

Después de poner en práctica estos consejos por 30 días estos son los resultados que he obtenido.

Este es el proceso que utilizo en mi nuevo servicio para [generar oportunidades de negocio en LinkedIn](#). Si haces caso a esta guía, verás resultados y podrás generar oportunidades de negocio.

Estas tácticas funcionan mejor para:

Al momento de escribir este artículo, he utilizado estas tácticas para empresas de SaaS, dueños de agencias de diseños, agencias de Marketing Digital, desarrollo de software y otras soluciones basadas en B2B. Los resultados pueden variar de acuerdo a la industria, he encontrado que este proceso ha generado logros siempre que cumplan con este criterio:

La regla de oro: DEBES de definir un nicho y tu posición.

Tu posición es un multiplicador para los resultados que verás de esta táctica

- Una empresa con un mercado bien segmentado = Excelentes Resultados.
- Una empresa con varias especialidades, pero poco compromiso = buenos resultados.
- Un generalista = Fracaso.

En propia sangre he visto esto, se repite cada vez.

Ejemplo 1: La firma generalista de tecnología de información (TI).

Hace unos años creía que podía hacer de todo en TI. Aun cuando tenía todo basado en "Calidad de servicio".

Esto me ayudaba a generar un poco de referencias al paso del año, pero no es un valor fuerte cuando realizó una campaña de contactos en LinkedIn. La calidad de servicio debe de ser una necesidad no un diferenciador.

Como resultado, no pude contactar oportunidades calificadas en los primeros 30 días de hacer estos cambios.

Ejemplo 2: La firma semi especializada de TI.

Por otro lado, en un momento trabajé con mi perfil de Neuman Solutions buscando ayudar a arquitectos a integrar soluciones de tecnología.

Al tener tantas opciones, no pude estar tan concentrado en resolver una necesidad específica. Aún así, logré conseguir oportunidades de negocio.

Ejemplo 3: La hipersegmentación: Agencias de Marketing Digital.

Cuando segmentar a tus clientes, puede lograr mejores resultados, podrás hablarle de una manera.

El marco para posicionarte.

Hay muchas maneras de posicionarse en un nicho de mercado, pero si quieres que el 80/20 siga este marco.

Ayudó a X a hacer o lograr Y a través de Z

X = Tu cliente ideal.

Y = El beneficio que logras.

Z = Cómo lo haces.

Ejemplos:

Gabriel Neuman: Ayudó a equipos de ventas de B2B a generar oportunidades a través de prospección utilizando LinkedIn.

Neuman Solutions: Ayudó a integradores a controlar sistemas de aire VRF.

** Si no tienes bien definido tu nicho, te pido de favor no sigas con este proceso, porque no encontraras buenos resultados **

El proceso para generar oportunidades en LinkedIn.

Antes de profundizar en el proceso, me encantaría dar el crédito a todas las personas que se merecen, esto no es algo que yo haya inventado. Al contrario, he pasado mucho tiempo analizando, estudiando a líderes del marketing en LinkedIn, como John Nemo, Josh Turner, entre otros.

Mientras ellos enseñan muchas tácticas para generar oportunidades en LinkedIn, yo me he concentrado en las tácticas que generan los mejores resultados con el menor esfuerzo posible. Específicamente, he creado este proceso que puede funcionar sin mi total involucración.

Así que he estudiado esos expertos, tomado sus marcos y haciendo las modificaciones necesarias.

Las tácticas que vamos a ver se concentran en 3 áreas:

1. **Optimización del perfil** - Construyendo los fundamentos.
2. **Solicitud de contacto** - Contactamos a nuestro cliente ideal.
3. **Generar tráfico a tu perfil** - Utilizamos software para incrementar el tráfico a tu perfil.

Paso 1: Optimización del perfil.

ESTE PASO ES NECESARIO antes de iniciar tu campaña.

Como lo he mencionado anteriormente, posicionar tu marca en el nicho es esencial para que tengas éxito en tu campaña de LinkedIn. Sin esto, estarás haciendo trabajo para fracasar.

Como parte del proceso, necesitas mejorar tu perfil de LinkedIn para maximizar tus conversiones. Hay muchas cosas que puedes optimizar en este, pedir recomendaciones, llenar todo los detalles, publicar contenido, etc..

Esto es algo que deberás de realizar, pero el propósito de estos proyectos es concentrarnos en las actividades que nos darán el 80/20 de resultados.

Optimizando tu perfil: Tu título.

Esta pequeña propaganda, es la parte más importante de tu perfil de LinkedIn. La razón es por la que el "Título" se muestra en todos lados en LinkedIn.

Cuando publicas algo en tu feed, este título se muestra.

Cuando estás mandando un mensaje, el título aparece.

Cuando ves quien ha visitado tu perfil, el título aparece.

Cuando te muestran las recomendaciones a seguir, el título aparece.

El título se encuentra en todos lados de LinkedIn y es tu oportunidad para atraer a tus prospectos.

Sin una buena etiqueta, los prospectos nunca harán click a tu perfil y nunca verán el resto de las optimizaciones que hay que hacer. Por eso esta es tan importante.

Los errores más comunes que he visto son los siguientes:

- CEO de MI EXCELENTE EMPRESA.
- Emprendedor y Fundador de XYZ.

Esos títulos no te llaman la atención.

¿Cómo hacer que tu título funcione?

Esto nos lleva de regreso a la posición. Este debe de hacer que tu audiencia se sienta atraída.

En la imagen de arriba, puedes ver el mio: Ayudó a equipos de ventas de B2B a generar oportunidades a través de prospección utilizando LinkedIn.

Este es una posición fuerte de lo que hago y atrae a mi audiencia ideal, le llama la atención al hablarles de un problema que tienen.

No realices un título aburrido. Optimiza para que este pueda ser un gancho de atracción a tus prospectos.

Optimizando tu perfil: Este no es sobre ti.

Cuándo fue la última vez que visitaste el perfil de alguien y leíste toda la biografía. Seguramente nunca, un error que muchos cometen es tratar su perfil de LinkedIn como su curriculum.

Esto puede ser, porque muchos creen que LinkedIn es tu "Resumen digital", pero esto no es cierto. En cambio, debes de tratar tu perfil más como una página de venta. Quieres hablar sobre el problema de tu prospecto y cómo lo resuelves.

Esta guía no se trata de aprender sobre copywriting, te recomiendo tomar algunos cursos o contratar a un especialista.

Paso 2: Solicitud de contacto.

Este simple proceso te generará oportunidades.

Una vez que tienes optimizado tu perfil, el siguiente paso es empezar a llevar las oportunidades al mismo. Este proceso es más simple de lo que crees.

1. Envías aproximadamente 100 solicitudes de conexión al día, con un mensaje casual no de venta.
2. Mandas estos de manera casual por el paso del tiempo.

Este es el secreto mágico de generar grandes oportunidades para tu negocio.

Ahora hablemos de detalles.

Buscando tu audiencia utilizando Sales Navigator.

Lo primero que debes de saber, es que para que este proceso tenga mayor éxito debes de utilizar Sales Navigator. Este es la versión de paga que te dará muchos criterios adicionales de búsqueda para segmentar a tu audiencia ideal.

La secuencia de mensajes.

Una vez que has encontrado a tu cliente ideal, el siguiente paso es solicitar a conectar contigo, y una vez que te acepto enviar mensajes de manera constantes.

En grandes rasgos, la estructura de la campaña se podría ver de la siguiente manera:

1. Una solicitud casual de conexión.
2. Un mensaje agradeciendo la conexión.
3. Envío de un artículo relevante.
4. Solicitar una reunión de trabajo.

Cuantos enviar.

En un inicio, debes de empezar con 20 conexiones al día, e ir aumentando hasta llegar a 100 solicitudes en un periodo de un mes.

**** Si vas de no enviar ninguna solicitud a enviar 100 al día hará que LinkedIn tome nota de lo que estás haciendo y puede cancelar tu cuenta. Haz cambios graduales ****

¿Qué decir?

Una gran pregunta: ¿Qué digo en estas solicitudes?

Trata de NO SER VENDEDOR.

Todos hemos recibido miles de mensajes en frío, mensajes solicitando comprar un producto. Y seguro, no los abres.

Nuestro objetivo es no ser visto como el vendedor molesto, Para hacer esto debemos de ser casual y amigable.

Mensaje 1: Solicitud de conexión.

El primer paso es mandar una solicitud de conexión.

Por ejemplo algo similar a esto:

Hola *{{first_name}}*,

Estaba viendo tu perfil y veo que trabajamos en las mismas áreas, me encantaría contactar contigo.

Gabriel Neuman

Ayudo a empresas a generar oportunidades de negocio.

Como te puedes dar cuenta, no trato de vender.

En lugar, lo único que hice fue agregar mi nombre y mi “firma” Esto ayuda a posicionarte en lugar de decir “Contrata me”

La psicología detrás de esto.

Esta metodología se puede resumir en la gran frase de “Jeffery Gitomer.

“A las personas no les gusta que les venda, pero les encanta comprar”

De esta forma estas enfrente de ellos, de una manera que no es muy de ventas, y así las personas llegan a ti.

Mensaje 2: Gracias por contactar.

Cuando alguien acepta tu solicitud de contacto, debes de contestar de manera casual. Sigues sin tratar de vender, pero vuelve a incluir tu título.

Mensaje 3: Manda un artículo interesante.

Si alguien no ha respondido a tu mensaje, el siguiente paso es crear valor. Puedes hacerlo al enviar un artículo con información relevante para tu audiencia.

Idealmente quieres que ellos encuentren:

- Gran valor para tus prospectos.
- Posicionar tu producto o servicio.

Por ejemplo, si tienes un software que vende Optimización de conversiones, puedes mandar un artículo de gran interés sobre la forma que has ayudado a generarlo para uno de tus clientes.

De esta forma crearás confianza y te posicionará en sus mentes.

Nota que el artículo muy difícilmente te va a generar una oportunidad, pero te crea confianza y esto hará que tengas mayor conversión en el siguiente paso.

Mensaje 4: Gracias por contactar.

El paso final es solicitar una reunión. En este punto, no debes de vender tu producto o servicio. En lugar debes de pedir una reunión con una o dos oraciones explicando los beneficios que puede tener la otra persona de hablar contigo.

Recuerda, no les importas a tus prospectos, solo les interesa su bienestar, así que trata de hacer que en esta reunión ellos sean el centro de atención.

Siempre pon tu título en todos los mensajes.

Un último consejo es poner tu título en todos los mensajes que hagas. Esto te ayudará a que las personas te posicionan y te recuerden.

Paso 3: Generar tráfico a tu perfil.

Un simple truco para generar más oportunidades en LinkedIn.

Llevar a cabo la solicitud masiva de conexiones será un catalizador para los resultados de tu negocio, pero esta otra táctica te ayudará a lograr excelentes frutos, es una manera muy pasiva que requiere poco esfuerzo de tu lado.

Esta táctica utiliza software como Dux-Soup o Elink-Pro para hacer que más personas visiten tu perfil.

La forma de trabajar de ellos es simple.

1. Instala la extensión de Chrome en tu navegador,
2. Haz que tu búsqueda de tu audiencia aparezca en la extensión.
3. Corre el plugin hasta que llegues a 500 visitas al día.

Este plug-in no va a mandar mensajes, solicitar conexiones u otra cosa. Lo único que hará es visitar el perfil de tu cliente ideal.

La razón es que queremos que vean que los visitamos, y como ellos ven nuestro título te pueden agregar a su red. De esta forma tendrás nuevas formas para generar oportunidades. Ellos serán los que inician la comunicación.

Como resultado puedes ver 5 a 30 oportunidades a la semana.

Inicia con Dux-Soup despacio.

recuerda, no queremos hacer que LinkedIn nos etiquete como Spammers, por eso debemos de iniciar con pocas visitas.

Responde a todas las conexiones.

La siguiente pregunta: ¿Qué debo de hacer con las personas que me agregaron como su contacto?

Primero, debes de asegurarte de investigar un poco sobre ellos, para que puedas responder de una manera personalizada. Revisa su perfil, negocio, página web y un poco de su background.

Después responde con algo similar a esto:

Hola ____

Gracias por contactarme. He visto un poco sobre lo que haces en {{company_name}} y he encontrado {{menciona algo interesante que has visto en su negocio}}

¿Te puedo preguntar por qué solicitaste conectar conmigo en LinkedIn?

Nombre

Título

Una vez más, no estamos tratando de vender. Solo queremos tener esa conversación y después buscar la interacción con el prospecto.

En este punto, ellos NOS HAN AGREGADO como una conexión así que puedes utilizar esto para iniciar el diálogo. No todos te contestaran, muchas personas te tratarán de vender su servicio, pero este marco te ayuda a iniciar la conversación.

Si tienes un título fuerte, empezaras a leer respuestas como “Tu propuesta me cautivo, estoy seguro que necesito ayuda con X”.

Estas son las respuestas que hemos recibido.

¿Qué esperar de estas tácticas?

Simple, si has segmentado bien a tu empresa, vas a empezar a generar oportunidades de negocio. En promedio esperarás entre 3 y 20 oportunidades al mes, en algunos casos puede ser que sean más.

PERO, también vas a generar muchas oportunidades no calificadas.

Típicamente encontraremos que el 50% de las respuestas serán no calificadas. Verás que LinkedIn es una red social, no una base de datos.

La inversión de tiempo.

Si haces esto por ti mismo, estarás viendo una inversión de 90 minutos al día. Es una tarea que requiere tiempo y energía.

Si me contratas para generar tus oportunidades de LinkedIn, nosotros haremos el trabajo pesado y tendrás solo que trabajar 15-20 minutos al día calificando y segmentando a tus oportunidades.

Hemos visto otras personas contratar Asistentes Virtuales, pero puede que tengas que invertir en capacitarse y aprender todos los softwares a utilizar. Es por eso que decidí crear este servicio.

4 consejos de como generar este embudo de oportunidades.

En esta parte final, me gustaría platicar de que debes de realizar una vez que iniciaste a generar oportunidades en LinkedIn. Estos cuatro consejos son fundamentales cuando empiezas a tener respuesta de en tu Inbox de LinkedIn.

1. Inicia la conversación.

Este es un aspecto fundamental y diferenciador entre LinkedIn Outreach y Cold Emailing. Mientras el Email y las llamadas buscan vender, LinkedIn busca iniciar la conversación. No estás haciendo una venta dura en todos los mensajes, es un resultado de varias conversaciones, te pueden preguntar sobre tu negocio, lo que haces y ¿Cómo los puedes ayudar?

En otras ocasiones, solo pueden hablar de temas relacionados.

Generar confianza.

No trates de vender todo el tiempo.

2. No trates de vender en LinkedIn - Tu objetivo es la llamada o el email.

Uno de los errores más grandes que veo, es cuando alguien te pregunta “¿Qué es lo que haces?” responde una novela en el mensaje.

Y ahí inicias a vender todo el tiempo.

Recuerda, las personas les gusta comprar, pero no que les vendan. Tu objetivo en LinkedIn es crear interés e intriga para llevar la conversación fuera por llamada o correo.

No trates de cerrar un negocio en LinkedIn.

3. Investiga a tus prospectos antes de vender.

Cuando tienes muchos mensajes sin leer, es tentador responder a todos. Pero si quieres tener los mejores resultados, debes de tomarte 2 minutos para investigar a tus prospectos, aprender de ellos, estos dos minutos te pueden ayudar a identificar si vale la pena seguir adelante o no.

4. Pregunta.

Una de las maneras más rápidas de matar una conversación en LinkedIn es dar tu Pitch de venta y esperar por una respuesta.

En Vez, has tu pregunta.

Si no has leído, cómo ganar amigos e influenciar personas, te lo recomiendo. Serás mejor en la generación de conversaciones.

Cada respuesta te debe de llevar a otra pregunta. Puedes cuestionar sobre su negocio, sus objetivos, intereses en común, o algo que leíste específicamente de el en línea.

La clave, es preguntar, por qué llevarán la conversación. Y eventualmente te llevará a cuestionar por una llamada o llevar esta conversación aún email, para agendar una llamada.

Las preguntas son fundamentales para una buena conversación, una buena platica genera confianza con tus prospectos.

Haz las preguntas y habla de tus prospectos más de lo que hablas de ti.

¿Que te debe de generar este proceso?

Probablemente no cierres una oportunidad en 30 días, pero lo que si harás es posicionar tu producto y servicio, entonces deberás de recibir oportunidades de negocio en 30 días.

Todo lo que describo en esta guia funciona, y es MUCHO trabajo. Como lo mencioné anteriormente puedes invertir 90 minutos por día si lo haces por ti mismo.

Pero si puedes contratar un VA y capacitarlo te invito, también puedes preguntar por mi servicio de generación de oportunidades, y reducir tu inversión de tiempo de 15 a 20 minutos por día, si tienes una gran posicionamiento y un buen producto o servicio esta táctica te funcionara, solo es cuestión de realizarla.

