

COMO USAR O LINKEDIN

PARA POTENCIALIZAR SUA EMPRESA?

Considerada a maior rede social profissional da atualidade, o LinkedIn já conta com mais de 500 milhões de usuários pelo mundo, e 29 milhões só no Brasil, segundo dados da própria plataforma. Para os empreendedores, ter um perfil na rede, ou seja, uma company page, é uma maneira de fortalecer a presença digital, além de promover os produtos e serviços.



CONTEÚDO DE QUALIDADE PARA APROVEITAR O ALCANCE

Diferente do Facebook, o algoritmo do LinkedIn, atualmente é configurado para que toda a sua rede de contatos receba as suas atualizações. Isso significa que o potencial de alcance é muito maior. Por isso, a produção de conteúdos de qualidade torna-se ainda mais importante, devido a lógica de visualização das publicações.

Quando alguém da sua rede curte ou comenta uma publicação, todos os amigos da rede dessa pessoa são notificados. O impacto de uma única postagem é muito significativo.

Assim como nas outras redes sociais, o LinkedIn também precisa ter uma programação de publicações frequentes e planejadas, o chamado calendário editorial.



FORTALEÇA O NETWORKING

Um dos maiores objetivos dessa rede é fazer novos contatos profissionais promissores. Use a ferramenta lupa para buscar por cargos, nomes ou empresas, com o intuito de encontrar possíveis parceiros. Quem é o decisor de compra do produto que você vende? Que cargo ele provavelmente ocupa? Você pode encontrar esses stakeholders.

Criar e participar ativamente de grupos e fóruns de discussão é uma medida interessante, porque traz visibilidade para a empresa e demonstra interesse em compartilhar as experiências e se posicionar diante dos mais diversos temas. Além disso, é possível capturar ideias nesses espaços e adaptá-las ao seu negócio.



LINKEDIN SALES NAVIGATOR

Essa é a ferramenta do LinkedIn voltada para empresas. Utilize-a para captar dados que possam melhorar a comunicação com o público desejado. Além de conseguir os e-mails dessas pessoas, você pode observar como elas se comportam na rede e, assim, identificar os assuntos que mais as engajam. Com o Sales Navigator, você também pode fazer uma lista de leads (potenciais clientes) para o seu negócio, e entrar em contato diretamente com os decisores daquela empresa.

