



## **SOCIAL SELLING PARA ABOGADOS: COMO CONSEGUIR MAS VENTAS SACANDO PARTIDO A LAS REDES SOCIALES.**

Directora

**Dña. Esmeralda Diaz-Aroca**

Dra. en Ciencias. Especialista en Marketing Digital, Social Selling y Blogging

### DESCRIPCIÓN

Hace unos años, la aparición del teléfono en nuestras vidas supuso una revolución. Hasta entonces, las relaciones profesionales y con los clientes eran mediante citas previas. La irrupción del teléfono supuso un cambio en la forma de relacionarnos y también de acercarnos e interactuar con los clientes.

Hoy, las redes sociales, al igual que lo hizo el teléfono, están cambiando nuestra forma de relacionarnos.

El Social Selling no es un canal de venta, es la utilización de los medios sociales (principalmente LinkedIn y Twitter) para crear branding, interactuar con potenciales clientes, generar credibilidad y a crear relaciones que en definitiva se conviertan en VENTAS

La ventaja de las redes sociales es que vamos a poder encontrar muchísima información sobre nuestros clientes potenciales que nos permitirá conocerles mejor y nos ayudará a que la interacción y conversación con ellos sea mucho más precisa y eficaz.

### OBJETIVOS

El objetivo de este programa es conocer las técnicas de Social Selling que permitan a los abogados conseguir: más visibilidad, más competitividad, más diferenciación, más branding, más oportunidad.

Para que de una forma eficaz y a través de un Plan de Comunicación Personal estructurado conseguir: Crear una imagen de marca personal / profesional poderosa en LinkedIn; Utilizar de forma complementaria la red social TWITTER; Desarrollar un método de trabajo para búsqueda y gestión de contactos-target en LinkedIn y Twitter; Diseñar un ROAD MAP eficaz que les permita un networking eficiente; Diseñar un plan de comunicación basado en el ciclo de vida del contacto; Diseñar una batería de mensajes potentes que les doten de credibilidad; Generar oportunidades de comunicación que les permitan una VISIBILIDAD permanente; Saber aprovechar el time line de LinkedIn para conseguir Engagement.

### PROGRAMA

- I. La importancia del SOCIAL SELLING.
  1. Que es el Social Selling
  2. Porque LinkedIn y Twitter pueden ser grandes aliados para tí como abogado y para tu despacho
  3. Los 5 pilares del Social Selling



- II. LinkedIn y Twitter
  - 1. Diferencias entre LinkedIn, Facebook , Google plus y Twitter
  - 2. Razones por las que como abogado debes estar bien posicionado en LinkedIn
  - 3. Marca personal y Twitter
  
- III. La marca personal en LinkedIn: cómo construir un perfil PROFESIONAL 10 en LinkedIn
  - 1. El Perfil de LinkedIn: la primera impresión es la que cuenta
  - 2. Estructura del Perfil de LinkedIn: 4 en 1
  - 3. Cómo construir tu imagen profesional en LinkedIn: pasos para tener un perfil 10
  
- IV. Como alinear tu marca personal-profesional a la de tu empresa
  - 1. La importancia de las palabras clave que te definen como profesional y alineadas al negocio de tu despacho de abogados.
  - 2. La página de tu despacho de abogados en LinkedIn: La importancia de sacar partido a la página corporativa de tu empresa
  
- V. Como encontrar a las personas adecuadas en tu red
  - 1. ¿Cuáles son tus clientes-objetivo?
  - 2. ¿Cuáles son las palabras clave y cadenas de búsqueda?
  - 3. Tipos de búsquedas a realizar en LinkedIn y en Twitter
  - 4. Cómo buscar usuarios interesantes en Twitter
  
- VI. Cómo añadir contactos a tu red
  - 1. Cómo añadir contactos
  - 2. Cómo organizar tus contactos actuales en LinkedIn
  - 3. ¿Qué te relaciona y tienes en común con tus contactos?
  - 4. ¿Cómo enviar una invitación a un miembro de LinkedIn?
  
- VII. Como gestionar tus contactos en LinkedIn
  - 1. Cómo gestionar tus contactos como si tuvieras tu propio CRM: la agenda de contactos LinkedIn
  - 2. Cómo reorganizar contactos antiguos: el re-etiquetado
  
- VIII. El ROADMAP del networking
  - 1. Técnicas para “Calentar Motores”
    - a. Diseño de mensajes y plan de comunicación
  - 2. Técnicas para pro actividad en GRUPOS
  - 3. Técnicas para provocar la Interacción física
  - 4. Técnicas para conseguir Visibilidad Permanente
    - a. Como diseñar una estrategia de contenidos
    - b. Herramientas para buscar contenido
    - c. Herramientas para generar contenido
    - d. Herramientas para automatizar el lanzamiento de contenido



ILUSTRE  
COLEGIO DE ABOGADOS  
DE MADRID

CENTRO DE ESTUDIOS



### PROFESORADO

**Dña. Esmeralda Diaz-Aroca**

*Dra. En Ciencias. Master en Dirección Comercial y Marketing por el IE. Especialista en Social Selling y Marketing digital y Marketing de contenidos.*