



Mihai MIHALCEA

Cele 5 setări esențiale pentru profilul tău de LinkedIn



**Acum ai un profil care să îți genereze
vizibilitate și clienți!**

Salutare, om profesionist!

În ziua de azi, când sunt atât de multe provocări, avem cel puțin tot atâtea oportunități...

Mai ales când ne dăm seama că **TREBUIE SĂ NE OPRIM DIN A VINDE!**

Oamenii mă întreabă “Dar Mihai, cum pot să îmi dezvolt cariera / să îmi dezvolt afacerea / să ofer și fructific oportunități dacă mă opresc din a vinde?”

Eu am avut un vis!

De cand mi-am început cariera, mi-am dorit să devin director național de vânzări. Cu alte cuvinte, mi-a plăcut foarte mult să vând.

Să nu mă înțelegi greșit, și acum îmi place să vând și consider că oamenii de vânzări pariticipă la progresul omenirii.

Totuși, la începutul carierei mele de om de vânzări, mi-a fost predat că trebuie să “bag pe gât” clientului ca să îmi ating targetele și să îmi iau comisioanele și/sau bonusurile.

Mi-am atins VISUL și am devenit director național de vânzări și chiar mai mult. Apoi am realizat că asta nu e totul și, mai ales, mi-am dat seama că **NU MAI VREAU SĂ VÂND!**

Mi-am dat seama că oamenii de vânzări care vor rezista în era online-ului sunt oamenii de vânzări care **GENEREAZĂ VALOARE** pentru a putea avea **SUCCES!**

Îmi place zicala care spune că “Oamenii fug de cei care vor să le vândă ceva, dar le place foarte mult să cumpere singuri **CE AU NEVOIE SAU CE ÎȘI DORESC!**”

Așa mi-am dat seama că LinkedIn poate genera valoare, că e locul unde se pot întâlni profesioniștii!

Oamenii vor cel mai bun medic, cel mai bun agent imobiliar, cel mai bun consultant financiar, etc.

Dar, de obicei, apelează la recomandările celor în care au încredere (prieteni, rude, colegi, oameni care le-au oferit valoare).

Poți genera încredere în social media? Cu siguranță **DA!**

Hai să îți arăt cum să ai un profil de LinkedIn ce va genera încredere și vânzări!

Iată cele 5 setări esențiale pentru Profilul Personal din LinkedIn!

1. Visual

- a. Cover**
- b. Imagine de Profil**
- c. Story Cover**

2. Intro

- a. First name and Last name**
- b. Name Pronunciation**
- c. Headline**
- d. Website**
- e. Contact info**

3. Providing services

- a. About**
- b. Services provided**
- c. Media**
- d. Reviews**
- e. Admin view**

4. About

5. Experience

- a. Description**
- b. Media**

1

Imagine de fundal (cover)

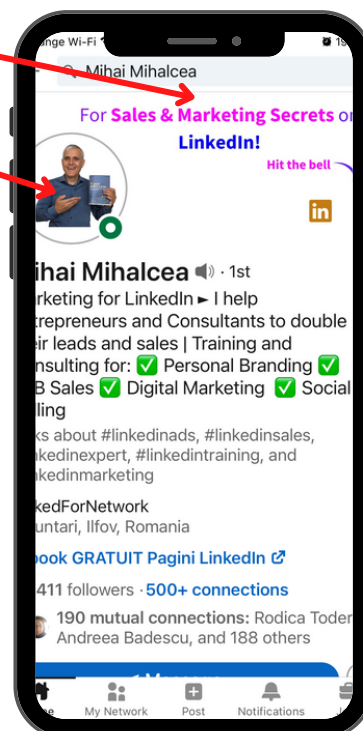
Poza (imagine) personală /

Printre primele lucruri care vor fi observate din contul tău sunt imaginea de profil și cea de fundal.

Chiar de aici poți face marketing de atracție, să motivezi oamenii care îți vizualizează pentru prima oară profilul să înțeleagă mai mult, să afle mai multe despre tine și să-și dorească să colaborezi.

Poza personală e bine să fie o fotografie portret sau bust, cu ține în acțiune, cum îmi place mie să spun o poză verb (sugerează acțiune), nu subiect (iată, sunt aici).

Imaginea de fundal (cover-ul) e zona din LinkedIn unde comunică vizual cu ce te ocupi și care sunt produsele și serviciile tale pe care le promovezi. Dacă încă nu ai unul, poți seta un citat care te reprezintă!



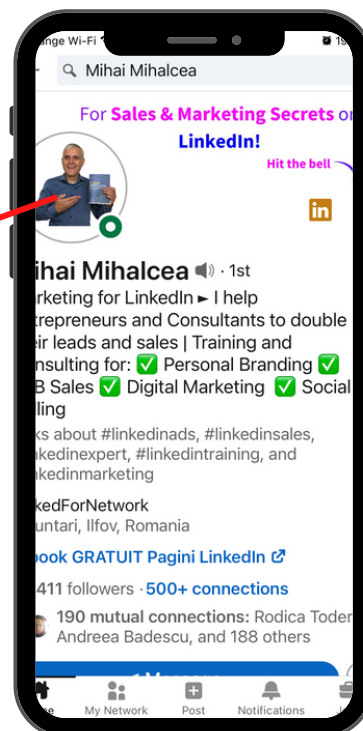
Story Cover



Sub imaginea ta de profil poate fi un scurt video de prezentare de 30 de secunde.

Atunci când oamenii privesc un mesaj video cu tine generezi familiaritate. Familiaritatea generează sentimentul că persoana care prezintă în video, îți e cunoscută, iar noi avem tendința să avem încredere mai mare în oamenii pe care îi cunoaștem, decât în cei care ne sunt străini.

Cu alte cuvinte, oamenii au tendința să cumpere mai ușor și mai repede de la oamenii pe care îi cunosc și în care au încredere.



2

Intro

Name Pronunciation

First name and Last name

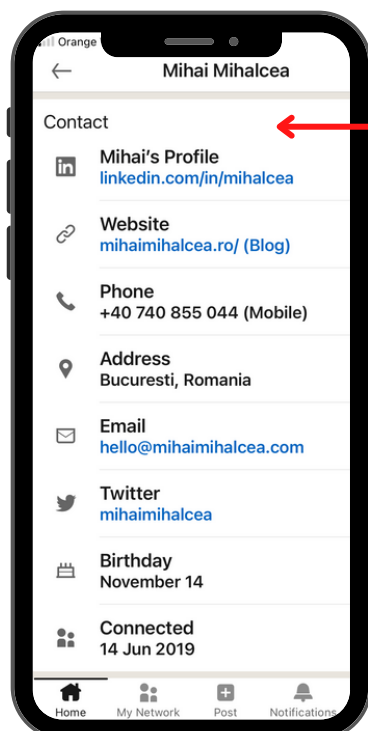
Pronunția numelui îți da posibilitatea să înregistrezi un mesaj vocal prin care să arăți cum se pronunță corect numele tău.

Eu sugerez să faci și un scurt speech.

Nume și prenume. Atenție să nu inversezi setarea pentru că oamenii pot deveni confuzi.

Headline sau titlul profilului tău. Aici ai posibilitatea să te promovezi foarte clar. Cei care îți scanează profilul vor înțelege rapid cum și dacă îi poți sprijini în afacerea sau activitatea lor.

Website - ai o mostră a produsului sau serviciului tău sau un lead magnet? Poate fi setat aici.



Contact Info

Contact info - aici setezi datele tale de contact, adresa de birou sau a magazinului și profilul tău de Twitter.

Un tips e că aici poți seta 3 adrese de web.

Poți seta website-ul de companie, dar și alte pagini sau site-uri relevante.

Setează-ți data nașterii pentru că vei primi multe mesaje, ceea ce înseamnă multe oportunități de comunicare, chiar cu clienți noi!

Tot aici se poate vedea și data de când a fost creat contul de LinkedIn.

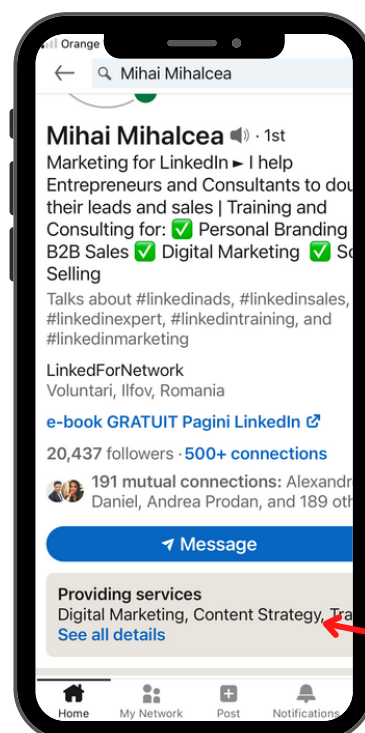
3

Providing services

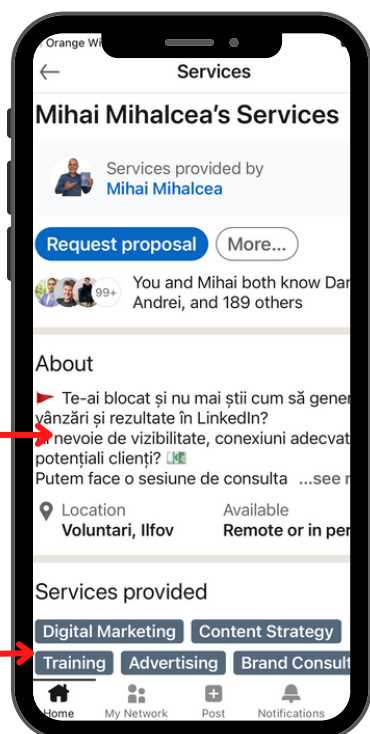
Probabil ai constatat deja că în câmpul de search ai și posibilitatea de a căuta servicii. Dacă nu îl ai setat e timpul să faci asta!

Aici detaliezi liniile de servicii pe care le furnizezi. Crezi că nu ai servicii? Marea majoritate a produselor au atașate și servicii. Mai gândește-te o dată!

Câmpul va fi vizibil sub profilul tău și sunt șanse mari ca potențialii clienți să înțeleagă mai clar cum îi poți sprijini sau chiar să-ți solicite servicii.



Providing services



About

Services

About - aici poți face o descriere a serviciilor pe care le furnizezi. Ține cont că trebuie să te încadrezi în 500 de caractere.

Services - Selectezi până la 10 servicii dintr-o listă predefinită LinkedIn. Setează serviciile relevante pe care le poți furniza, minim 3, dar doar cele relevante și cât se poate de specifice.

3

Providing services

Media - Aici vei încărca imagini care să expună parte din expertiza și experiența ta, testimoniale de la clienți și de ce nu, imagini înainte și după cu rezultatele colaborării cu tine. Poți seta aici și imagini cu testimoniale trimise către tine de clienții tăi fericiți.

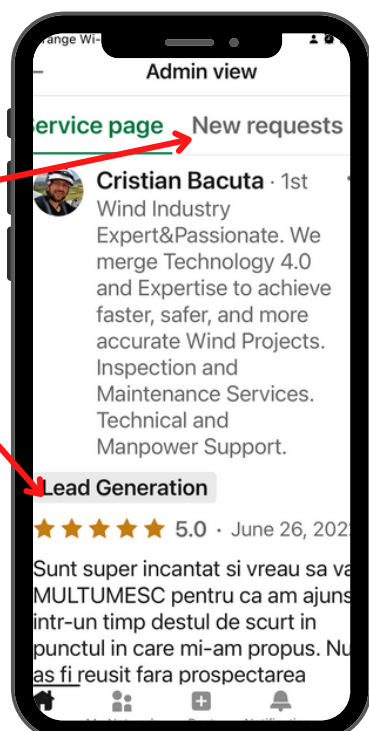
Poți încărca 8 imagini, video-uri, link-uri către site-uri sau documente relevante.



Media

Admin view

Reviews



Admin view e secțiunea unde îți vezi cererile și proiectele solicitate prin intermediul LinkedIn.

Reviews - aș spune că e secțiunea cea mai importantă. E secțiunea în care primești review-uri de la clienții tăi fericiți.

Review-urile pot fi oferite direct de către clienți (fără să le fi solicitat) sau pe baza invitației tale de a primi un review.

4

About

Scrisoarea ta de prezentare (maxim 2600 de caractere) prin care poți vinde fără să vinzi.

Secțiunea “About” este locul unde poți pune informații care să poată transforma profilul tău personal de LinkedIn într-o pâlnie de vânzare.

Vei atrage audiența adecvată și îi vei transforma pe cei care îți vizualizează profilul în potențiali clienți.

Aici îți poți scrie succint povestea ta, momentul care a determinat schimbarea sau acțiunea ce te-a adus la rezultatele de azi.

În primul rând, niciodată să nu lași această secțiune necompletată.

Arată celor care citesc profilul tău de LinkedIn, care sunt serviciile și/sau produsele pe care le poți furniza. Fructifică această oportunitate fantastică!

De ținut cont:

- De scris minim 1200 de caractere, maxim 2600 de caractere.
- De folosit bullets points (linii, puncte, etc.) care să sublinieze ideile de reținut.
- De folosit emoji doar dacă e adecvat și profesionist!
- Neapărat la final un îndemn la acțiune!

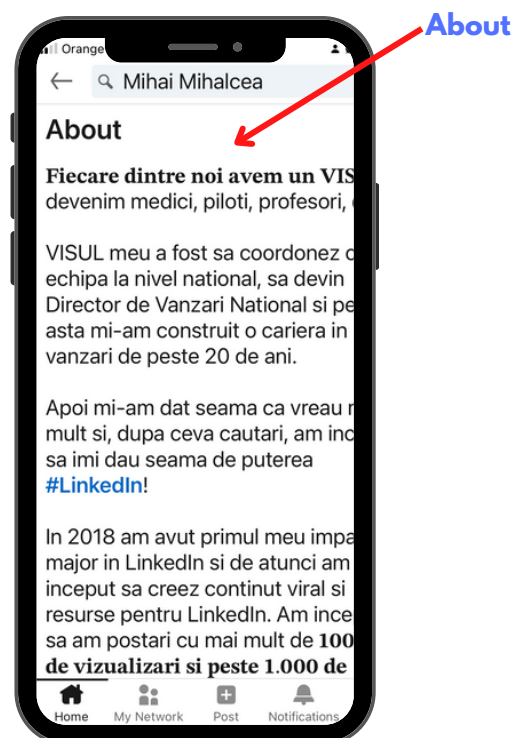
Tips:

Știm foarte clar că poveștile pe care le spunem când vindem sau ne fac mult mai plăcuți. Sunt studii care arată că tindem să avem încredere mai mare în oamenii care spun povești pentru că încă de când eram bebeluși, ascultam povești de la persoane dragi din familie (mama, tata, bunici, etc.), care erau de încredere.

Iată structura pe care o propun pentru a-ți scrie povestea legată de activitatea actuală:

- Introducere
- Punctul culminant
- Deznodământ
- Emoția finală
- Valoarea transmisă

E o structură ce poate fi adaptată, dar care îți poate da repere foarte bune și foarte mare claritate.



5

Experience

În secțiunea "Experience", arăți oamenilor parcursul tău profesional.

Aici ai oportunitatea să expui competențele tale, realizările notabile și proiectele relevante.

Dacă ești proprietarul afacerii, antreprenor sau consultant, detaliază mai mult decât numele companiei.

Company name - setează aici pagina de companie cu atenție, astfel încât să apară logo-ul!

Dacă e afacerea ta și încă nu ai o pagină de companie, e timpul să iei în considerare activarea și setarea unei pagini cu numele companiei sau a brandului tău.

Description - În câmpul „Descriere” detaliază realizările sau rolul pe care îl ai, într-o formă creativă.

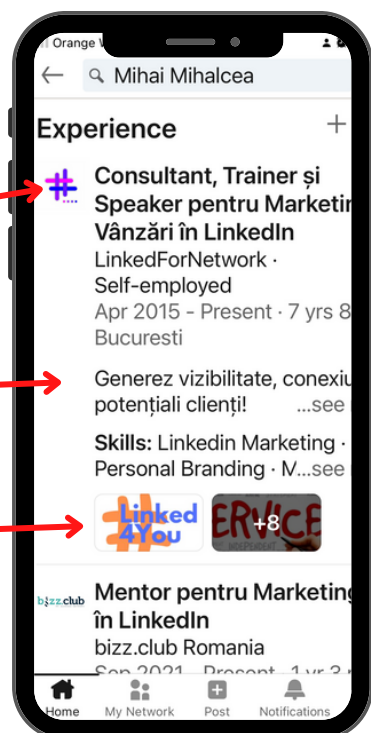
Asigură-te că în cele 2.000 de cuvinte pe care le folosești în zona de descriere ai și cuvinte cheie, care să facă profilul tău să fie foarte vizibil în căutările interne din LinkedIn.

Media - atașează documente și link-uri către pagini din site-ul companiei sau produsele pe care vrei să le promovezi.

Company name

Description

Media



Tips:

Această secțiune te poate diferenția de alți competitori.

Describe aici care sunt factorii tăi diferențiatori, caracteristicile serviciilor tale.

Dacă în secțiunea "Despre" ai expus parte din personalitatea ta, ai generat curiozitate și dorința de a afla mai mult, aici e locul unde poți concretiza "vânzarea".

Dacă ai o afacere, explică cum poate ajuta conceptul, produsul sau serviciul pe care îl oferi.

Ai un produs gratuit sau un e-book? Și aici e locul unde să-l expui!

Mă bucur că ai parcurs acest material până aici!

Te felicit pentru că ai trecut la acțiune și ai descărcat acest e-book!

Atenție! Descărcarea nu îți va seta și optimiza profilul personal.

Te invit să faci următorul pas, să începi să îți setezi și optimizezi profilul personal. Nu mâine, nu săptămâna viitoare sau de la 1 a lunii următoare!

Știi la fel de bine ca și mine că, în majoritatea cazurilor, mâine înseamnă niciodată!

Comunic cu foarte mulți potențiali clienți, cu care am comunicat acum câțiva ani și care sunt în același stadiu, și îmi spun: “... Mihai trebuia să mă ocup de profilul meu de când am vorbit, dar...”

Dacă îl vei seta și optimiza corect, profilul tău va genera continuu un flux de oameni care îți vor vizualiza profilul.

Aceste vizualizări se pot transforma în oportunități pentru afacerea, pentru produsul sau serviciul pe care îl oferi, dar și pentru compania ta!

Desigur că asta nu se va întâmpla peste noapte, e important să începi să faci ceea ce este necesar, astfel încât oamenii să îți vizualizeze profilul și să își dorească să comunice cu tine.

Spor în toate cele bune,

Mihai Mihalcea



www.mihaimihalcea.ro