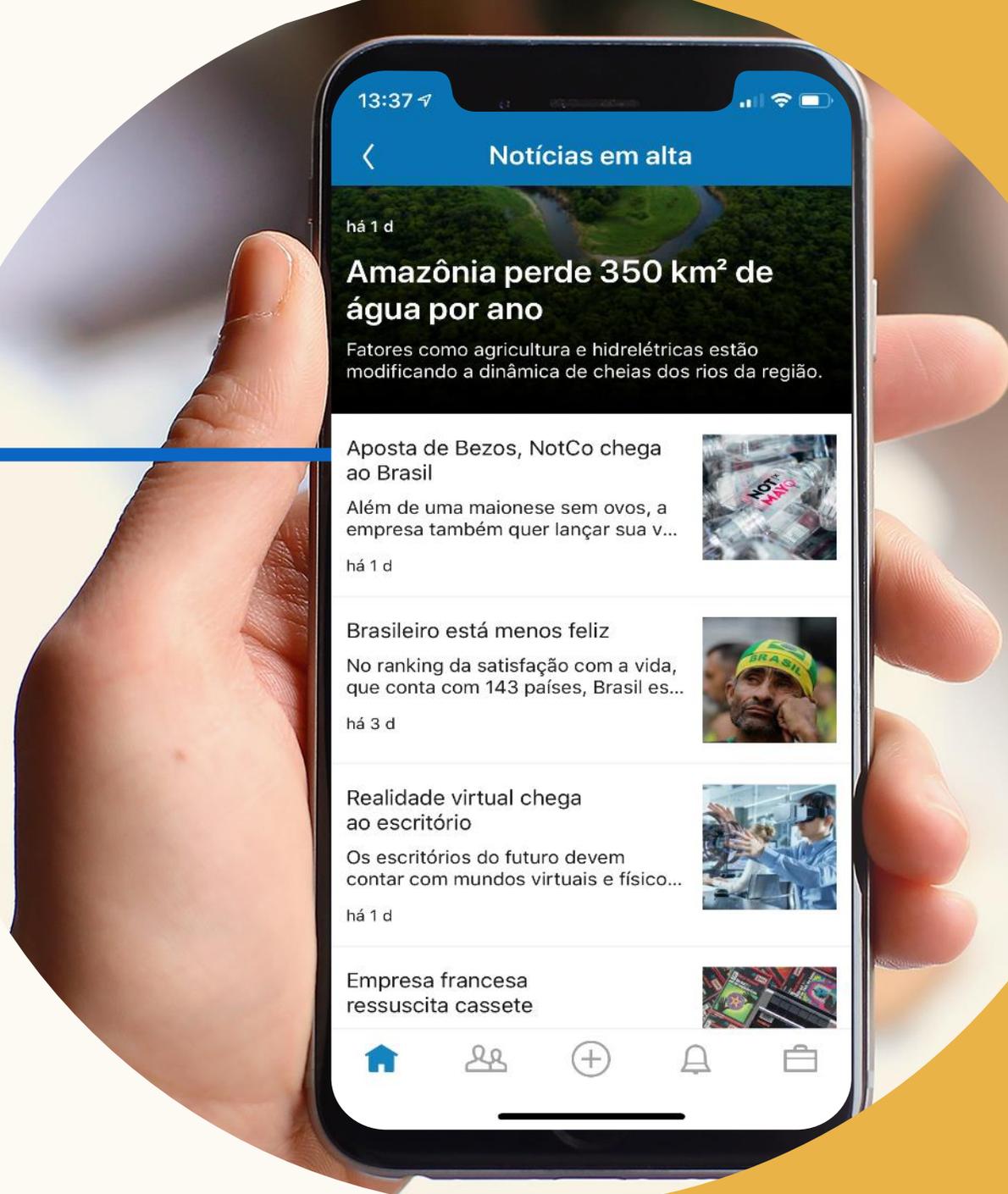


LinkedIn faz parte da rotina diária do profissional moderno

Nossos usuários passam

**15 vezes**

mais tempo consumindo conteúdo do que buscando emprego



# É importante entender o usuário



## REDES PESSOAIS

Gastar tempo

Informação de amigos

Interesses pessoais



## REDES PROFISSIONAIS

Investir tempo

Informação de carreira

Atualização de marcas

It's all  
about  
mindset



O LinkedIn é a plataforma mais confiável pelo terceiro ano consecutivo

- *Digital Trust Report*,  
Business Insider

BUSINESS  
INSIDER

	Ranking			Trust		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						

Engajamento no LinkedIn  
está crescendo 27% YoY.

Impulsionado por níveis  
recordes de interações no feed  
e compartilhamento de  
conteúdo na plataforma

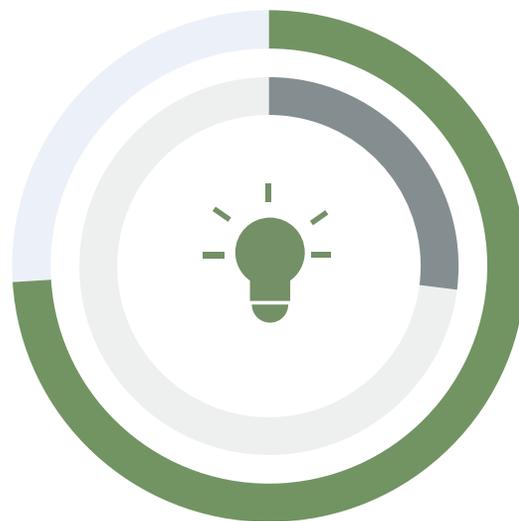
# O contexto confiável do LinkedIn gera um *halo effect* 2-3x maior para marcas

“Mais profissional”



92% > 34%

“Mais inteligente”



74% > 27%

“Mais qualidade”



59% > 33%

“Mais respeitável”



59% > 30%

Mais do que B2B ou B2C  
É H2H - Human to Human

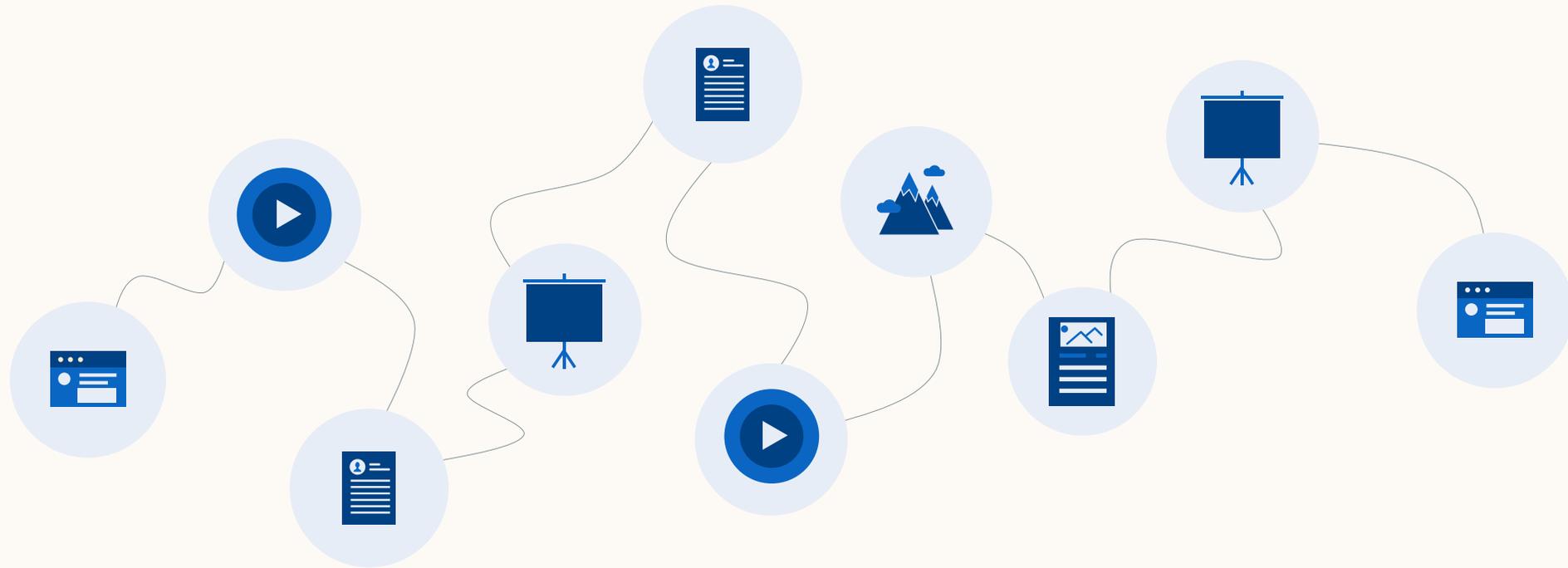
---

# Social Selling



# É um mundo desafiador

10 peças de conteúdo são consumidas durante o processo de compra B2B



Source: Forrester: "Buyer Behavior Helps B2B Marketers Guide the Buyer's Journey," October 2012; Google: Zero Moment of Truth Study

# Os relacionamentos importam mais do que nunca

Os profissionais de vendas precisam adotar técnicas modernas para permanecerem relevantes, pois as estratégias tradicionais não são tão eficazes quanto costumavam ser.



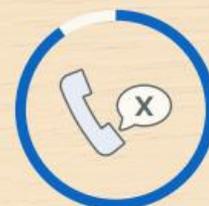
6,8

*peças em média participam do processo de decisão de compras B2B atualmente*



57%

*terminam o processo de compra antes mesmo de você saber que começaram*



90%

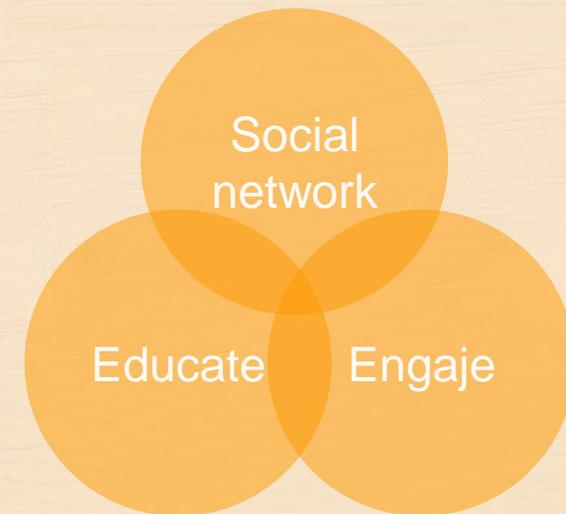
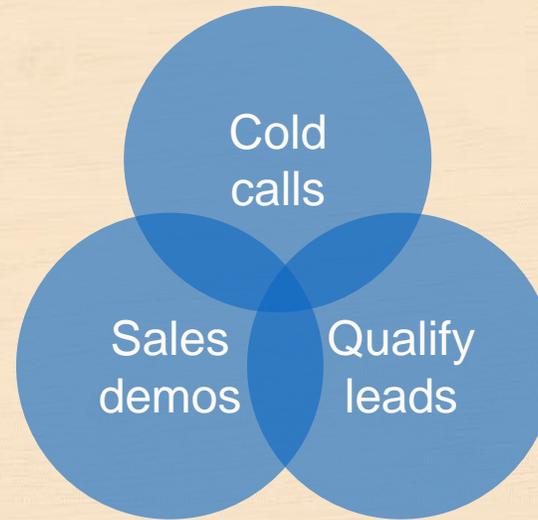
*dos decisores dizem que nunca respondem a contatos não solicitados*

# 77%

dos compradores não acreditam que os representantes de vendas conheçam de fato seus negócios e possam ajudá-los

# Social selling é o novo modelo de vendas ou vendas 2.0

Quando os representantes de vendas usam as mídias sociais para encontrar e interagir com clientes em potencial.





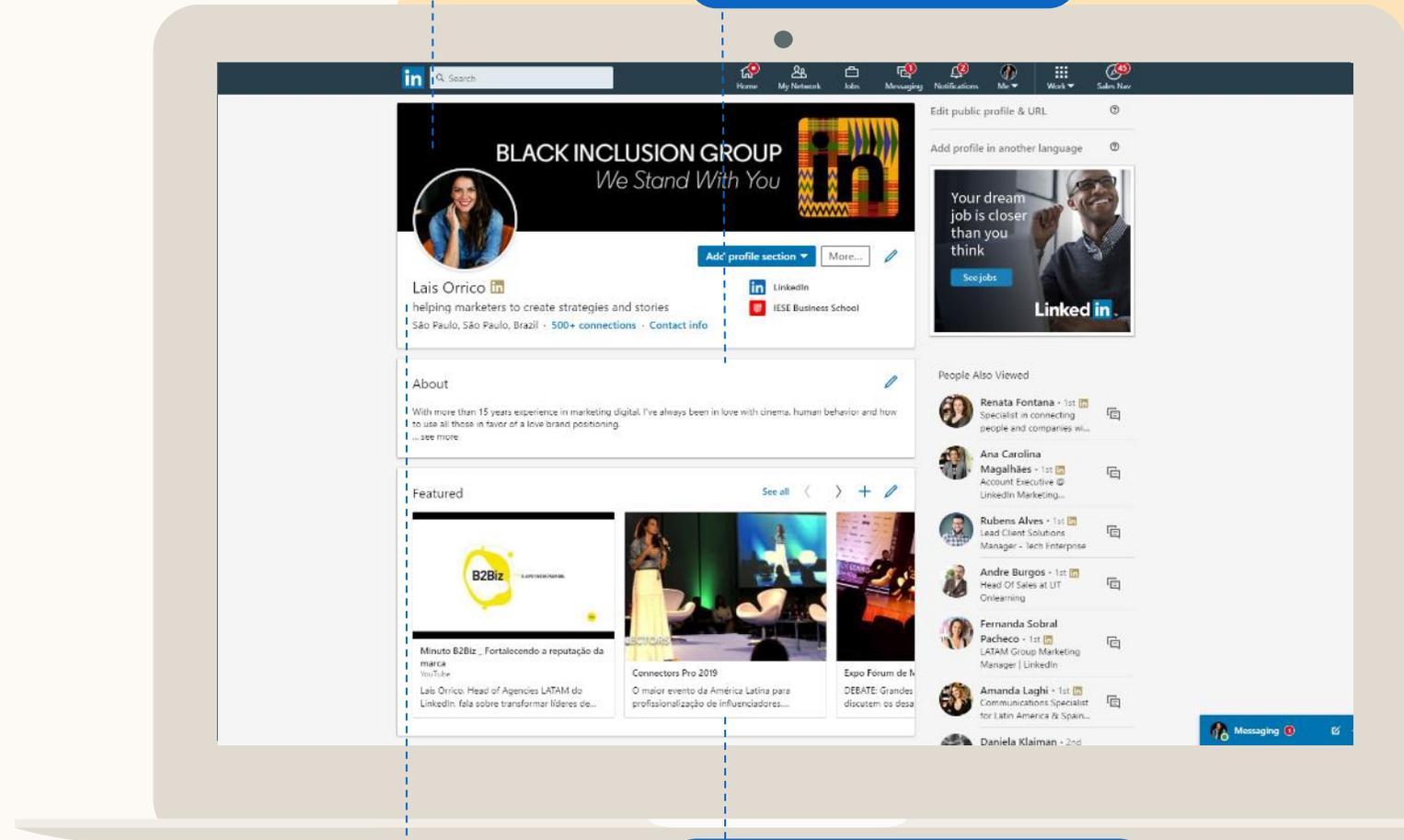
# 5 Dicas de Social Selling

# 1. Crie sua marca profissional

Utilize seu perfil para criar uma marca de especialista. Ele é a base para o sucesso das suas vendas no LinkedIn. Como um canal de marketing pessoal, seu perfil deve ressaltar como você se destaca como profissional.

Uma foto profissional que cause uma ótima primeira impressão

Um resumo que informe e desperte o desejo de contato



Um slogan que atraia a atenção dos compradores os faça querer mais informações

Arquivos de mídia que apresentem visualmente seu histórico e mantenha o interesse das pessoas

## 2. Encontre as pessoas certas

### Busque novas conexões uma vez por dia

---

Uma rápida pesquisa por potenciais clientes no LinkedIn todas as manhãs não apenas aumentará a sua exposição a oportunidades, mas também gerará maior conhecimento sobre o que está acontecendo em seus setores e nas funções de negócios de maior interesse. ○

### Contate 2 potenciais clientes por dia

---

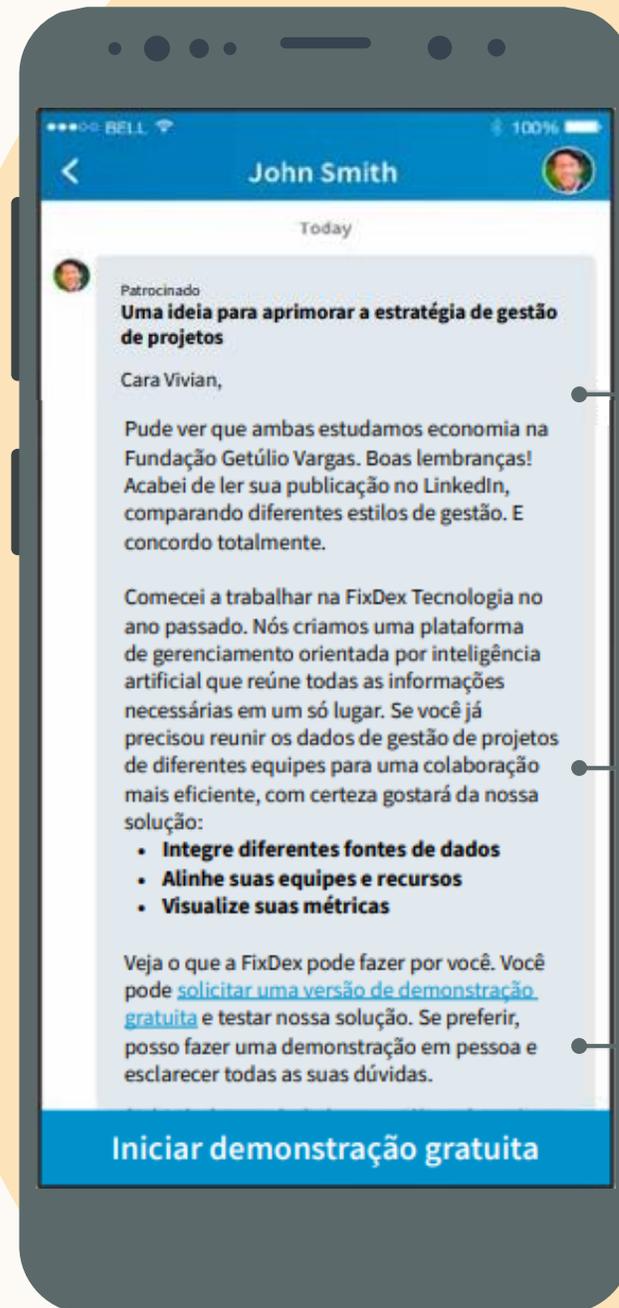
Para causar impacto junto ao potencial cliente, seu contato precisa ser pessoal e relevante. Ao invés de contatar um grande número de potenciais clientes, utilizando mensagens genéricas ou iguais para todos, defina um limite de duas por dia e invista mais tempo em entender o que move essas pessoas.



### 3. Engaje utilizando insights

O tempo médio de atenção das pessoas está em torno de 8 segundos.

Os InMails têm uma taxa de sucesso entre 10 e 25% para as respostas de potenciais clientes, o que representa 300% a mais do que e-mails com exatamente o mesmo conteúdo



1º PARÁGRAFO  
BUSQUE NAS REDES

2º PARÁGRAFO  
SEJA BREVE

3º PARÁGRAFO  
CRIE UM CALL TO ACTION

## 4. Quem não é visto não é lembrado

### Crie seu próprio conteúdo

---

Os desafios e as histórias de sucesso que você vê todos os dias podem gerar um conhecimento rico, capaz de beneficiar seus potenciais clientes.

Compartilhar esse conteúdo aumenta as chances de um impacto positivo enquanto os compradores B2B fazem suas pesquisas online.

### Use a proporção de 4:1:1

---

- 4 partes compartilhando o conteúdo de outras pessoas (links e artigos)
- 1 parte interagindo com conteúdos (comentando ou respondendo)
- 1 parte criando publicações de sua autoria por semana

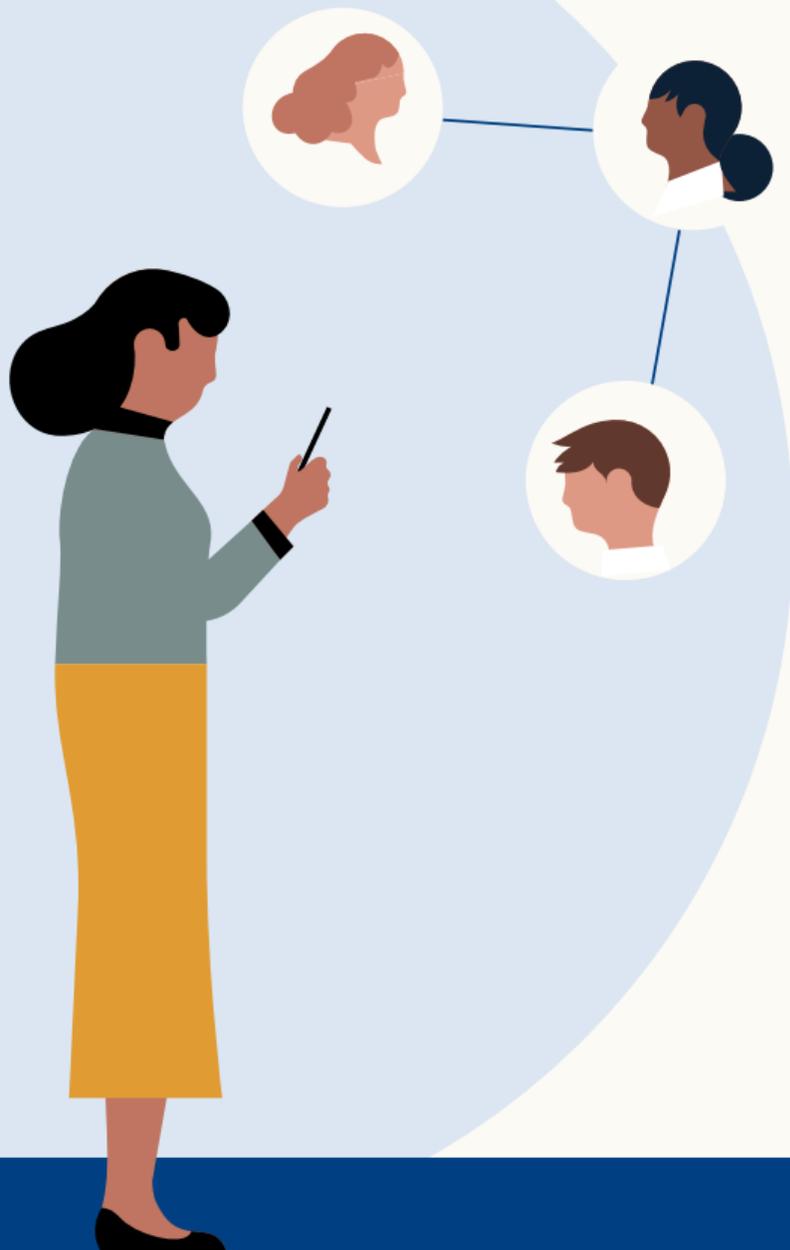


## 5. Seja um Social Seller

Ache o tom certo para a comunicação e adapte seu discurso para o novo mercado

- Seja prático, diminua o tempo das apresentações.
- Faça apresentações em vídeo, mas ofereça a opção de um bate-papo apenas por áudio
- Seja ágil ao enviar um email de follow-up da reunião com materiais, apresentações e propostas.





# LinkedIn SSI

<https://www.linkedin.com/sales/ssi>

### Social Selling Dashboard



**Lais Orrico**  
helping marketers to create strategies and stories

Top **1%**  
Industry SSI Rank

Top **9%**  
Network SSI Rank

#### Social Selling Index – Today

Your Social Selling Index (SSI) measures how effective you are at establishing your professional brand, finding the right people, engaging with insights, and building relationships. It is updated daily. [Learn more](#)



#### Weekly Social Selling Index



People in your Industry

People in your Network

Veja como o LinkedIn Sales Navigator ajudou a empresa a aperfeiçoar seu processo de vendas: prospecção, geração e qualificação de leads



“Para o nosso negócio foi vital atuar com o Sales Navigator. Isso mudou nosso jeito de trabalhar com prospecção ativa”, diz Fernando Pacheco, Head de Pré-Vendas da Samba Tech.

### Destaques

- **25%** dos clientes vieram do Sales Navigator no primeiro semestre de 2016
- **40%** das reuniões foram geradas pelo Sales Navigator no primeiro semestre de 2016
- **65%** Aumento de pipeline

**Sua Empresa**



As PMEs têm a vantagem da flexibilidade. A sua empresa pode ser pequena, mas suas aspirações são imensas. O LinkedIn pode ajudá-la a chegar mais rápido no destino desejado. Não restrinja os objetivos da sua empresa.

Você está mais próximo do que imagina 



PROJECTS

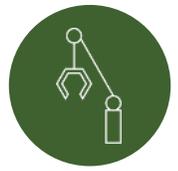


Project  
Complementary Basic Education for Ghana  
Governance and Public Administration / Institutional Efficiency / Programme Design, Delivery and Evaluation  
Share

PROJECTS →



Globalization



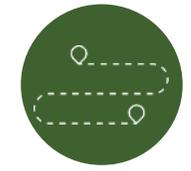
Automation



Skills gap

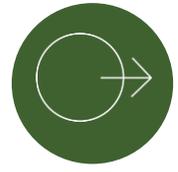


Rise of the gig economy



Non-linear career paths

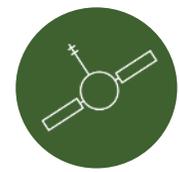
# As definições de oportunidade e sucesso estão mudando



Outsourcing



Income inequality



Ability to work from anywhere



Importance of purpose, passion, and meaning

“Social media has been a tremendous **enabler** for me in my role as CEO.

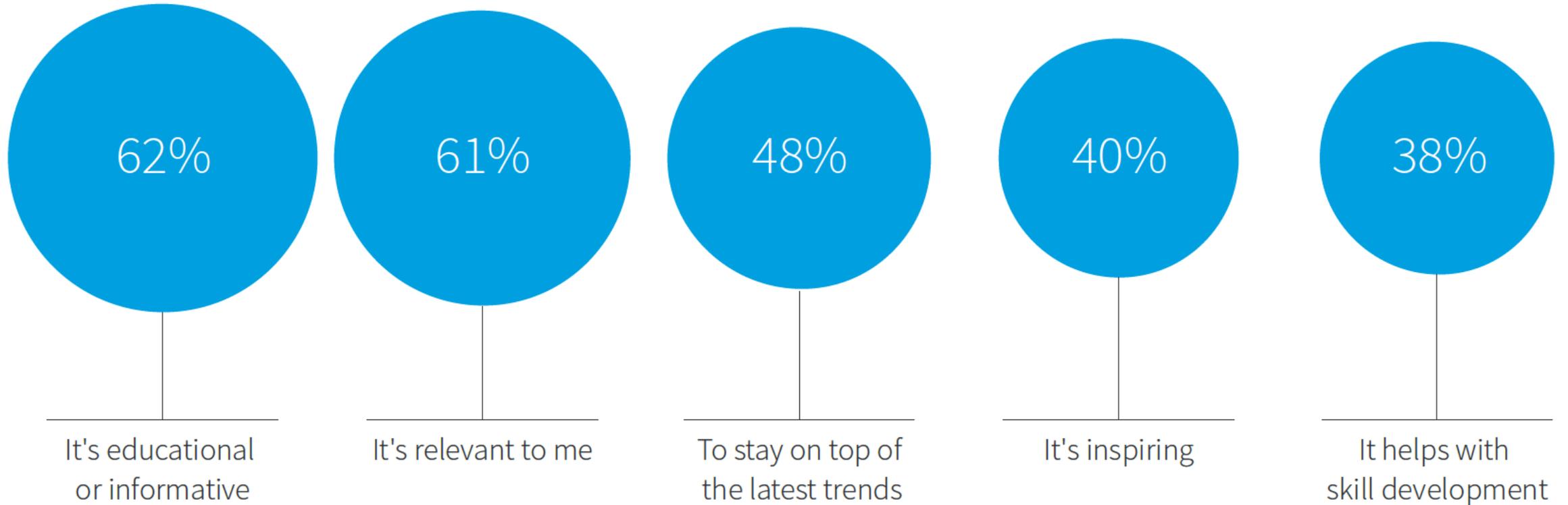
It allows us to build **relationships** directly with our **consumers, our employees, and our customers**. I view it as a critical tool to support our effort to become faster, stronger, and better in everything we do.”



Ramon Laguarta, Chairman and CEO of PepsiCo

# Top 5 razões de engajamento dos usuários do LinkedIn

Reflexo do que está acontecendo no mundo

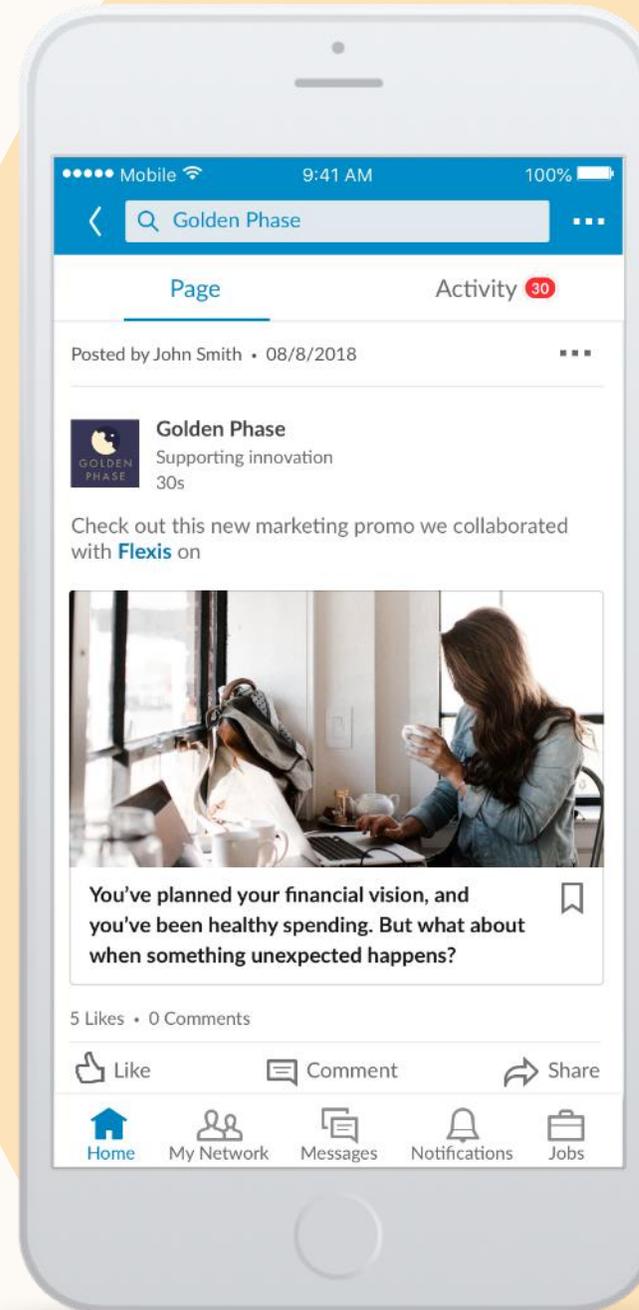




## 5 Dicas de Presença de Marca

# 1. Crie a Page da sua marca empresa

Uma LinkedIn Page é a base da presença da sua marca no LinkedIn. Ela atua como uma central de informações. É muito fácil criar: basta adicionar a logomarca da sua empresa, a imagem do banner e uma descrição.



5x

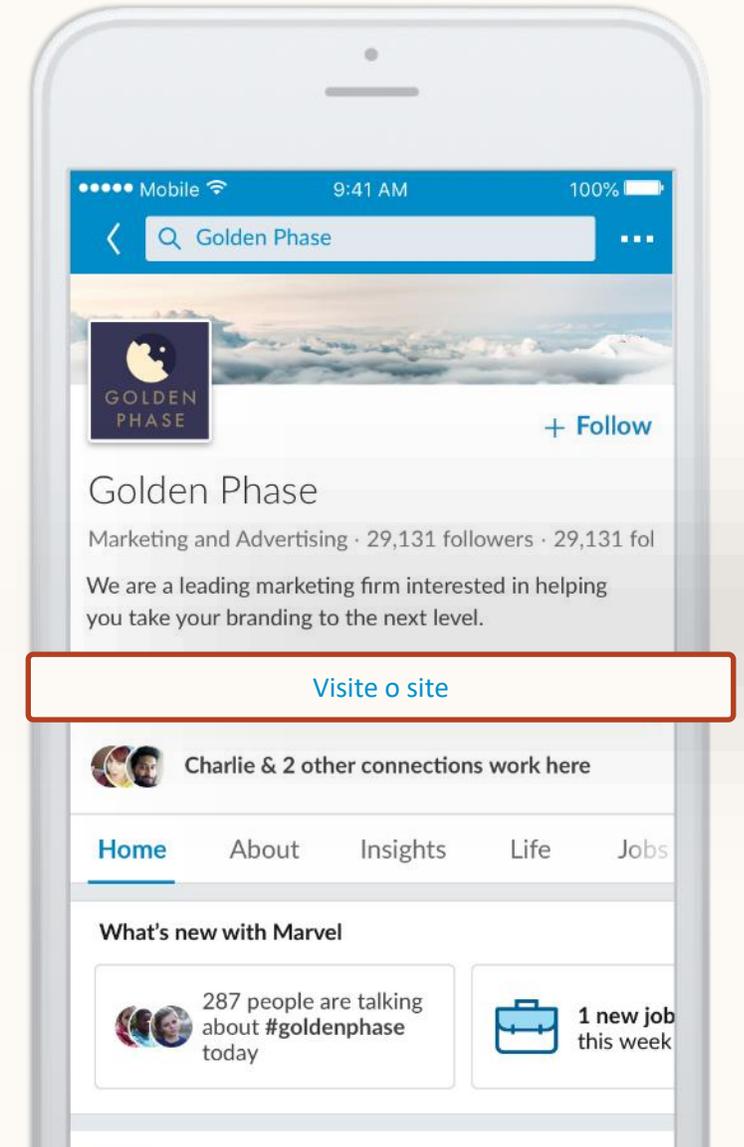
mais visualizações da página

11x

mais cliques por seguidor

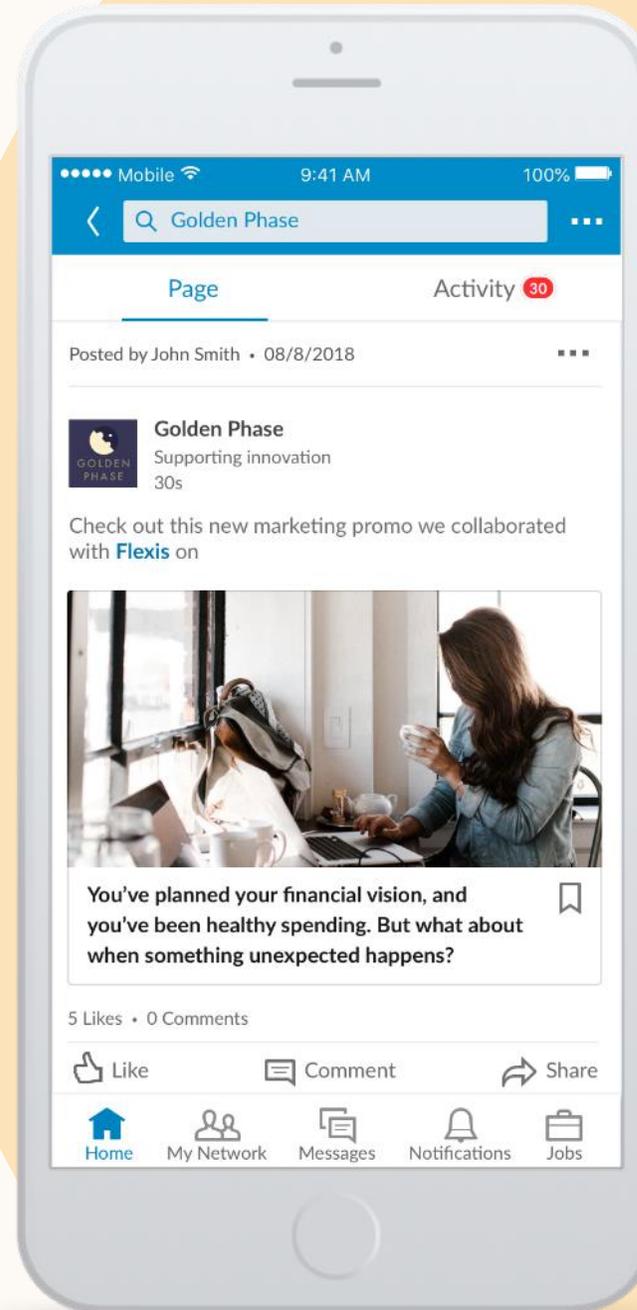
# Oriente o comportamento dos visitantes com um call-to-action personalizável

- Veja as vagas
- Entre em contato
- Cadastre-se
- Saiba mais
- Registre-se
- Assine



## 2. Envolve seus funcionários

Uma LinkedIn Page é a base da presença da sua marca no LinkedIn. Ela atua como uma central de informações. É muito fácil criar: basta adicionar a logomarca da sua empresa, a imagem do banner e uma descrição.



5x

mais visualizações  
da página

11x

mais cliques por  
seguidor

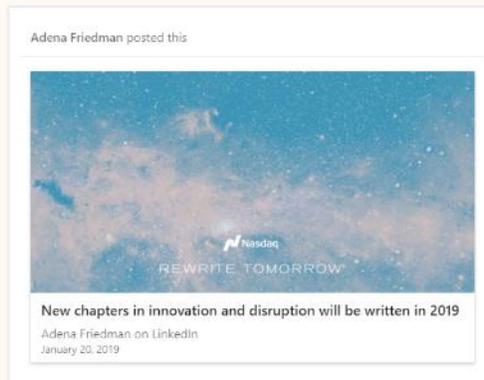
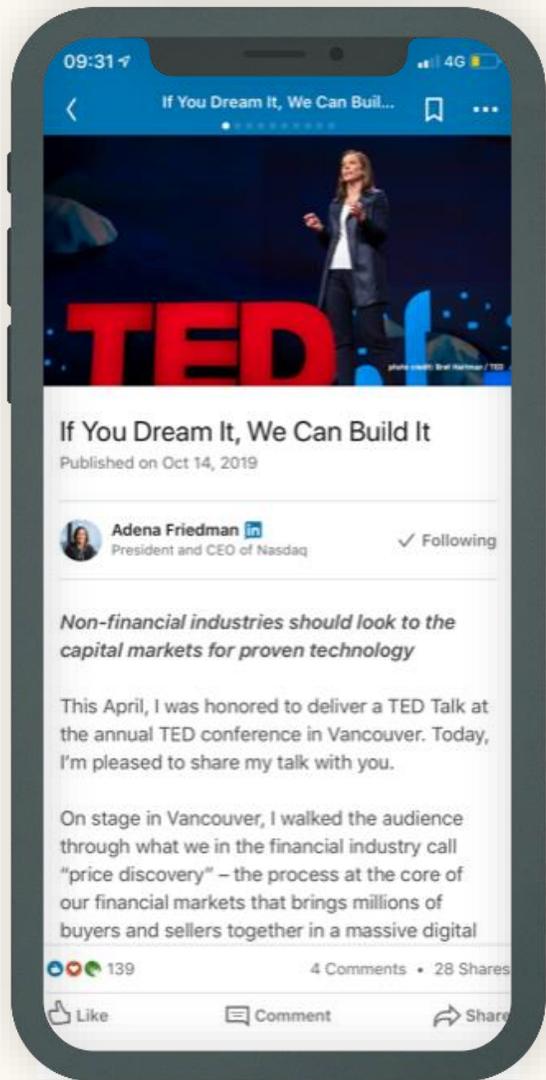
### 3. Thought Leadership

Business is about people.

Como executivo, você provavelmente tem uma audiência naturalmente interessada em ouvir de você.

55%

Dos tomadores de decisão usam o conteúdo compartilhado pelos executivos para avaliar potenciais fornecedores e parceiros.



## Adena Friedman

Président & CEO of Nasdaq

550K Followers

23 Articles

- Regulation & Reform
- Innovation & Disruption
- Machine Learning & AI

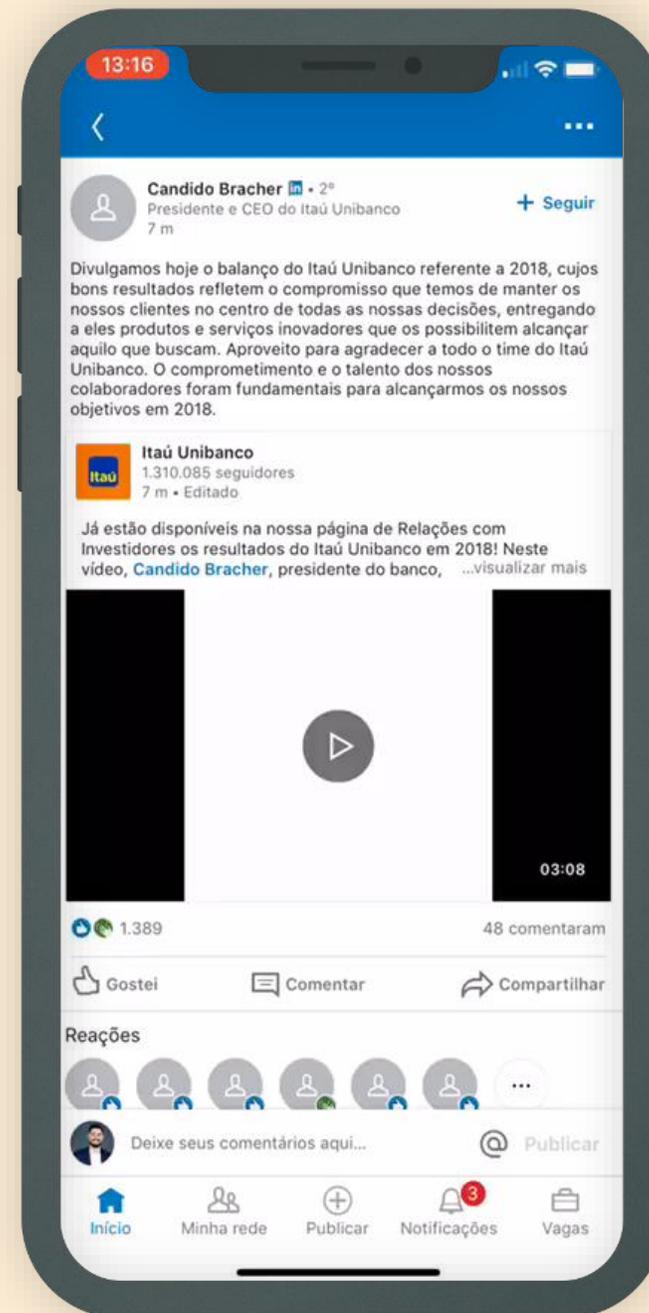
One of the few leaders active across all major social platforms. Her LinkedIn presence – most developed as her and short-form content keeps her audience engaged long



Thought Leadership

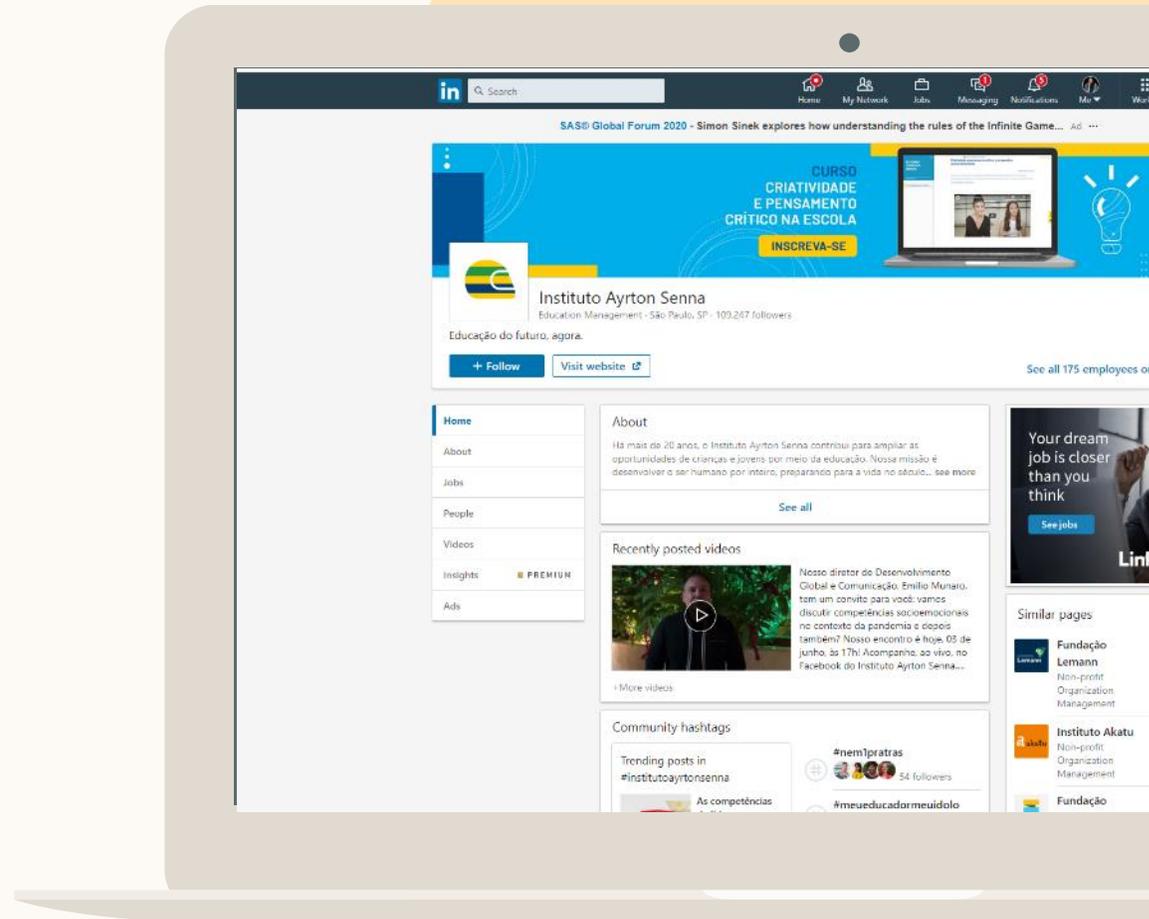
# Candido Bracher

President and CEO at Itaú



## 4. Crie conteúdo

Publicar atualizações da empresa diárias é o modo mais eficaz de iniciar uma conversa. Esta abordagem gera divulgação boca a boca e conecta a empresa diretamente com o seu público-alvo.



98%

mais comentários  
em posts com  
imagens

75%

mais  
compartilhamentos  
em posts com videos

## 5. Amplie seu alcance

Atraia e engaje com seu público-alvo.

- Text Ads
- Sponsored Content
- inMail

[www.linkedin.com/ads](http://www.linkedin.com/ads)



LinkedIn

Caso de sucesso  
LinkedIn & HCor

O HCor escolheu o LinkedIn como canal principal da sua estratégia digital para divulgar conteúdos sobre saúde no trabalho e reforçou sua conexão com um público altamente qualificado e engajado.



### SOLUÇÃO

O hospital contou com a ajuda de seus melhores profissionais para gerar esse conteúdo em vídeo de forma relevante e com alta credibilidade.

O LinkedIn foi escolhido como principal canal por conta da sinergia do conteúdo com os assuntos discutidos na rede, além da oportunidade de atingir um público altamente qualificado e engajado.



# LinkedIn para Executivos

Principais maneiras  
de aproveitar a  
plataforma

# Invista na foto

A foto deve focar no seu rosto e estar adequada à sua imagem profissional.

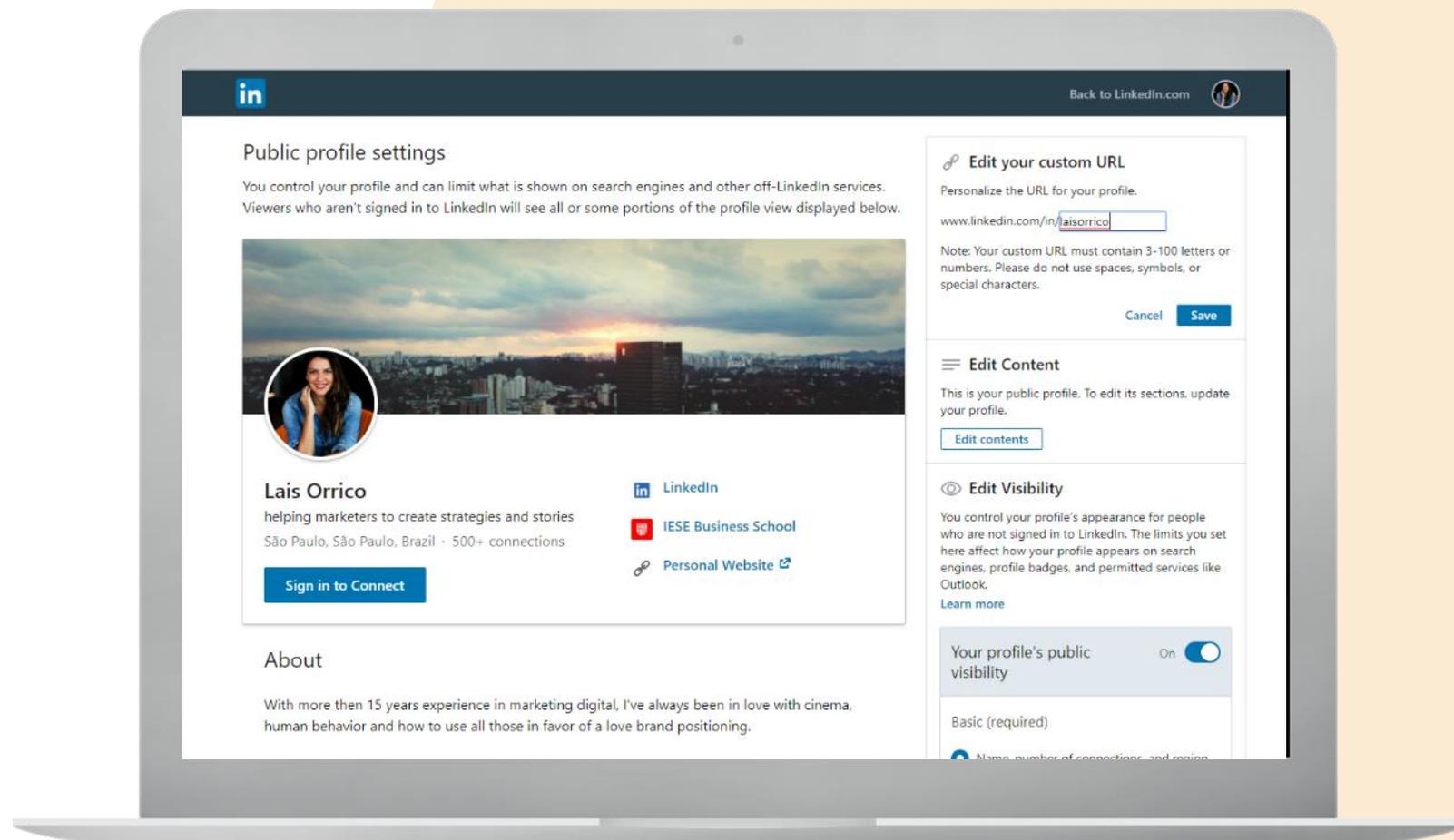
**DICA:** uma boa foto aumenta em 21x a sua chance de ser visto.



<http://bit.ly/testefotolinkedin>

# Customize a sua URL

Personalize seu perfil

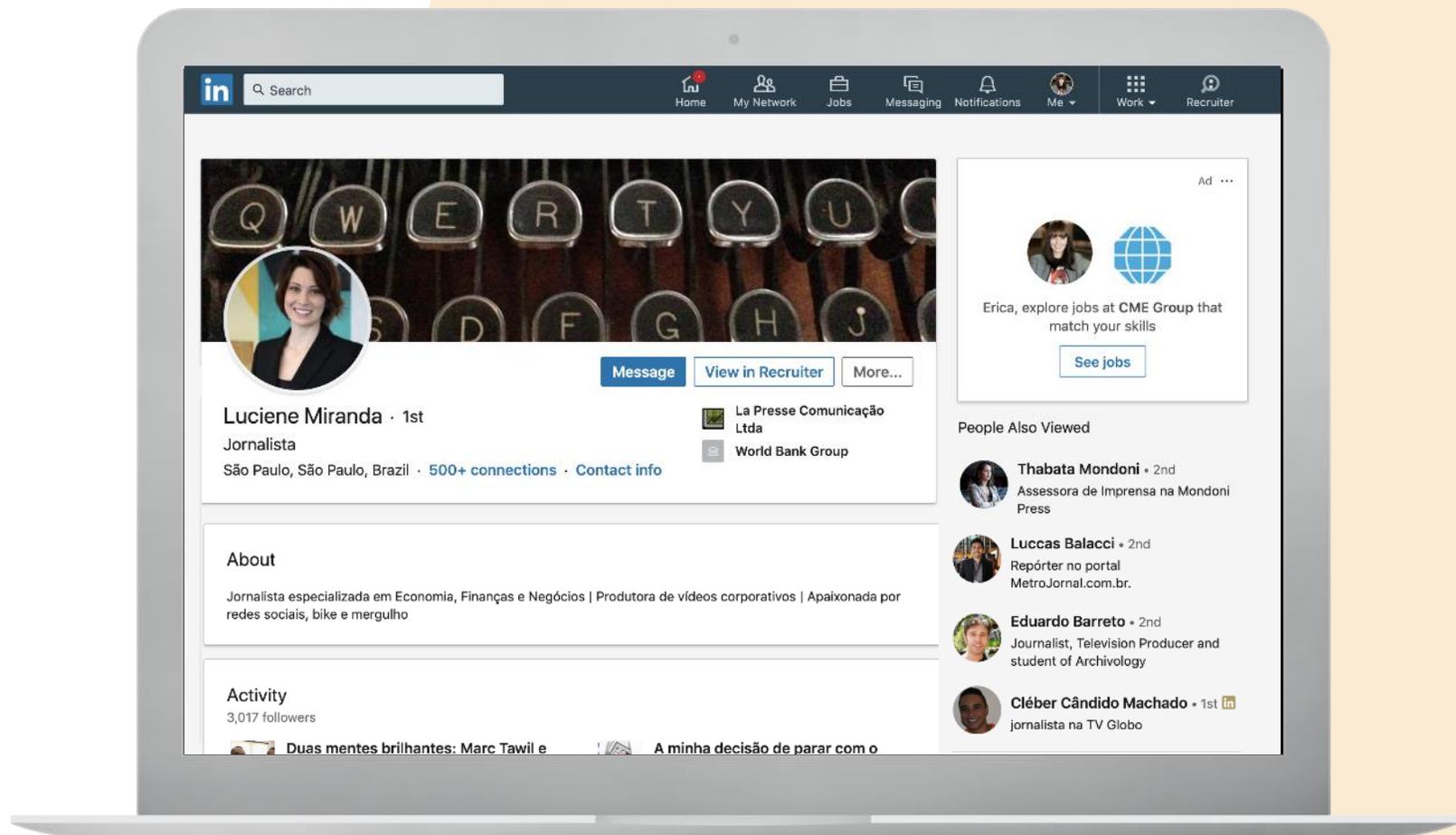


Página Inicial >  > Informações de Contato > URL do Perfil

# Capriche no título e resumo

Para elaborar um bom **título**, identifique as palavras-chave usados pelo mercado para definir o que você faz.

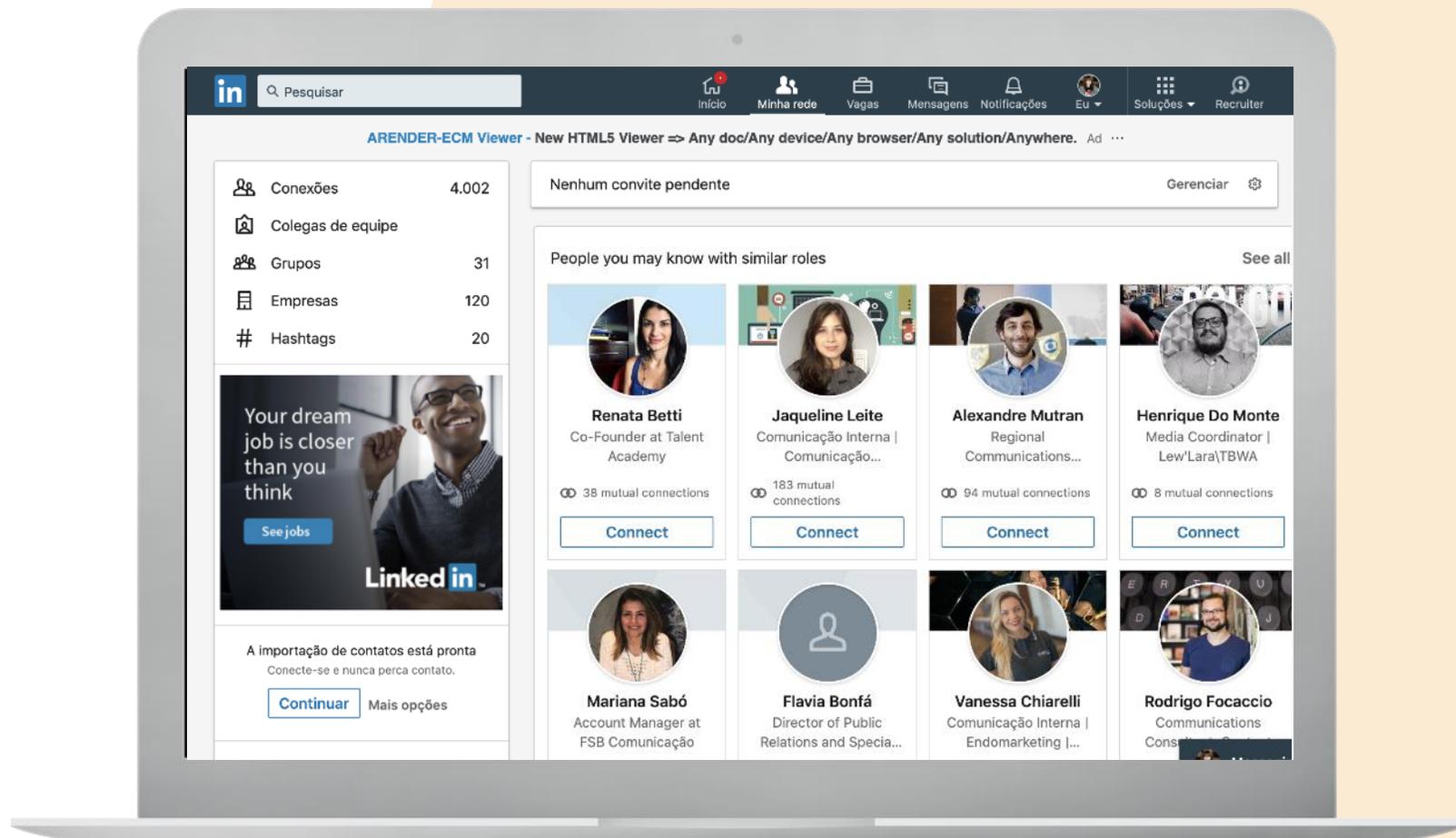
No **resumo**, diga em 1-3 parágrafos quem é você como profissional. Invista em palavras-chave.



# Busque Conexões

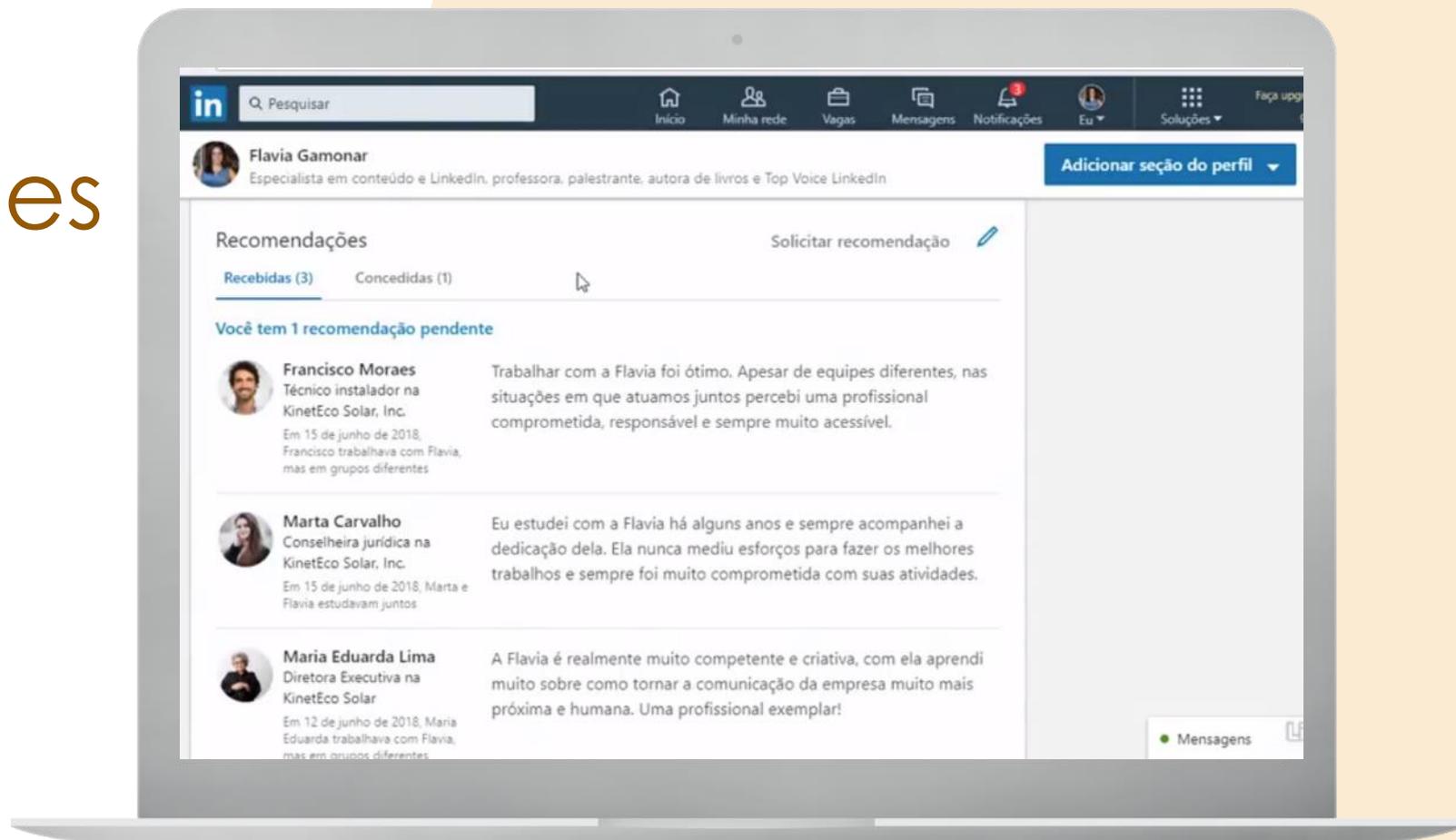
O LinkedIn é a maior rede profissional do mundo.

Veja o perfil das pessoas antes de uma reunião. Aproveite que seu perfil é muito mais que um cartão de visita.



# Busque Recomendações

Reserve um tempo da sua semana para escrever e pedir recomendações de pessoas com quem você trabalhou – clientes atuais e parceiros.



# Manual de Produção de Conteúdo

## 1. Artigo

---

- Demonstre sua experiência profissional por meio de artigos aprofundados sobre sua área de trabalho ou tema de interesse
- Ilustração e título que chamem a atenção são fundamentais

## 2. Post curtos

---

- Compartilhe notícias e conteúdos interessantes para dar início a uma conversa
- Faça perguntas, peça conselhos ou os compartilhe

## 3. Vídeo

---

- Grave diretamente no App, pelo seu celular
- Compartilhe seu dia a dia de trabalho ou perspectiva profissional
- Vídeos breves (1-2 min) geram mais engajamento

# Seja um porta-voz e construa liderança inovadora

Os usuários se conectam à plataforma diariamente para consumir e compartilhar conteúdos dos líderes e empresas que seguem. Importante: adicione sua voz ao que você compartilha



Mary Barra

Chairman and Chief Executive Officer at General Motors  
3mo

+ Follow

I'm proud of the dedication and innovation of our sustainability team to put us one step closer to our goal of becoming a zero-waste company. Through their efforts, I believe the communities we live and work in will be greatly improved and eventually help lead to a better future for the next generation.



General Motors

+ Follow

With 142 landfill-free sites, GM has the most landfill-free facilities globally within the auto industry. Employee ingenuity drives GM's landfill-free program growth with a record 27 newly certified facilities. Learn [...see more](#)

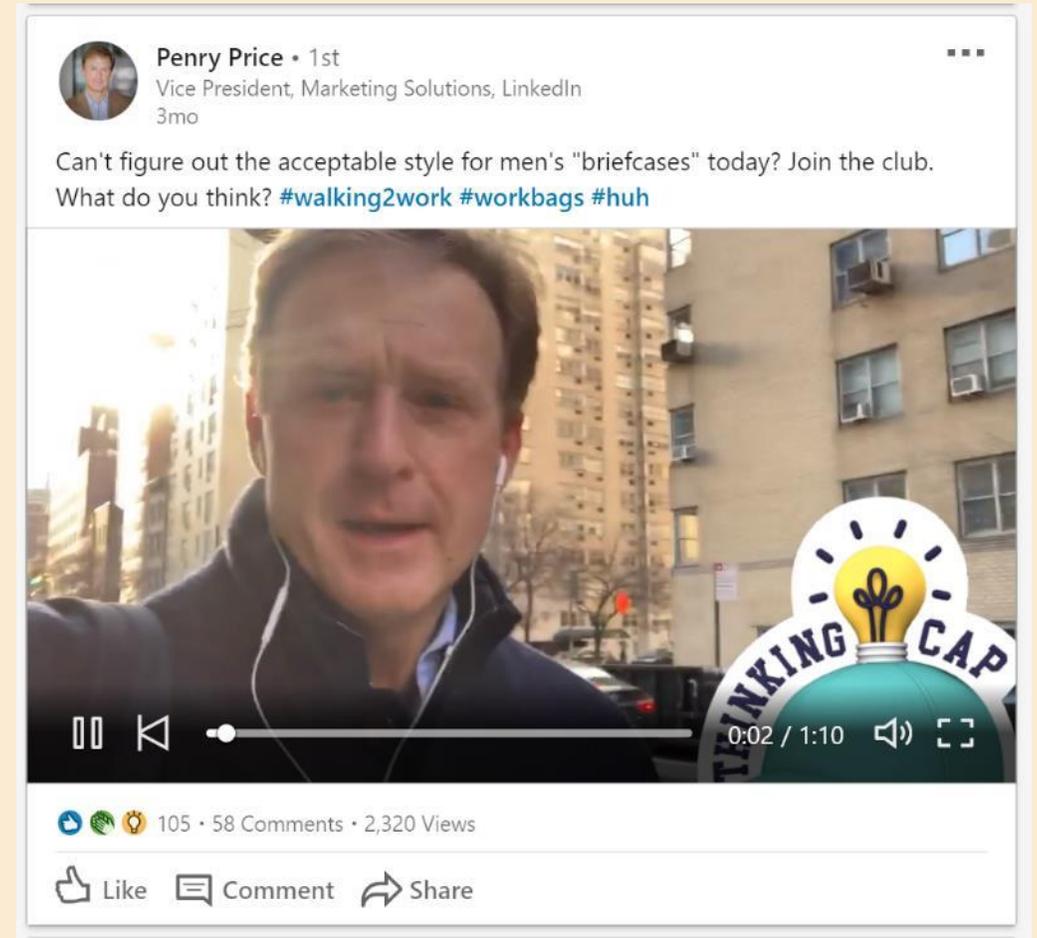


2,473 Likes · 59 Comments

Like Comment Share

# Mostre que sua empresa possui líderes engajados e autênticos nas mídias sociais

Na era das mídias sociais, as pessoas estão cada vez mais curiosas sobre os líderes por trás de uma marca ou empresa.



Rodrigo Loureiro • 1st  
Repórter | ISTOÉ Dinheiro  
3w

De minha autoria, a reportagem de capa da **ISTOÉ Dinheiro** desta semana conta como **David Vélez**, da Nubank, está liderando uma transformação no cenário de startups brasileiras, agora muito mais atraentes para os fundos de investimentos do mundo inteiro. A matéria ainda conta com entrevistas com os empreendedores das principais jovens empresas de tecnologia do País, como **Ariel Lambrecht** e **Renato Freitas** (Yellow), **Thiago Alvarez** (Guiabolso), **Marco DeMello** (PSafe) e **Eduardo Henrique** (Movile). Confiram! (link nos comentários)

🌐 See translation



123 Likes · 8 Comments

 **Gilberto Dimenstein**  • Following  
Fundador do Catraca Livre  
3w

Catraca Livre oferece 1000 bolsas -- <https://bit.ly/2ISlpnX>  
Luiza Helena Trajano, a mais famosa empreendedora brasileira, compartilha sua receita de sucesso. Ela faz parte do nosso projeto "Mestres da Criatividade -- <https://bit.ly/2ISlpnX>  
Estamos reunindo os brasileiros mais criativos para ajudar sua imaginação.

🌐 See translation



325 Likes · 10 Comments · 7,890 Views

 **Mariana Fonseca** • 1st  
Business & Innovation Reporter at EXAME  
3mo • Edited

Um pequeno passo para a divulgação de empresas inovadoras, mas um grande passo para a autora que vos fala: mais de 2.000 seguidores aqui no **LinkedIn!** Muito obrigada a todos que tiraram e tiram alguns segundos do dia para passar o olho nessas postagens. Vocês fazem toda a diferença para ajudar a divulgar boas ideias de negócio! ❤️

Por aqui, tudo começa com um mesa cheia de referências bibliográficas, cadernos com adesivos e mensagens, um desktop organizado, imagens de pets fofos e um pouco de sal grosso (sempre necessário). E vocês, como se organizam para buscar inspirações todos os dias?

🌐 See translation



255 Likes · 38 Comments



Foto: Pexels

## "A era do 'funcionário bom é funcionário estressado' está acabando"

Publicado em 27 de dezembro de 2017

 **Barbara Bigarelli**  Seguir  
Repórter Época Negócios  
3 artigos

👍 31 🗨️ 3 🔄 1

Reportagem publicada no site de **Época NEGÓCIOS**

Metas a serem batidas a todo e qualquer custo, pressão por entrega de resultados, estresse como demonstrativo de comprometimento, horas extras como sinal de dedicação. E, no final, a falta de reconhecimento do chefe. Parece uma descrição do que um ambiente corporativo nunca deveria ser. Mas, infelizmente, descreve a realidade do que ele foi por muitos anos — e ainda é — em muitas empresas brasileiras. E uma das consequências mais

Obrigada