

MEDIA PARTNER



CAMERA DI  
COMMERCIO  
MILANO  
MONZABRIANZA  
LODI



# DIGIT EXPORT DAY



**27 MARZO  
2024**



# Strategie digitali e social per aumentare la visibilità sui mercati esteri

Relatori: Giovanna Ricuperati - Nicola Lazzaroni

**DIGIT**  
**EXPORT DAY**

**27 MARZO**  
**2024**

**PROMOS**  
**ITALIA**  
RE GLOBAL

**CC** CAMERA DI  
COMMERCIO  
MILANO  
MONZABRIANZA  
LODI

**pd** punto  
impresa  
digitale

**MEDIA PARTNER**

**sky** **tg24**

# Premessa

Non è una questione di scelta tra tecnologia e persone, tra freddi algoritmi e relazioni umane. È equilibrio tra relazioni e artificial intelligence.

Il cold calling può avere una nuova vita, in un contesto evoluto e sinergico. L'AI non è una minaccia, ma una risorsa da sfruttare.

**E le persone? Le persone rimangono il cuore pulsante delle relazioni commerciali, oggi più che mai.**

# Obiettivi

Sveleremo alcuni suggerimenti pratici, strumenti e raccomandazioni per affrontare con successo un percorso di espansione internazionale delle vendite tramite LinkedIn.

Scopriremo come unire gli strumenti offline, online e l'intelligenza artificiale in un mix efficiente ed efficace di opportunità.

**Il successo non è una formula isolata e ogni volta è una formula da scrivere, con metodo e organizzazione.**

# Multicanalità

L'approccio di contatto multicanale oggi è la regola.

Le aziende che riescono a raggiungere i risultati migliori sono quelle che sfruttano **touchpoint online e offline**, creando percorsi di acquisto ibridi dove strumenti diversi si rafforzano a vicenda.

# Multicanalità

## Online

Linkedin Social Selling  
Social Media Marketing  
Email Marketing  
Paid Advertising  
SEO

## Offline

Mappatura prospect  
Profilazione prospect  
Contatto diretto

# Social Network

I social network consentono alle aziende di connettersi, condividere contenuti e interagire con il proprio target in modo diretto e indiretto.

Forniscono uno spazio digitale dove poter veicolare informazioni commerciali, stabilire connessioni professionali e promuovere servizi.

# Overview

**LinkedIn:** B2B. Utile per l'utilizzo di gruppi di settore e attività di social selling.

**Facebook:** B2B/B2C

**Instagram:** B2C/B2B

**TikTok:** B2C/B2B - Target giovane - Richiesto grande presidio di contenuti

Altri es. **WeChat:** Molto diffuso in Cina.



# LinkedIn Social Selling

È il **principale database** di profili professionali al mondo.

In Italia, nel 2022, contava più di **16 milioni** di utenti.

A livello globale, LinkedIn oggi conta più di **1 miliardo di utenti in 200 paesi**.

Il social selling si è evoluto dal semplice utilizzo dei social media come li abbiamo tradizionalmente conosciuti. Oggi, i venditori di maggior successo utilizzano il social selling per contattare gli acquirenti giusti con il messaggio giusto nel momento giusto.

# Cos'è il social selling?

È un metodo strategico che permette la connessione e la costruzione di relazioni di fiducia con i potenziali clienti attraverso i social network per raggiungere i loro obiettivi di vendita.

Il social selling non riguarda solo l'aggiunta di nuovi contatti alla propria lista. Significa mettere le basi per **formare interazioni sociali significative** e presentare il proprio brand come soluzione ad un problema del cliente tramite i propri prodotti o servizi.

# Cos'è il social selling?

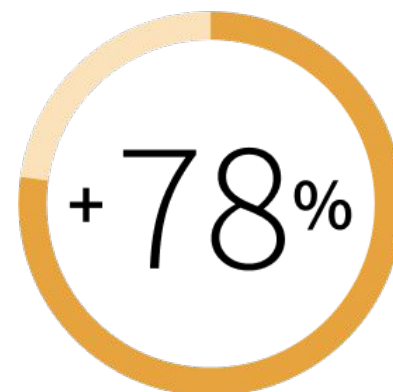
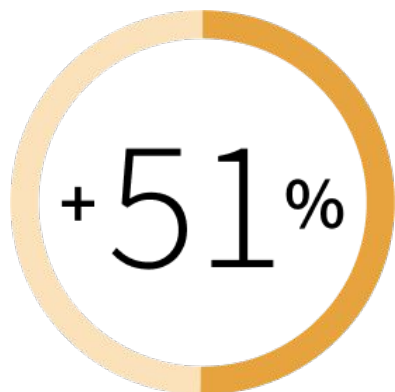
I brand di maggior successo sui social media non puntano sempre alla vendita immediata. Al contrario, iniziano a coltivare i potenziali clienti e a costruire relazioni.

Potete usare il **social selling come parte della vostra strategia di marketing** integrata in aggiunta ai metodi “tradizionali”.

Con il social selling, l'elemento di differenziazione è la **costruzione di relazioni** anziché la chiusura immediata del deal.

La vendita avviene al di fuori del social network.

# Perché LinkedIn Social Selling?



Le aziende che danno priorità al social selling hanno il 51% in più di probabilità di raggiungere i loro obiettivi di vendita. Il 78% delle aziende che utilizzano il social selling supera in prestazioni quelle che non lo fanno.

# Perché LinkedIn Social Selling?

**Il 40% degli acquirenti B2B utilizza i social media** per informare le proprie decisioni di acquisto. Per questo motivo, secondo Gartner, i leader del marketing B2B dedicano in media il 12,2% del budget di marketing ai social media.

Sempre secondo Gartner, il 40% dei marketer B2B afferma che **LinkedIn è lo strumento più efficiente per generare lead di alta qualità.**

# Social Selling Best Practices

**DIGIT  
EXPORT DAY**

**27 MARZO  
2024**

**PROMOS  
ITALIA**  
RE GLOBAL

**CCC**  
CAMERA DI  
COMMERCIO  
MILANO  
MONZABRIANZA  
LODI

**pd** punto  
impresa  
digitale

**MEDIA PARTNER**

**sky tg24**

# Create un brand di valore

Se il vostro brand è nuovo su un social network, non iniziate subito con il social selling. Per creare fiducia e **fornire un valore reale**, dovrete prima stabilire la vostra posizione di esperti nel vostro settore.

Un modo per farlo è condividere **contenuti interessanti e di valore**. Se siete un marchio B2B, potete utilizzare LinkedIn condividendo contenuti scritti da altri che si allineano al vostro marchio. Oppure sviluppate e condividete i vostri contenuti che gli altri potrebbero trovare utili.

# Content Strategy

L'**elaborazione di una strategia** solida sui contenuti è il primo passo per un brand che mira ad affermarsi sui social media.

La strategia deve essere supportata da un piano editoriale ben definito, che stabilisce la **tipologia e il calendario di pubblicazione** dei contenuti.

I contenuti devono essere non solo interessanti e di valore per il pubblico target, ma anche perfettamente **allineati con i valori e gli obiettivi aziendali**.

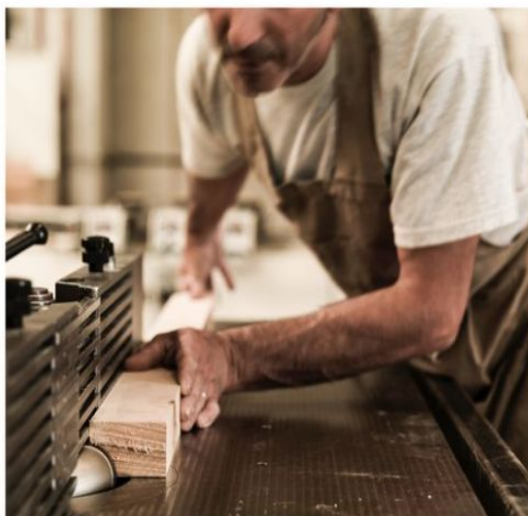


# Create un brand di valore

## Racconto

Effearredi  
14 luglio

We believe that furniture should not only be functional but also tell a story. Our work in progress carries the narrative of passion, dedication, and the pursuit of perfection. Each curve, each detail, whispers tales of the craftsmanship that goes into every piece.



## Prodotto

**Cmatic S.p.a.**  
2,757 follower  
9m

XT is Cmatic Clamp fitting solution available with 4 different connections to choose from:  
◆ **Clamp to Push-in Fitting** (also available as 90° push-in fitting) ...vedi altro

[Vedi traduzione](#)

23 9 diffusioni post

Consiglia Commenta Diffondi il post

## News

**Ciclotte**  
1,047 follower  
25

The "MUST-haves" of design entertainment in S. Korea.  
Happy to have our Ciclotte bike in carbon fiber selected by [#noblessekorea](#)  
Thank you [#clef\\_lifestyle](#) and [#candhinc](#)

[#gyminteriordesign](#) [#homegymdesign](#) [#luxuryfitness](#) [#gymdesign](#) [#homegym](#)  
[#designfitness](#) [#exercisebike](#) [#hometrainer](#) [#architectureanddesign](#)  
[#luxuryinteriordesign](#) [#interiordesignideas](#)

[Vedi traduzione](#)

## Fiera

**Gavazzi Tessuti Tecnici S.p.A. s.u.**  
639 follower  
6m

**#SaveTheDate for april 2023!**

In April, Gavazzi will attend two unmissable global events in the composite materials and building supplies field.  
The appointments to mark on your calendar are:  
◆ **BAU München** (April 17-22), the Leading Trade Fair for Architecture & building Materials  
◆ **JEC Group JEC WORLD** in Paris (April 25-27), The Leading International Composites Show.

[#Gavazzi](#) [#events](#) [#JEC](#) [#BAU](#) [#composite](#) [#materials](#) [#building](#) [#supplies](#) [#architecture](#)

[Vedi traduzione](#)

agenda  
2023

17-22 aprile **BAU 2023**  
**Messe München**  
World's Leading Trade Fair for Architecture, Materials, Systems

25-27 aprile **JEC WORLD 2023**  
**Paris-Nord Villepinte**  
The Leading International Composites Show

14 1 commento - 5 diffusioni post

Consiglia Commenta Diffondi il post

**DIGIT  
EXPORT DAY**

**27 MARZO  
2024**

**PROMOS  
ITALIA**  
BE GLOBAL

**CAMERA DI  
COMMERCIO  
MILANO  
MONZABRIANZA  
LODI**

**pd** punto  
impresa  
digitale

**MEDIA PARTNER**

**sky tg24**

# Costruite relazioni con i giusti prospect

Utilizzate gli strumenti e i metodi di social selling per **identificare i potenziali clienti che soddisfano i vostri criteri**, tra cui la funzione, il ruolo o il settore.

In questo modo, riuscirete a stabilire connessioni più significative e a convertire con maggiore successo i prospect in clienti.

# Cos'è LinkedIn Sales Navigator?

È lo strumento LinkedIn per cercare nuovi lead in modo più efficiente, arricchire la pipeline e aumentare il volume di affari.

Include diverse funzionalità:

- Accesso alla rete estesa di LinkedIn
- Ricerca avanzata di lead e aziende
- Segnalazioni di lead e account
- Avvisi per i cambiamenti di lavoro e le notizie sulle aziende target
- Integrazione con CRM

# Siate autentici

Comunicate con autenticità e **concentratevi prima sulle esigenze del potenziale cliente** e poi sulla vendita.

Prendetevi il tempo per personalizzare la comunicazione diretta.  
Per esempio, fate riferimento a un contenuto con cui entrambi vi siete confrontati o evidenziate qualcosa che avete in comune.

# Analizzate gli insight

Non aspettatevi risultati immediati: il social selling richiede tempo. Anche se alcuni potenziali clienti che avete contattato potrebbero non essere pronti ad acquistare ciò che state offrendo, rimanete in contatto.

Mantenere relazioni significative vi farà rimanere nei pensieri dei vostri prospect quando avranno la giusta necessità.

LinkedIn dispone di strumenti integrati per misurare il successo dei vostri sforzi di social selling.

# LinkedIn Social Selling Index (SSI)

<https://www.linkedin.com/sales/ssi>

## Il tuo Social Selling Index

Primo Classifica SSI del settore

11%

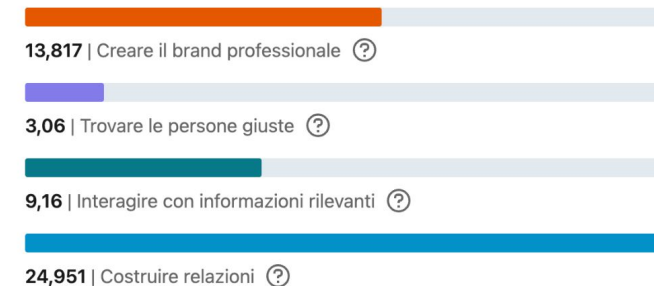
Primo Classifica SSI della rete

22%

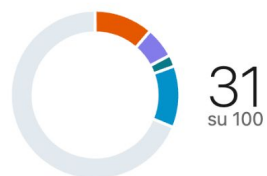
### Social Selling Index attuale ?



### Quattro componenti del tuo punteggio



### Persone nel tuo settore



I professionisti delle vendite nel settore Servizi di marketing hanno un SSI medio di 31.

Fai parte del **primo 11%**

Nessuna variazione rispetto alla settimana scorsa

### Persone nella tua rete



Le persone nella tua rete hanno un SSI medio di 39.

Fai parte del **primo 22%**

Nessuna variazione rispetto alla settimana scorsa

# Esempio

LinkedIn Social Selling per azienda produttrice di lampade LED di design per settore commerciale, uffici, ristorazione, allestimenti.

Target: Lighting designer e studi di progettazione / Paesi: Francia, Germania, Nord Europa, Benelux

- Ricerca tramite *Sales Navigator* dei prospect tramite filtri e parole chiave opportuni
- Invio della richiesta collegamento al referente con nota (personalizzata)
- Invio del messaggio LinkedIn (personalizzato) contenente link al catalogo prodotti e breve presentazione dell'azienda a tutti coloro che hanno accettato il collegamento per verificare il potenziale interesse ad una collaborazione
- Automatizzare per raggiungere ampia scala, ma sempre con un mix tra automation e interpretazione umana del dato
- Selezione dei migliori tool di automation sul mercato
- Gestione delle richieste pervenute e delle trattative
- Organizzazione di incontri virtuali

# Grazie!

**DIGIT  
EXPORT DAY**

**27 MARZO  
2024**

**PROMOS  
ITALIA**  
RE GLOBAL

**CCC**  
CAMERA DI  
COMMERCIO  
MILANO  
MONZABRIANZA  
LODI

**pd** punto  
impresa  
digitale

**MEDIA PARTNER**

**sky tg24**