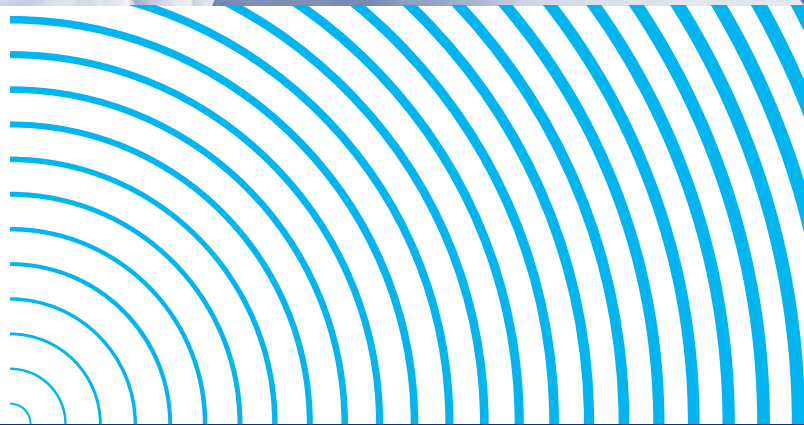




**Emprende  
UP**  
Universidad  
del Pacífico



**TALLER**

# **LINKEDIN COMO ESTRATEGIA DE GENERACIÓN DE NUEVOS CLIENTES B2B**

# I. DESCRIPCIÓN DEL TALLER

Taller que ayuda a los profesionales, emprendedores y ejecutivos comerciales y de marketing para que conozcan las virtudes de LinkedIn usando de manera estratégica su perfil personal gratuito o premium y puedan vender desde un 20% a más en promedio gracias a la metodología SOCIAL SELLING (SS). EL SS es una nueva y moderna metodología que te enseña a abordar y relacionarte con tus potenciales clientes de una manera más informada, relevante y menos invasiva. El objetivo de esta metodología es aplicarla a las estrategias de generación de nuevos clientes y negocios en la red social social correcta y que ocurra el efecto “compra” a través de la composición de tu perfil, contenido que genere valor, adecuada segmentación de mercado potencial y el paso a paso para que se genere la reunión con tu decisor de compra.

Por ello, usamos LinkedIn, la red profesional más grande del mundo con más de 800 millones de usuarios en el mundo y más de 5K en el Perú, asimismo, el 45% de todos los usuarios peruanos son profesionales que toman decisiones de compra en su empresa (gerentes, ejecutivos, directores, jefes).

# II. OBJETIVO DEL TALLER

Aplicar la metodología social selling como una de las herramientas de captación de nuevos clientes usando el perfil de LinkedIn.

Los beneficios del taller son los siguientes:

- Ahorrarán tiempo, recursos y dinero para que concreten una reunión con su decisor de negocio/compra.
- Ya no carecerán de base de datos, leads no segmentados, entre otros, porque se autogenerarán sus propias oportunidades target y de calidad.
- Ayudarán en el posicionamiento de la marca que representan desde el buscador de Google SEO con el uso de los “#”.
- Reducirán el tiempo del ciclo de venta en un 30% a 40%.
- Luego de los primeros 03 a 04 meses podrán vender en promedio un 10% adicional. A partir de 6to a 7mo mes podrán hacerlo desde un 20% más.



# III. CONTENIDO

## UNIDAD DIDACTICA I:

- Introducción a LinkedIn: Que es, cómo usarlo y por qué estar.
- Importancia del uso en Perú.
- Construcción de un perfil de impacto para generar nuevos clientes: Conviértete en embajador de tu marca y del producto que ofreces.
- Aprende a configurar tu cuenta, conocer todas las herramientas de tu perfil y volverte más visible.

## UNIDAD DIDACTICA II:

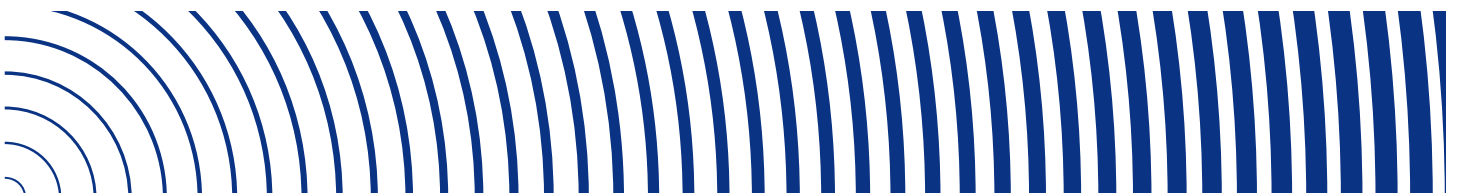
- Estrategia de posicionamiento en LinkedIn desde tu perfil personal.
- Tipos de publicaciones, formatos, estructura, horarios y días de mayor tráfico según el target que deseas llegar.

## UNIDAD DIDACTICA III:

- ¿ Cómo generar demanda en LinkedIn: Segmenta a tu público objetivo y decisor de negocios.
- Genera nuevos clientes, las técnicas de acercamiento comercial y agendamiento de reuniones B2B.
- Buenas prácticas en esta red: Los tips que harán que cierres más negocios.
- Lleva el control de tu progreso de LinkedIn: Conoce la nota que te pone LinkedIn semanal.

## PREGUNTAS Y RESPUESTAS.

- LinkedIn Implementado, listo para prospectar y generar nuevos clientes



## IV. METODOLOGÍA DE LA ENSEÑANZA

La metodología a emplear es demostrativa y participativa, esto quiere decir que la actividad se divide en cuatro partes:

- La primera parte buscamos que el participante comprenda la importancia del uso de esta herramienta, cómo le ayudará en su gestión comercial y su aplicación para la captación de nuevos clientes y negocios.
- La segunda parte de la capacitación el participante sigue paso a paso en la creación del linkedin y su uso con el laboratorio que se desarrolla.
- La tercera parte se aplica la metodología segmentando el mercado potencial, siguiendo el paso a paso para la generación de reuniones con sus potenciales clientes.
- Finalmente, la cuarta parte se desarrolla el contenido que dará valor al efecto compra.

**Requerimientos:**

Los participantes deberán contar con lo siguiente:

- Perfil de linkedin lo más completo posible.
- Laptop + cargador.
- Señal de wifi habilitada en su portatil.

## V. BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS REFERENCIAS RECOMENDADAS

- LinkedIn learning
- Know how MSM Generación de Demanda





## VI. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DEL TALLER

SESIÓN	CONTENIDO	OBJETIVO	ACTIVIDADES	ENTREGABLES
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Introducción a LinkedIn: Que es, cómo usarlo y por qué estar.</li> <li>Importancia del uso en Perú.</li> <li>Construcción de un perfil de impacto para generar nuevos clientes: Conviértete en embajador de tu marca y del producto que ofreces.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conocer la plataforma de LinkedIn a nivel comercial y de marketing.</li> <li>Convertir los perfiles de los participantes en embajadores de su marca.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Los participantes escuchan la introducción de LinkedIn, datos cuantitativos y las razones por el cual estarde manera activos en esta red social.</li> <li>Trabajan desde sus perfiles personales con el capacitador en los 03 segundo de captación de sus potenciales clientes.</li> </ul>	<p>Al término del taller los participantes se llevarán lo siguientes materiales digitales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Presentación del Power Point de todo el taller brindado.</li> <li>Manual de buenas prácticas en LinkedIn.</li> <li>Certificado de participación.</li> </ul>
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aprende a configurar tu cuenta, conocer todas las herramientas de tu perfil y volverte más visible.</li> <li>Estrategia de posicionamiento en LinkedIn desde tu perfil personal.</li> <li>Tipos de publicaciones, formatos, estructura, horarios y días de mayor tráfico según el target que desees llegar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aprender todas las configuraciones necesarias para la captación de nuevos clientes b2b.</li> <li>Aplicar el social selling a través de la estrategias de contenido.</li> <li>Incrementar número de visualizaciones por perfil de su público objetivo (decisor de negocio).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Configurar los perfiles de los participantes en forma pública, con todos los datos de contactabilidad completo, titular, extracto, experiencia profesional y académica, aptitudes y recomendaciones.</li> <li>Personalizar URL.</li> <li>Descubrir para sección de la plataforma y cuál es sus beneficios para la gestión de nuevos clientes.</li> <li>Trabajan a través del formato entrega en la esrategias de publicaciones desarrollando ejemplo de las mejores formas de publicaciones que generen leads y engagements.</li> </ul>	
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aprende a configurar tu cuenta, conocer todas las herramientas de tu perfil y volverte más visible.</li> <li>Estrategia de posicionamiento en LinkedIn desde tu perfil personal.</li> <li>Tipos de publicaciones, formatos, estructura, horarios y días de mayor tráfico según el target que desees llegar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aprender todas las configuraciones necesarias para la captación de nuevos clientes b2b.</li> <li>Aplicar el social selling a través de la estrategias de contenido.</li> <li>Incrementar número de visualizaciones por perfil de su público objetivo (decisor de negocio).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Configurar los perfiles de los participantes en forma pública, con todos los datos de contactabilidad completo, titular, extracto, experiencia profesional y académica, aptitudes y recomendaciones.</li> <li>Personalizar URL.</li> <li>Descubrir para sección de la plataforma y cuál es sus beneficios para la gestión de nuevos clientes.</li> <li>Trabajan a través del formato entrega en la esrategias de publicaciones desarrollando ejemplo de las mejores formas de publicaciones que generen leads y engagements.</li> </ul>	
4	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lleva el control de tu progreso de linkedin: Conoce la nota que te pone LinkedIn semanal.</li> <li>Preguntas y Respuestas.</li> <li>LinkedIn Implementado, listo para prospectar y generar nuevos clientes, te lo aseguro!!!.</li> </ul>	Saber cual es el progreso del uso semanal de linkedin con fines comerciales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Construir un cuadro de mando para seguimiento comercial.</li> <li>Extraer desde la nube la nota que brinda linkedin donde mide el trabajo con fines comerciales que haces desde la plataforma.</li> <li>Se resolverá algunas preguntas y dudas antes del cierre del taller.</li> </ul>	



## VII. DATOS DEL FACILITADOR



### MAURICIO SOLIS MEDINA

CEO & founder de MSM  
Generación de Demanda

CEO & founder de MSM Generación de Demanda, partner de LinkedIn Latam. Licenciado en administración de empresas de UPC con especializaciones en marketing digital y planificación publicitaria de ESAN. Social selling expert y considerado como uno de los especialistas de Latam.



Universidad del Pacífico  
iLabUP – Universidad del Pacífico – Pabellón H  
Jirón Sánchez Cerró 2121  
Jesús María

[emprendeup.pe](http://emprendeup.pe)