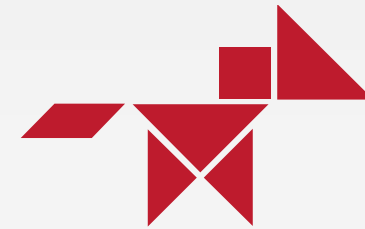


REDFOXBLUE



*fundamentele verandering naar
blijvend verkoopsucces*

Social selling
Arnhem, 2 september 2015



WELKOM

- Robert Hamminga
- robert.hamminga@redfoxblue.nl
- 0031 - 619228708



Robert Hamminga

Specialist in omzet verbetering, verkoopstrategieën, verkoopplannen en salesmanagement
Amsterdam Area, Netherlands | Management Consulting

Current RedFoxBlue, Salesgids.com
Previous Salesrecruiters, Telfort, De Telefoongids BV
Education University of Groningen



500+
connections



REDFOXBLUE



*fundamentele verandering naar
blijvend verkoopsucces*



- Cavalerie
- Van Duijnen
- TeleMedia
- Telefoongids
- Telfort
- SalesRecruiters



les frères h.
vignerons de veyrines de domme

AGENDA

- Social media impact
- (Ver)Kopen verandert
- Social selling
- WLEFTSYP
- Social selling plan
- Automation
- Implementeren
- What to do tomorrow
-

WAT DOET U AAN SALES OP INTERNET



AGENDA

- **Social media impact**
- (Ver)Kopen verandert
- Social selling
- WLEFTSYP
- Social selling plan
- Automation
- Implementeren
- What to do tomorrow

SOCIAL IMPACT

Buckler



SOCIAL IMPACT

Pietitie



AL 2 MILJOEN MENSEN GELOVEN IN ZWARTE PIET!

TEKEN DIE PIETITIE!

WE ZIJN ERG BLIJ MET JULLIE SUPPORT! BLIJF LIKEN EN DELEN! >> PIETITIE.NL

Pietitie
2.177.990 personen vinden dit leuk · 8.821 praten hierover

Community
Uiteraard is pietitie.nl ook tegen de afschaffing van het Sinterklaasfeest. Middels een hele simpele manier willen wij van pietitie.nl zoveel mogelijk 'likes' verzamelen voor we te laat zijn.

Info – Een bewerking voorstellen

Vind ik leuk Bericht * ▾

Foto's Vind-ik-leuks **2,1m**

SOCIAL IMPACT

Ice bucket



#ALSIceBucketChallenge

13 augustus 2014, het begon als een gewone ochtend bij ons op kantoor. Totdat de #ALSIceBucketChallenge insloeg als een bom. Vanuit Amerika kwamen de eerste filmpjes dat Mr JT (Justin Timberlake) de ALSIceBucketChallenge accepteerde en daarmee Jimmy Fallon van de Tonight's Show uitdaagde.

SOCIAL IMPACT

The pope



SOCIAL IMPACT

Weet u het nog



SOCIAL IMPACT

Weet u het nog



“De wedstrijd om de meeste accounts kunnen we toch nooit winnen. Facebook wordt te groot. Over drie tot vijf jaar, zeiden wij al in 2008, is Facebook overal nummer één.”



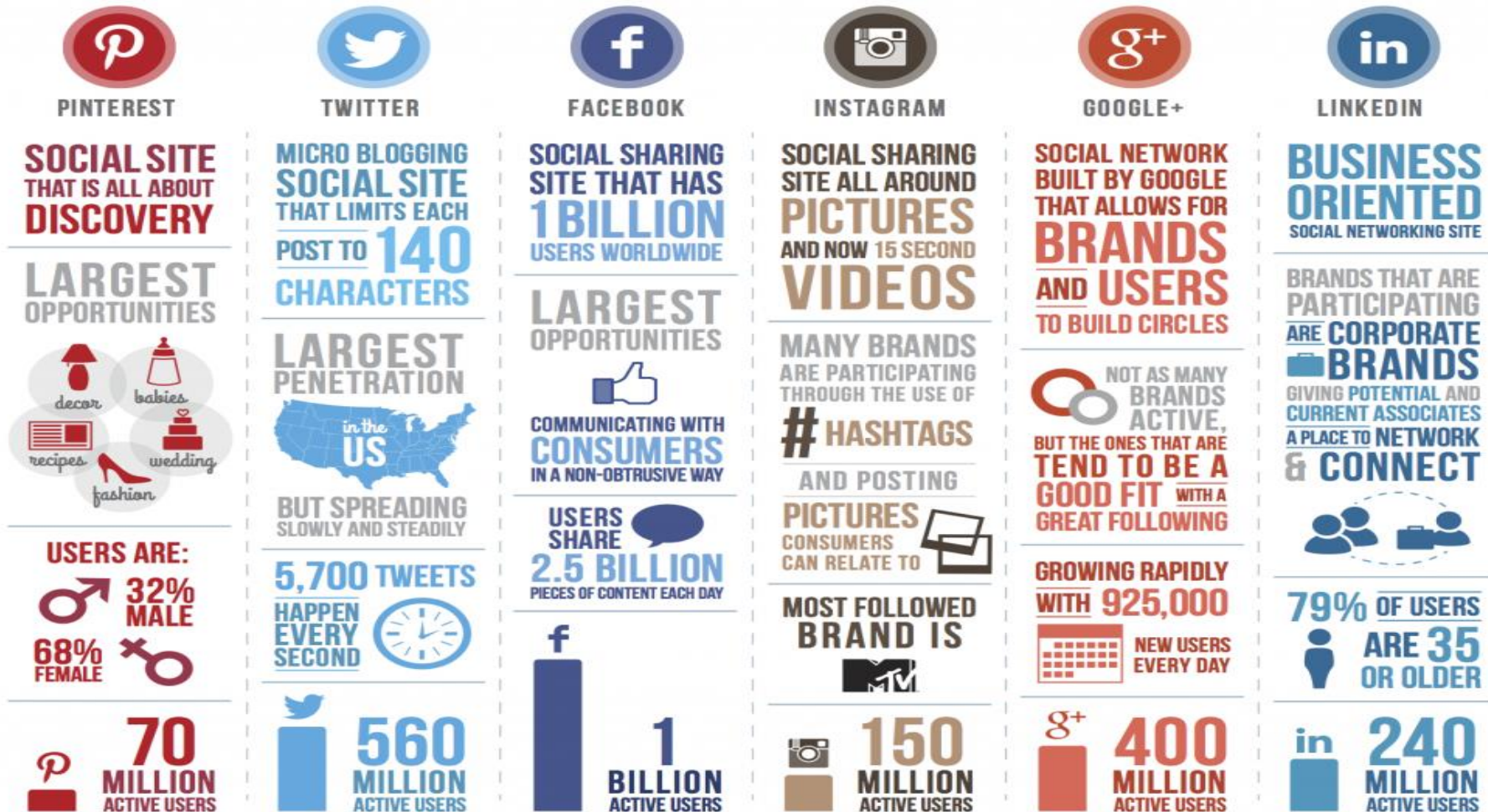
De top 5 van meest gebruikte zoekmachines in het tweede kwartaal van dit jaar: **Ilse** op 1 (was ook 1 in het eerste kwartaal 2001) met 42 procent marktaandeel, Google op 2 (was 5) met dertien procent, Vindex op 3 (was 2) met twaalf procent, Altavista,nl op 4 (was 4) met negen procent, en Lycos op 5 (nieuw in de top 5) met vijf procent.



Second Life is een virtuele wereld op internet waar gebruikers een personage, ook wel avatar genoemd, kunnen creëren, grond kunnen bezitten, huizen bouwen en activiteiten, waaronder commerciële dienstverlening, kunnen ontplooiën. In Second Life bestaat een eigen valuta, de Linden dollar. Een Amerikaanse dollar is ongeveer 270 Linden dollar waard. Een vierkante meter land kost zo'n 6,60 Linden dollar. In de afgelopen 24 uur is 655 duizend dollar omgegaan in de virtuele wereld.

SOCIAL IMPACT

Social media groeit



Designed by: Leverage - leveragenewagemedia.com

AGENDA

- Social media impact
- **(Ver)Kopen verandert**
- Social selling
- WLEFTSYP
- Social selling plan
- Automation
- Implementeren
- What to do tomorrow

(VER)KOPEN VERANDERT

Impact internet

81% of B2B buyers start with a web search

(Source: Earnest)

B2B buyers are 57%-70% through their buying research before first contacting the seller.
(Source: Corporate Executive Board)

80% of business decision makers prefer to get company information in a series of articles versus an advertisement (CMI)

The average cost to generate a lead through inbound marketing (\$143) is about half the average cost of outbound marketing (\$373) (Source: Hightable)

Toppers in sales gebruiken vaker en beter social media dan hun collega's (72% van de social sellers doen het beter dan hun collega's)

Kopers baseren hun koopinformatie merendeels niet meer op informatie die zij van verkopers beschikbaar krijgen.

(VER)KOPEN VERANDERT

Van info schaarste naar overvloed



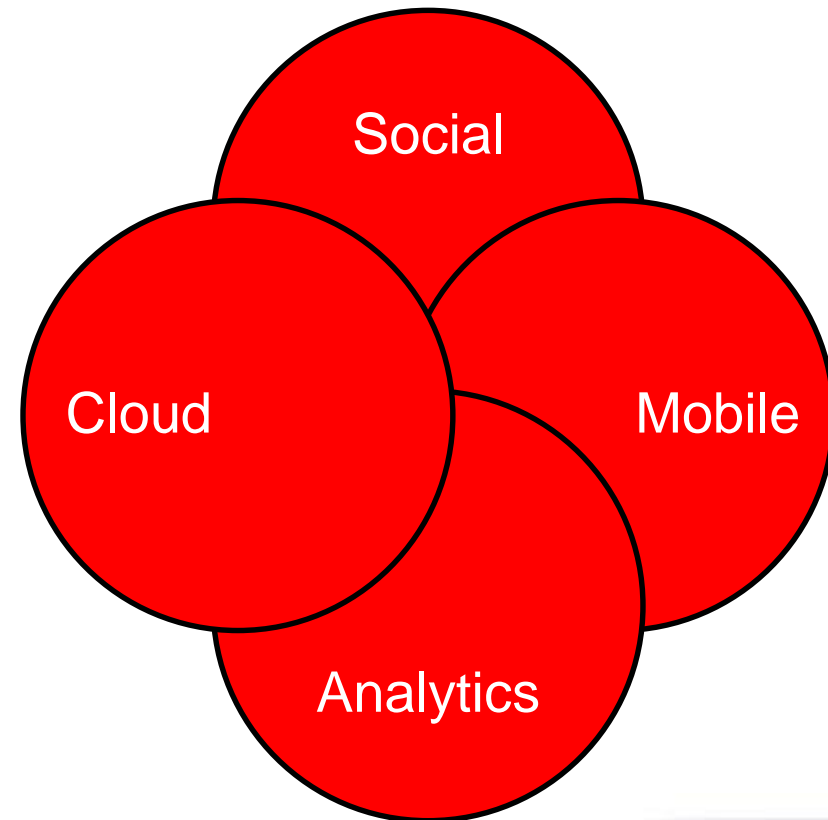
* Bron: Artikel 7 stappen naar succes in social selling / Salesmanagement sept 2013 / Robert Hamminga en Robert Hylkema

(VER)KOPEN VERANDERT

Klant heeft al het geschreeuw uitgezet

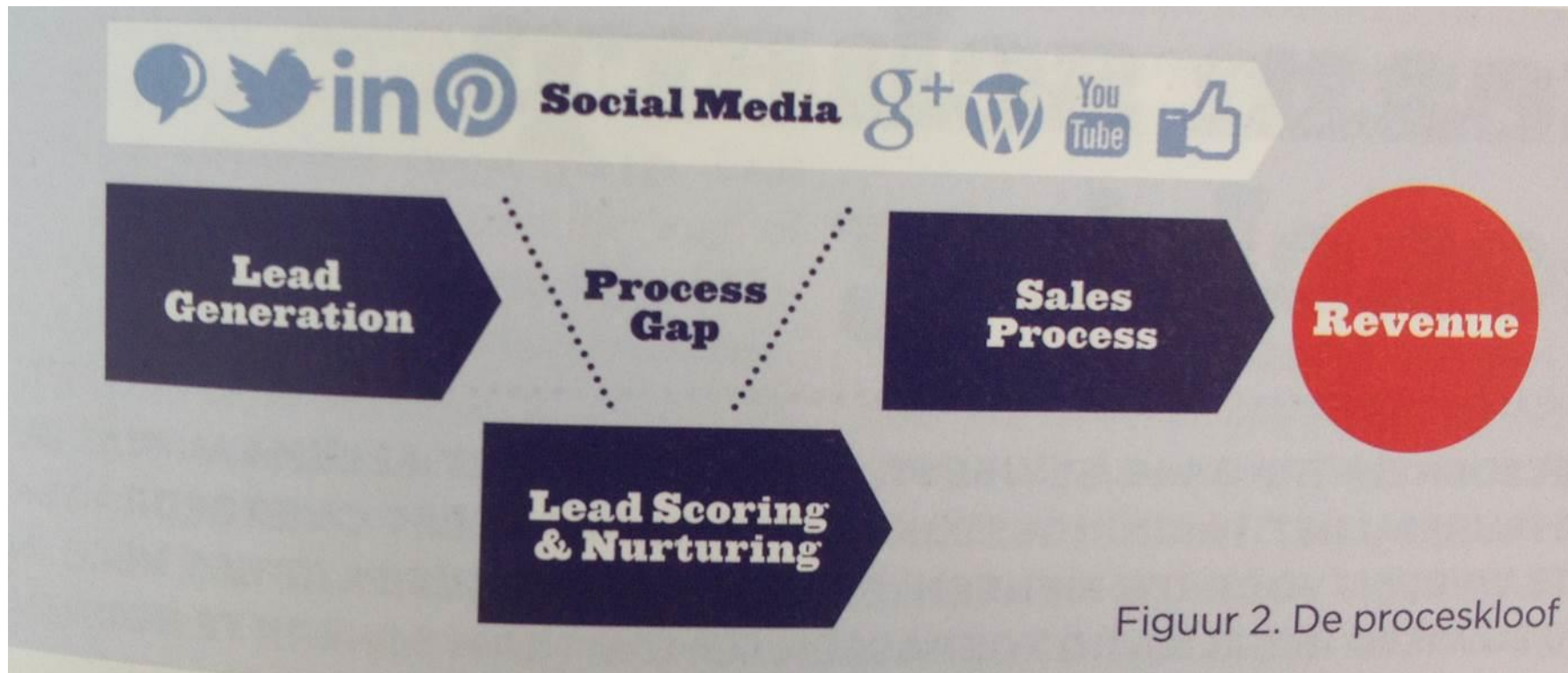


- Social: nieuwe manieren om klanten te bereiken en interactie mee te hebben
- Mobiel: heeft de manier veranderd waarop wij communiceren, werken en winkelen
- Analytics : maakt het mogelijk om een goed inzicht te hebben in hoe, wanneer en waar
- Cloud: geeft de mogelijkheid om snel in te spelen om veranderende omstandigheden



(VER)KOPEN VERANDERT

Proceskloof overbruggen



* Bron: Artikel 7 stappen naar succes in social selling / Salesmanagement sept 2013 / Robert Hamminga en Robert Hylkema

AGENDA

- Social media impact
- (Ver)Kopen verandert
- **Social selling**
- WLEFTSYP
- Social selling plan
- Automation
- Implementeren
- What to do tomorrow

SOCIAL SELLING

Definitie

- Social selling is het toepassen van de social media mix in uw verkoopproces met als doel het bevorderen van uw salesresultaten.
- U doet dit door de klant te faciliteren in zijn zoektocht naar de invulling van zijn behoefte en te begeleiden door het koopproces.
- Hiervoor moet u actief aanwezig zijn op de social netwerken waar uw relaties zich oriënteren en informeren. Actief aanwezig zijn betekent dat u zichzelf profileert, contacten legt, relevante info deelt, invloed uitoefent en vraag creëert. Tevens betekent actief aanwezig zijn dat u door de online informatie relevante zaken weet over wie u kent en zo beter op de behoeftes kan inspelen.
- De impact van dit alles bestaat uit het worden van een sterk en betrouwbaar merk welke daardoor kansen/leads genereert. Uiteindelijk leidt dit tot een verhoging van uw verkoopresultaten en een verlaging van uw cost of sales.
- Indien u dit gehele traject goed doet speelt de sharing fase daarin nog een belangrijke rol en zullen u klanten u positief aanbevelen hetgeen weer input is voor het verder bouwen aan uw contacten en interesse in uw diensten bij nieuwe relaties.

SOCIAL SELLING

Definitie

- Social selling is het toepassen van de social media mix in uw verkoopproces met als doel het bevorderen van uw salesresultaten.
- U doet dit door de klant te faciliteren in zijn zoektocht naar de invulling van zijn behoefte en te begeleiden door het koopproces.
- Hiervoor moet u actief aanwezig zijn op de social netwerken waar uw relaties zich oriënteren en informeren. Actief aanwezig zijn betekent dat u zichzelf profileert, contacten legt, relevante info deelt, invloed uitoefent en vraag creëert. Tevens betekent actief aanwezig zijn dat u door de online informatie relevante zaken weet over wie u kent en zo beter op de behoeftes kan inspelen.
- De impact van dit alles bestaat uit het worden van een sterk en betrouwbaar merk welke daardoor kansen/leads genereert. Uiteindelijk leidt dit tot een verhoging van uw verkoopresultaten en een verlaging van uw cost of sales.
- Indien u dit gehele traject goed doet speelt de sharing fase daarin nog een belangrijke rol en zullen u klanten u positief aanbevelen hetgeen weer input is voor het verder bouwen aan uw contacten en interesse in uw diensten bij nieuwe relaties.

**Social
Media Mix**

**Faciliteren
koopproces**

**Actief
aanwezig**

**Betrouwbaar
merk**

**Sharing
fase**

SOCIAL SELLING

Sharing fase

Er is geen marketing budget dat op kan tegen wat mensen zeggen.



VOORBEELD SALESGIDS

Verkoopplan maken - Download volledig voorbeeld voor het
www.salesgids.com > Downloads > Alle downloads van Salesgids
 Kant en klare template voor het opstellen en schrijven van een strategisch
 Download dit Word document voor eigen gebruik.

Maak eens een verkoopplan | Voorbeeld indeling ... - Sales
www.salesgids.com > Artikelen sales > Verkoopstrategie
 Het maken van een goed verkoopplan is een manier om eens goed in te
 naar de meeste kansen liggen om te scoren. Bekijk ons voorbeeld van ...




salesgids Hét portal voor slimme salesprofessionals!

Home Artikelen **Downloads** Saleslinks Advies Salesshop Vacatures Interviews Trainingen Sales 2

Alle downloads Accountplan Verkoopplan SWOT Analyse Checklistverkoopgesprek

Gratis downloads

De downloads van Salesgids in Word- en Excel-formaat zijn gratis en direct te downloaden voor eigen gebruik.

Stap 1: Vul uw persoonlijke gegevens in → **Stap 2: Ga naar de downloadpagina**

Ja, ik wil een of meerdere formats / whitepapers downloaden. Tevens meld ik mij aan voor de gratis wekelijkse nieuwsbrief van Salesgids met daarin actueel salesnieuws en tips.

Direct na het invullen van onderstaand formulier kunt u de gewenste format(s) downloaden.

E-mailadres *

Voornaam *

Achternaam *

Bedrijfsnaam

En download o.a. de volgende formats:

- Accountplan (uitgebreid)
- Verkoopplan
- SWOT Analyse
- CRM Stappenplan
- Checklist verkoopgesprek
- Doelen en actieplan
- Verkoopproces
- Vraagstelling acquisitie
- Verkooprapportage

Als Salesgids niet goed leesbaar is, [klik hier](#).

Join us on **LinkedIn**

6 november 2014

LinkedIn:

Join us on **LinkedIn**

Verkoopvacatures

- » Zware sales professionals
- » Ondernemende Salesmanagers
- » Door wol geverfde Salesdirector

Formats voor verkoopsucces

- » Verkoopplan
- » Checklist verkoopgesprek
- » Marketingplan
- » Nog meer dan 15 formats

Beste R, uw wekelijkse salesvitaminen.

>>GRATIS SEMINAR SOCIAL SELLING 13 NOVEMBER 1500 UUR >>
info@salesgids.com

GRATIS SEMINAR SOCIALSELLING - 13 november 1500 uur

Meer omzet door het toepassen van social selling. Wat is social selling en wat zijn de socialselling strategieën die horen bij acquisitie, behoud en winback van uw klanten. Kom donderdag 13 november in de middag naar Hoofddorp en ervaar samen met uw collega sales- en marketingmanagers/directeuren wat socialselling in 2015 voor uw bedrijf kan betekenen. MELD U HIER AAN info@salesgids.com

AGENDA

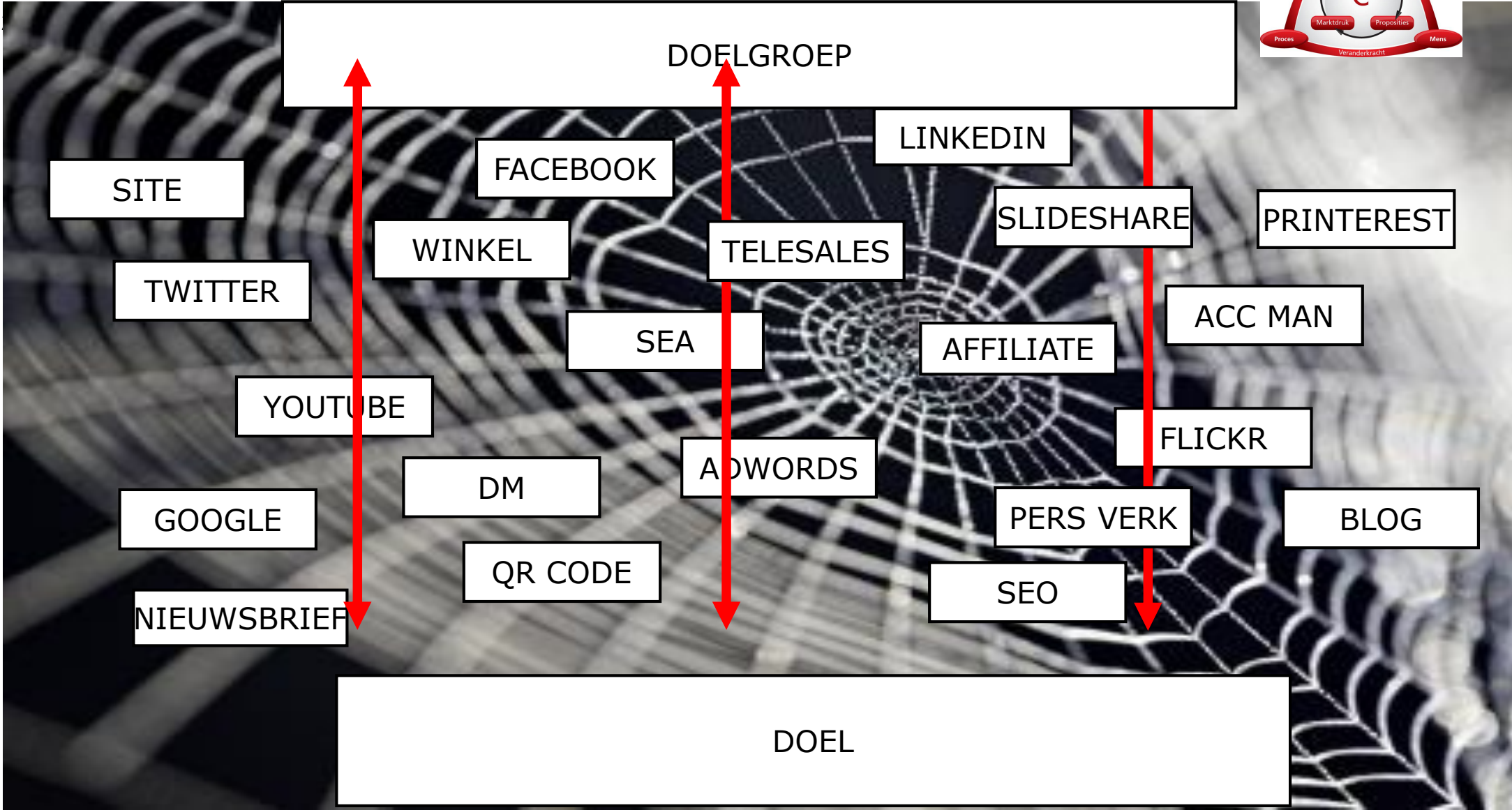
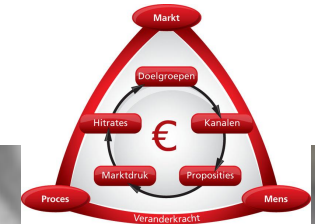
- Social media impact
- (Ver)Kopen verandert
- Social selling
- **WLEFTSYP**
- Social selling plan
- Automation
- Implementeren
- What to do tomorrow

WLEFTSYN

Ezelsbruggetje

- **W**ebbsite
- **L**inkedIn
- **E**mail
- **F**acebook
- **T**witter
- **S**lideshare
- **Y**outube
- **P**interest
-



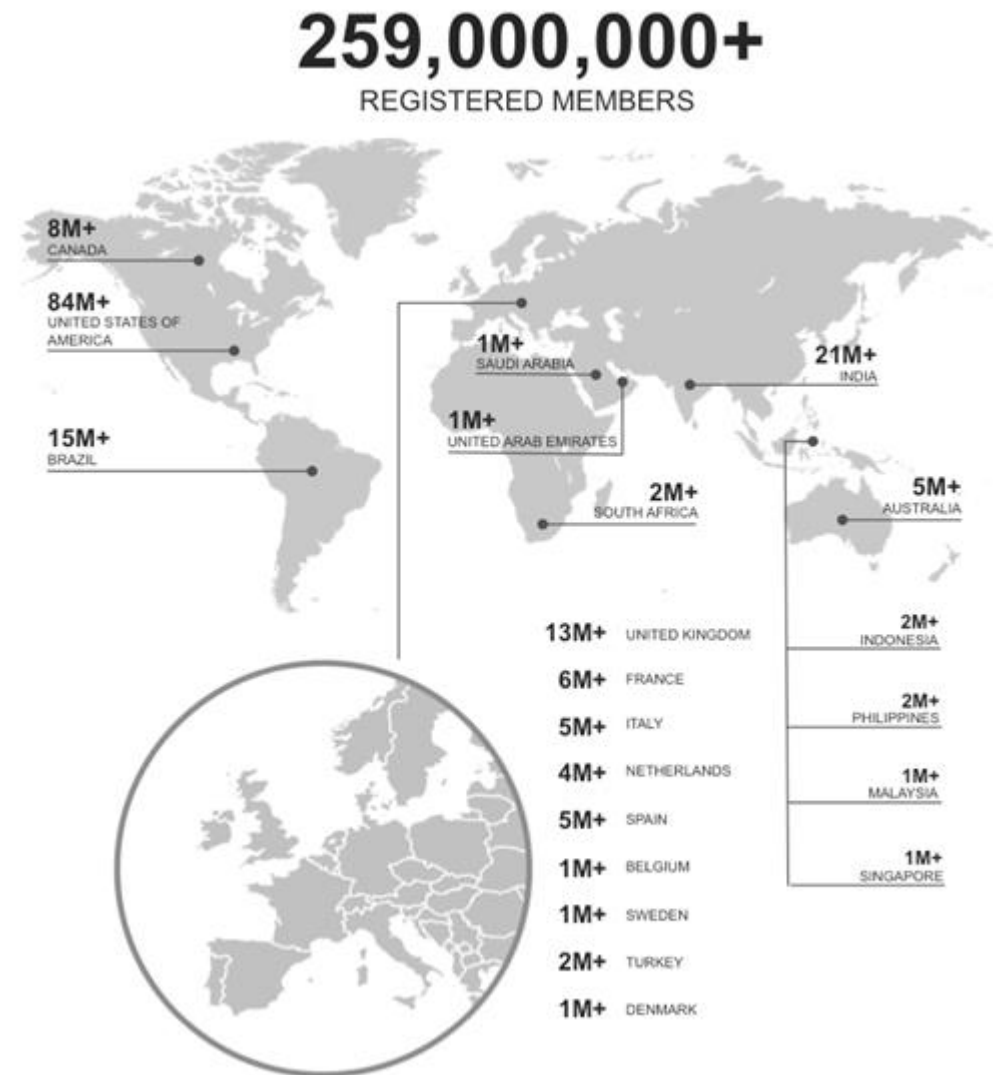


WLEFTSYP

LinkedIn

Wat is LinkedIn

LinkedIn is the world's largest professional network with over 259 million members and growing rapidly. LinkedIn connects you to your trusted contacts and helps you exchange knowledge, ideas, and opportunities with a broader network of professionals.



WLEFTSYP

E-mail marketing

Wat is email marketing

E-mailmarketing is een vorm van direct marketing die email gebruikt om een boodschap naar een doelgroep te sturen. (ontwikkelingen, nieuwe zaken, hulp vraag, uitnodiging, aanbiedingen, informatie)



Als Salesgids niet goed leesbaar is, klik [hier](#).

LINKEDIN :



Verkoopvacatures

- » Zware sales professionals
- » Ondernemende Salesmanagers
- » Door wol geverfde Salesdirector

Formats voor verkoopsucces

- » Verkoopplan
- » Checklist verkoopgesprek
- » Marketingplan
- » Nog meer dan 15 formats

Artikelen over Sales

- » Verkoop
- » Marketing
- » Management
- » Loopbaan
- » Nog meer dan 100 artikelen

Salesshop

- » Verkoopboeken
- » Managementboeken
- » Business bladen

Nieuwsbrief

- » Aanmelden
- » Mail een collega
- » Wijzigen gegevens
- » Afmelden

Adverteren in Salesgids

- » Neem contact op met Elmo

Beste Rob, uw wekelijkse salesvitaminen.

GRATIS CHECKLIST VOOR EEN SUCCESVOL KLANTENONDERZOEK



Ontdek in 10 stappen hoe u alles te weten komt over uw klanten. Vraag de checklist voor het opzetten van een succesvol klantenonderzoek gratis aan. Deze checklist geeft u een helder beeld van hoe het klantenonderzoek uw organisatie vooruit kan helpen. [Vraag gratis de checklist aan!](#)



ONTWERP OPTIMAAL SALESproces door Elmo Wieland

Een optimaal sales ritme draagt bij aan een maximale netto sales tijd en een lerende organisatie die steeds slimmer en dus succesvoller te werk gaat. Maar hoe kom je nu tot een best practice, maatwerk sales ritme? . [Lees verder.....](#)



EEN KLANT LATEN TERUGBELLEN door Salesgids



Een van de meest uitdagende aspecten van het verkoopvak is het in contact komen met nieuwe klanten. Nieuwe klanten betekenen nieuwe kansen om te verkopen en daarmee de verkoopdoelstellingen te

WLEFTSYP

Facebook

Wat is Facebook

Facebook is a social utility that connects people with friends and others who work, study and live around them. People use Facebook to keep up with friends, upload an unlimited number of photos, post links and videos, and learn more about the people they meet."



WLEFTSYP

Twitter

Wat is Twitter

Twitter is a real-time information network that connects you to the latest information about what you find interesting. Simply find the public streams you find most compelling and follow the conversations.



WLEFTSYD

SlideShare

Wat is SlideShare

SlideShare is het grootste platform voor het delen van presentaties in de wereld.

Met 60 mln. bezoekers en 215 mln. pageviews behoort het tot de best bezochte websites ter wereld.

Naast presentaties in powerpoint support Slideshare ook pdf, webinars en video's.

SlideShare is the world's largest community for sharing presentations. With 60 million monthly visitors and 130 million pageviews, it is amongst the most visited 200 websites in the world. Besides presentations, SlideShare also supports documents, PDFs, videos and webinars.



WLEFTSYP

YouTube

Wat is YouTube

YouTube is opgericht in februari 2005 en geeft miljarden mensen de mogelijkheid zelfgemaakte video's te ontdekken, te bekijken en te delen. YouTube biedt een forum dat iedereen kan gebruiken om wereldwijd contact te leggen met anderen, mensen te informeren en te inspireren. De site fungeert als een distributieplatform voor videomakers en voor adverteerders, hoe groot of klein dan ook.

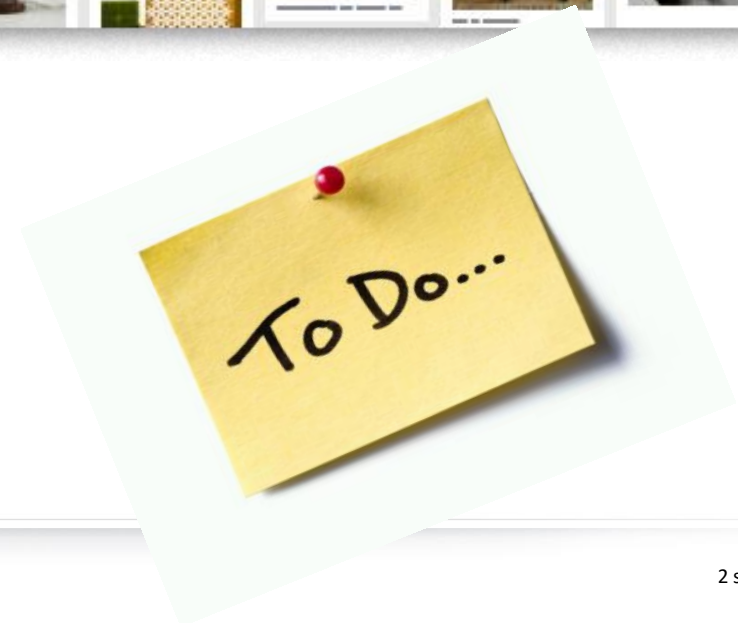
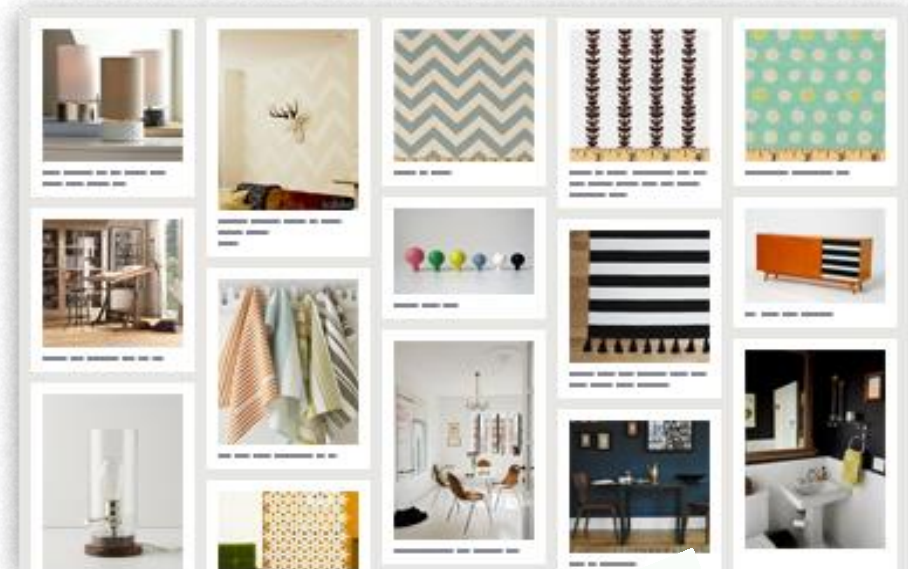


WLEFTSYP

Pinterest

Wat is Pinterest

Pinterest is a tool for discovering things you love, and doing those things in real life. Ben Silbermann, Evan Sharp and Paul Sciarra co-founded our site in March 2010. Since then, we've helped millions of people pick up new hobbies, find their style and plan life's important projects.



WLEFTSYP

Wanneer zet je wat in...

	Website	LinkedIn	Email	Facebook	Twitter	Slideshare	Youtube	Pinterest
Interest								
Information								
Reflection								
Closing								

AGENDA

- Social media impact
- (Ver)Kopen verandert
- Social selling
- WLEFTSYP
- **Social selling plan**
- Automation
- Implementeren
- What to do tomorrow

SOCIAL SELLING 6 STAPPENPLAN

Opbouw



1. Doelstellingen:

- wat wilt u bereiken

2. Doelgroep:

- wie en waar is uw doelgroep

3. Kanaal:

- welke kanalen gaat u inzetten en met welke intensiteit

4. Propositie:

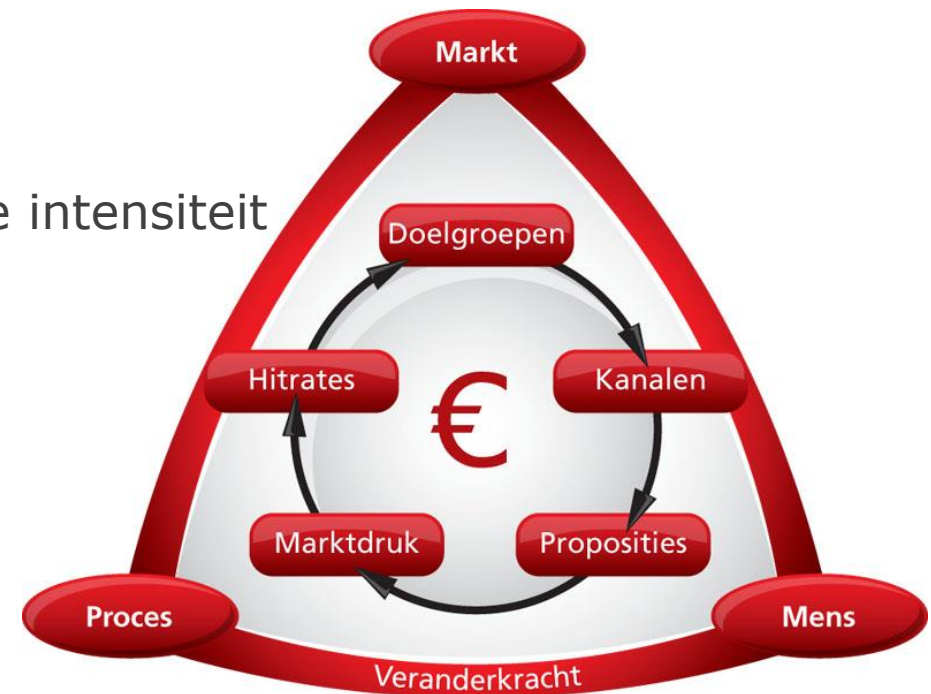
- luister naar en communiceer met je markt

5. Marktdruk:

- hoe breed het veld in

6. Hitrates:

- inzicht hebben in de ratio's verbeteringen





SOCIAL SELLING 6 STAPPENPLAN

Doelstellingen – stap 1

- Wat willen we concreet bereiken, zichtbaarheid, klantcontacten, extra leads, sales, volgers, extra nieuwsbrief abonnees, downloads, gunning, geloofwaardigheid en binnen welk tijdsbestek.

Online doelstellingen

**Marketing / verkoop
doelstellingen**

Bedrijfsdoelen

SOCIAL SELLING 6 STAPPENPLAN

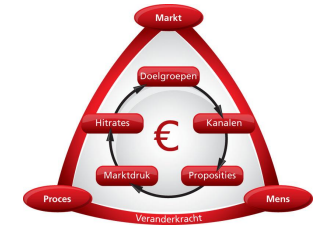
Doelgroep – stap 2

- Segmenteer je doelgroep, gegeven onze doelstellingen, welke doelgroepen zullen ons het meeste succes brengen op internet al of niet ondersteund door onze offline activiteiten.
- Welke rol hebben ze in het koopproces, waar zijn ze actief en waar kan je ze vinden
- Gebruik je kennis uit de offline wereld en toets deze met de online wereld.
- Welke doelgroep is meest kansrijk, welke problemen en kansen hebben ze
- Je doelgroep keuze bepaalt je kanaal, tone of voice en verwachte resultaat



SOCIAL SELLING 6 STAPPENPLAN

Kanalen – stap 2

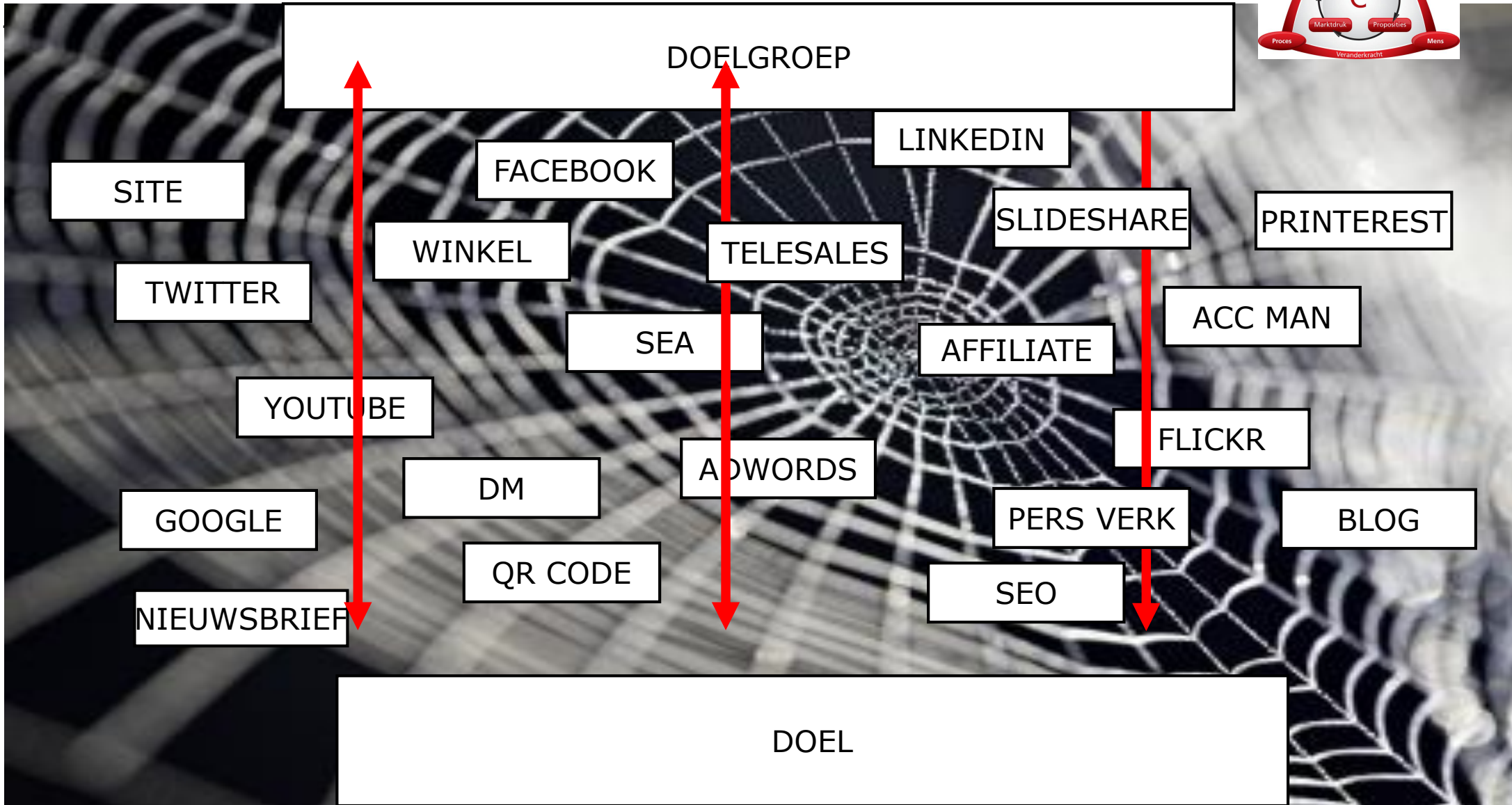
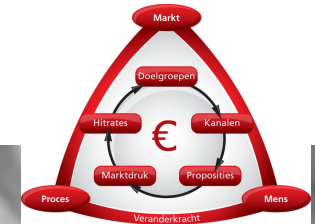


- Gegeven uw doelgroep, welke kanalen gaat u inzetten en met welke intensiteit, maar ook met welk doel.
- Is de inzet afgestemd op het koop en oriëntatie proces
- Hebben we de kosten per kanaal scherp
- Stemmen we onze boodschap / aanbod af op gekozen kanaal



SOCIAL SELLING 6 STAPPENPLAN

Kanalen – stap 3



SOCIAL SELLING 6 STAPPENPLAN

Propositie – stap 4



- We weten nu met welk doel, we wie, via welk kanaal willen bereiken.
- Definieer aansluitend met hoe je gaat luisteren naar je markt en met welke boodschap je de markt gaat betreden.
- Kortom wie wil je zijn en wat wil je betekenen voor je prospects
- Hoe hecht je prospects aan je

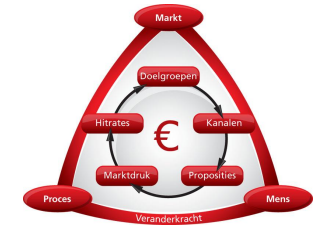


SOCIAL SELLING 6 STAPPENPLAN

Propositie – stap 4



**Wees
zichtbaar**



SOCIAL SELLING 6 STAPPENPLAN

Propositie – stap 4

- Hints over evaluatie van producten of service
- Waar ben jij op zoek naar voor jouw klant?
- Dialoog tussen concurrenten en hun klanten
- Personeelsveranderingen



SOCIAL SELLING 6 STAPPENPLAN

Marktdruk – stap 5



- Welke en hoeveel marktdruk legt u
- A / B testing
- Afstemming sales en marketing

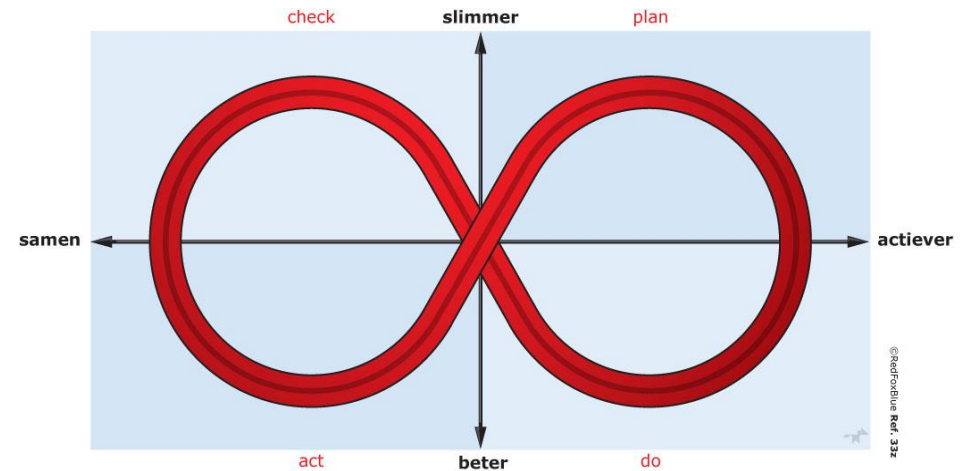




SOCIAL SELLING 6 STAPPENPLAN

Hitrates – stap 6

- Inzicht hebben in de ratio's en opbrengsten van uw online sales inspanningen is het startpunt. Aansluitend weten aan welke knoppen te draaien om tot betere resultaten te komen.
- Meten = weten >> wat moeten we meten
- Gebruik tools om je ratio's te meten en zo te verbeteren



SOCIAL SELLING 6 STAPPENPLAN

Opbouw



1. Doelstellingen:

- wat wilt u bereiken

2. Doelgroep:

- wie en waar is uw doelgroep

3. Kanaal:

- welke kanalen gaat u inzetten en met welke intensiteit

4. Propositie:

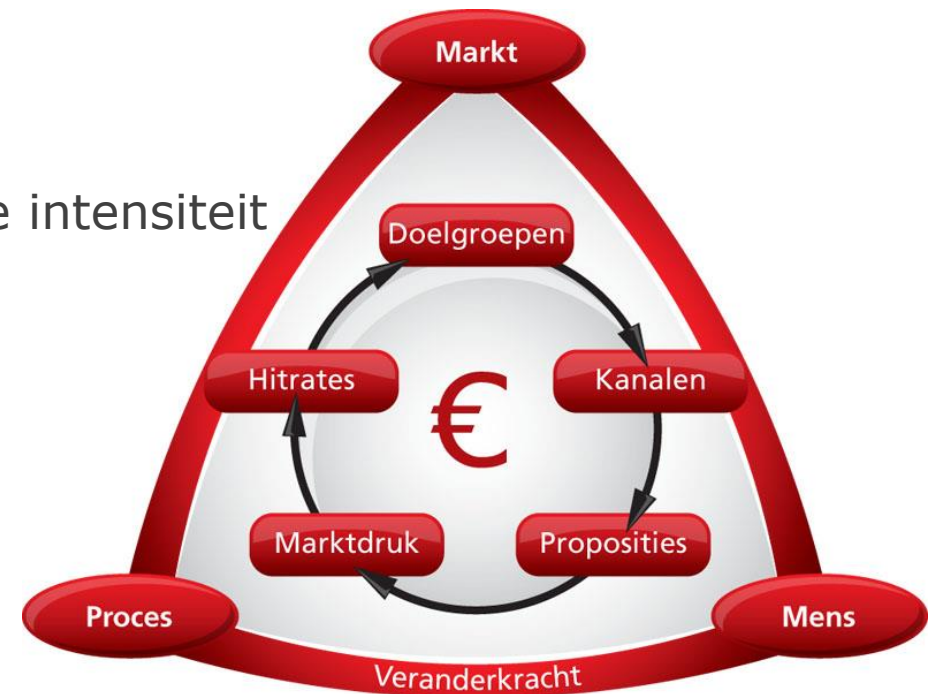
- luister naar en communiceer met je markt

5. Marktdruk:

- hoe breed het veld in

6. Hitrates:

- inzicht hebben in de ratio's verbeteringen



EXCUSES

Ja maar....

- Ik begrijp het niet
- Mijn klanten gebruiken dat niet
- Het is een hype
- Zo werkt dat niet bij ons
- Wat is de waarde ervan
- Het is te pusherig
- En zo nog veel meer.....



AGENDA

- Social media impact
- (Ver)Kopen verandert
- Social selling
- WLEFTSYP
- Social selling plan
- **Automation**
- Implementeren
- What to do tomorrow

TOOLS

Gemak dient de mens

- Maak gebruik van handige tools om je social media te beheren, plannen, checken, meerdere accounts tegelijk, etc

- www.hootsuite.com
- www.tweetdeck.com
- www.marketo.com
- www.hubspot.com
- www.sproutsocial.com
- etc



AGENDA

- Social media impact
- (Ver)Kopen verandert
- Social selling
- WLEFTSYP
- Social selling plan
- Automation
- **Implementeren**
- What to do tomorrow

IMPLEMENTEREN

Even volhouden

1. Empower je organisatie
2. Breek silo's af
3. Omschrijf digitale customer journey
4. Beschrijf verantwoordelijkheden in klantcontact gedurende salescyclus
5. Stel contentplan / bewerkingsplan op
6. Maak socialselling onderdeel salesplan
7. Betrek ICT en integreer technologie

Lees artikel 7 stappen naar succes in social selling (Salesmanagement sept 2013)

SALESMANAGEMENT | SEPTEMBER 2013

SOCIAL SELLING

7 stappen naar succes in social selling

CONFERENTIES, ARTIKELN, E-MAILMARKETING... OP ALLERLEI MANIEREN WORDT VERKONDIGD HOE SALES KAN EXCELLEREN DOOR HET GEBRUIK VAN SOCIAL MEDIA. ZO MOET HET DOIT OOK MET DE TELEFOON ZIJN GEGAAN: EEN GEWELDIGE TOOL, DIE DE WERELD VAN SALES ZOU VERANDEREN, MAAR HOE IMPLEMENTEERT U SOCIAL SELLING SUCCESVOL BINNEN UW SALESORGANISATIE? VOLG HET 7-STAPPENPLAN.

Tekst: **ROBERT HYLKEMA** en **ROBERT HAMMINGA**

De telefoon is pas succesvol toegepast toen directies van bedrijven overtuigd waren van het nut ervan. Directies stelden telefoons ter beschikking aan sales, en trainingen ondersteunden sales bij de inzet van dit nieuwe medium. Ze hielden ook de bottleneck van zaken van social media en sales. Directies en 'soldaats' zijn niet altijd overtuigd van nieuwe mogelijkheden en passen sales als ruppelgaps, techniektestbeddingen/ en trainingen niet aan. Het antwoord op de vraag 'Hoe weet ik dat ik de juiste keuze heb gemaakt?' wordt nog altijd gezien als de maatstaf van succesvolle sales. In dit artikel reken we een framework aan om tot een succesvolle implementatie van social selling te komen, gericht op de organisatie als geheel en niet zónder op wat een individuele verkoper kan doen.

HET BELANG
De effecten van social media op ons dagelijkse leven zijn legio. Project X in Haren gaf het grote publiek op een negatieve manier een voorbeeld van social media kan zijn. Maar om het belang van social op B2B-verkoop simpel te onderstrepen, geven wij een paar cijfers:

- Aberdeen Research stelt dat 79% van de salesorganisaties die social media gebruikt hun target haakt, versus 49% die social media niet inzet;
- Onderzoek van Sirius Decisions geeft aan dat 69% van het verkoopproces doorlopen is, voordat sales direct contact heeft met de klant;
- IBM-onderzoek geeft aan dat bij 70% van de B2B-aankoopbeslissingen gebruik gemaakt wordt van social media.

Organisaties kunnen in het salesproces dus niet om social selling heen. Een integrale aanpak is noodzakelijk voor een succesvolle implementatie. Organisaties die snel inspelen op de mogelijkheden van social media kunnen een concurrentievoordels behalen.

DE COMPLEXITEIT
Wat de klant al jaren wil, is dat er naar hem geluisterd wordt en dat zijn behoeften – latest of niet – wordt ingevuld. Sales wilt graag efficiënt met zijn beperkte tijd omgaan en bij de juiste klanten de kansen invullen. Dat dit niet altijd lukt, blijkt uit onderzoek van McKinsey. Hierin geven klanten de volgende voornaamste redenen aan om af te haken in het salesproces: het ontbreken van productkennis bij de verkoper en het hebben van te veel contact, en dan ook nog eens op een te agressieve wijze. Door de komst van social media is de complexiteit van de sales toegenomen. De hoeveelheid informatie die de klant tot zijn beschikking heeft, is enorm. Ook kan de klant de waarheid van elke bewering van de verkoper direct via social media en communities nakijken op juistheid. Het gebeurt vaak dat de klant al meer weet van het product dan de salespersoneel zelf. De klant weet hoe het product zich verhoudt tot de concurrentie. De klant kan zelfs al prijsinformatie via communities hebben gekregen.

Social selling is kort gezegd een nieuwe manier om sales productiever te maken door social media te gebruiken om:

- beter naar de klant te luisteren;
- op een beter moment met de klant in contact te komen;
- via de juiste methode met de klant in contact te komen;
- met een betere boodschap naar de klant te gaan.



Figuur 1. De salescyclus

AGENDA

- Social media impact
- (Ver)Kopen verandert
- Social selling
- WLEFTSYP
- Social selling plan
- Automation
- Implementeren
- **What to do tomorrow**

WHAT TO DO TOMORROW

- Dingen om te onthouden
 - De klant is in control
 - Het koopproces van klanten is voor een (groot) deel online
 - Je klant is sociaal

- Dingen om over na te denken
 - Begrijp de buying journey van de klant
 - Stop met schreeuwen, start met engaging
 - Implement een social selling strategie

- Starten is simpel, volhouden is lastig
- LinkedIn morgen en ik mail je presentatie en artikel



REDFOXBLUE

RedFoxBlue ondersteunt bedrijven en personen bij fundamentele verandering naar blijvend verkoopsucces met als resultaat meer omzet tegen lagere verkoopkosten. Wij zijn een advies en implementatie organisatie die zich richt op het doorgronden en oplossen van commerciële vraagstukken op het snijvlak van sales, change en leiderschap. Dit doen we sinds 2001 met 21 partners en bij meer dan 500 klanten.





DANK!