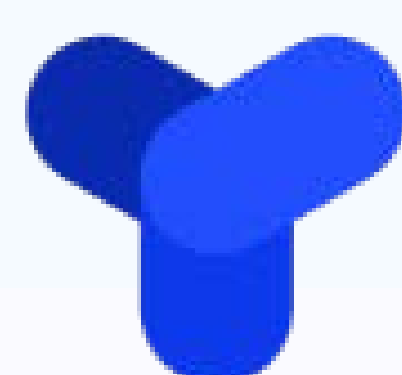
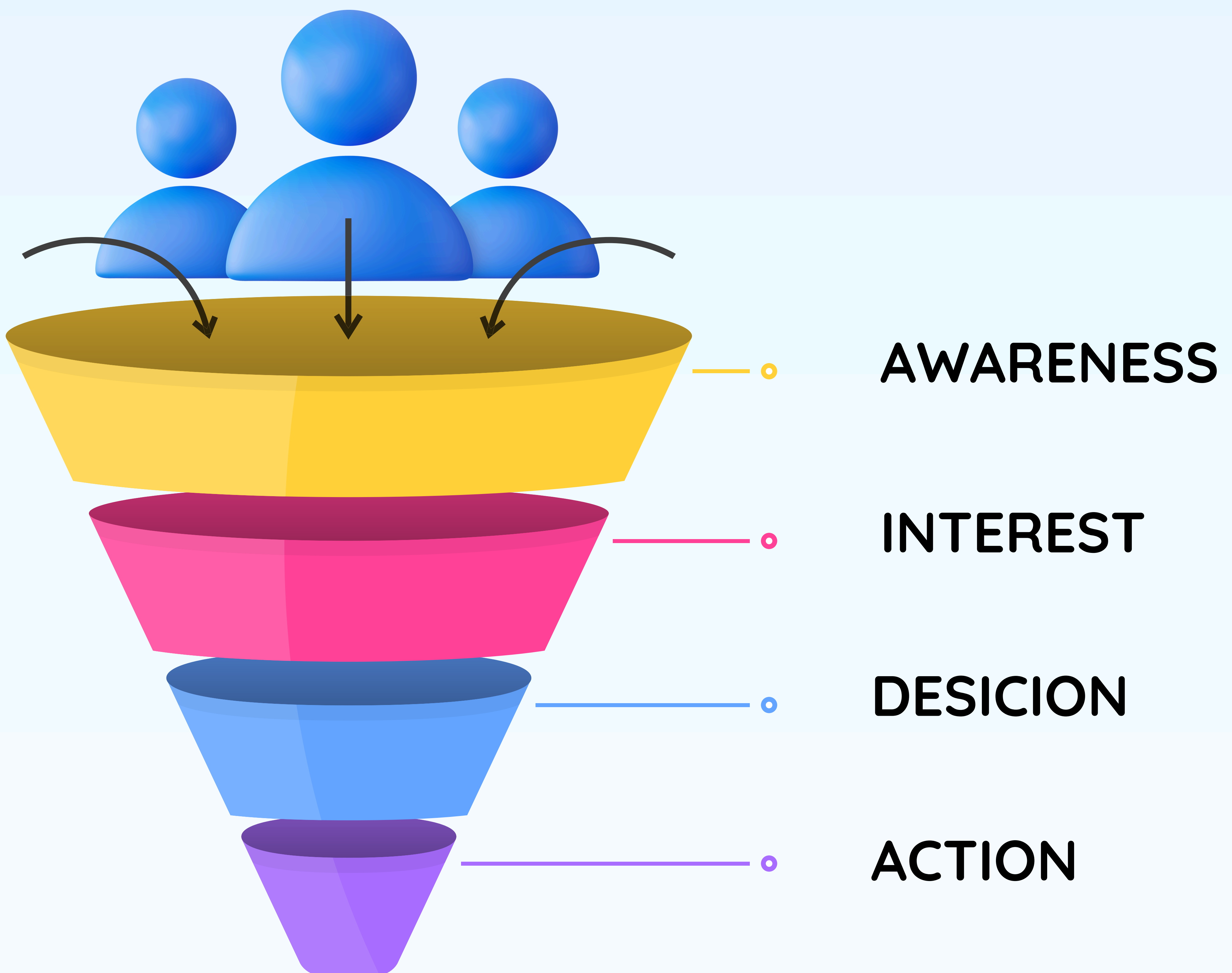


Chat Selling

Worksheet

Descubre como lanzar una campaña efectiva de generación de leads por LinkedIn



CASTANET

CHAT SELLING WORKSHEET

GUARDA EL ARCHIVO EN TU DISPOSITIVO PARA PODERLO EDITAR

Instrucciones: Con esta plantilla, podrás crear una campaña de generación de leads de 30 días para LinkedIn. En las secciones en blanco a continuación, escribe tus respuestas o notas específicas a tus prospectos y objetivos únicos.

IDENTIFICA A TU AUDIENCIA

¿Con quién deseas interactuar? ¿Personas de nivel C-suite? ¿Maestros?
¿Propietarios de gimnasios? ¿Empleados de una gran empresa?

IDENTIFICA A TU MERCADO

¿Dónde vive tu audiencia? ¿En los EE. UU.? ¿California? ¿Los Ángeles? ¿Malibú?
Enumera todos los mercados en los que te gustaría enfocarte.

DEFINE TU (S) OBJETIVO (S)

¿Qué esperas lograr? ¿Agendar una cita programada? ¿Una compra en tu sitio web? ¿Que se suscriban a tu newsletter?

CHAT SELLING WORKSHEET

¿QUÉ ACCIÓN DESEAS QUE TUS LEADS REALICEN?

¿Quieres que hagan clic en un enlace de calendario para programar una cita?
¿Quieres que llamen a tu número de teléfono o quizás visiten tu sitio web?

LANZA TU CAMPAÑA

DÍA 1: VISITA EL PERFIL DE TU PROSPECTO

Día 1: Al ver el perfil de tus prospectos, tu nombre aparecerá en su lista de "personas que han visto tu perfil" en LinkedIn. Esto aumenta la probabilidad de que interactúen con los mensajes de seguimiento.

DÍA 2: ENVIAR INVITACIÓN A CONECTAR

Espera 1 día, y crea un mensaje de invitación con 300 caracteres o menos. NO VENDAS. Independientemente de tu objetivo final, tu primer mensaje solo debe ser una invitación para conectar.

***Ejemplo:** {firstName}, veo que compartimos algunos intereses en común. Sería un placer conectar contigo.*

Escribe tu propia versión aquí:

CHAT SELLING WORKSHEET

DÍA 3: ENVÍA UN MENSAJE DE INTRODUCCIÓN

Después de que tu prospecto haya aceptado tu invitación a conectar, dale contexto sobre quién eres y qué haces. Escribe de dos a tres frases junto con tu llamada a la acción preferida (por ejemplo, "agenda una cita conmigo" o "responde con un buen momento para hacer un seguimiento").

Ejemplo:

"¡Gracias por conectar, {firstName}!

Soy asesor de negocios aquí en {ciudad}, me encantaría ser de ayuda si lo necesitas. Tenemos varios directorios de {tipo de negocio} en tu área que podrían ser buenos prospectos para ti. Si estás interesado en conversar, agenda un tiempo en mi calendario aquí: {calendar.com/tu_enlace}.

- *{TU_NOMBRE}"*

Escribe tu propia versión aquí:

CHAT SELLING WORKSHEET

DÍA 4: VALIDA UNA HABILIDAD

LinkedIn permite a los usuarios "respaldar" las habilidades de sus conexiones de primer grado. Este es un gesto profesional que agrega credibilidad al perfil del destinatario. Después de recibir un respaldo, el prospecto recibirá una notificación informándole que lo has respaldado.

DÍA 5: MENSAJES DE SEGUIMIENTO

Ahora es el momento de llevar la conversación al siguiente nivel con algunos mensajes de seguimiento. Programa estos mensajes para que se envíen aproximadamente cada 5-7 días.

Se recomienda enviar un máximo de 5 mensajes. Los primeros deben compartir contenido relevante o recursos valiosos para el prospecto, como un white paper, un ebook o un enlace a tu blog. La clave es asegurarte, con base en tu investigación inicial, de que el contenido sea relevante para su rol y/o situación actual. Cuanto más útil y relevante sea tu contenido, mayor será la probabilidad de avanzar en la interacción, además de posicionarte como experto en la materia.

Después de esto, habrás establecido credibilidad y confianza, lo que te permitirá, en los últimos mensajes, solicitar una cita de negocios, enviar información sobre tus productos o compartir una promoción especial.

Ejemplo:

"{firstName}, retomando mi mensaje anterior. Me gustaría ser de ayuda si estás buscando un crecimiento profesional"

Aquí tienes una guía que desarrollé para la planificación de sucesión que ha ayudado a otros profesionales en su transición {enlace}

¡Espero que te sea útil!"

CHAT SELLING WORKSHEET

Escribe tu primer mensaje de seguimiento para compartir un recurso:

Escribe tu segundo mensaje de seguimiento para compartir un recurso:

Escribe tu tercer mensaje de seguimiento para compartir un recurso:

CHAT SELLING WORKSHEET

Escribe tu cuarto mensaje de seguimiento para solicitar una acción de negocio:

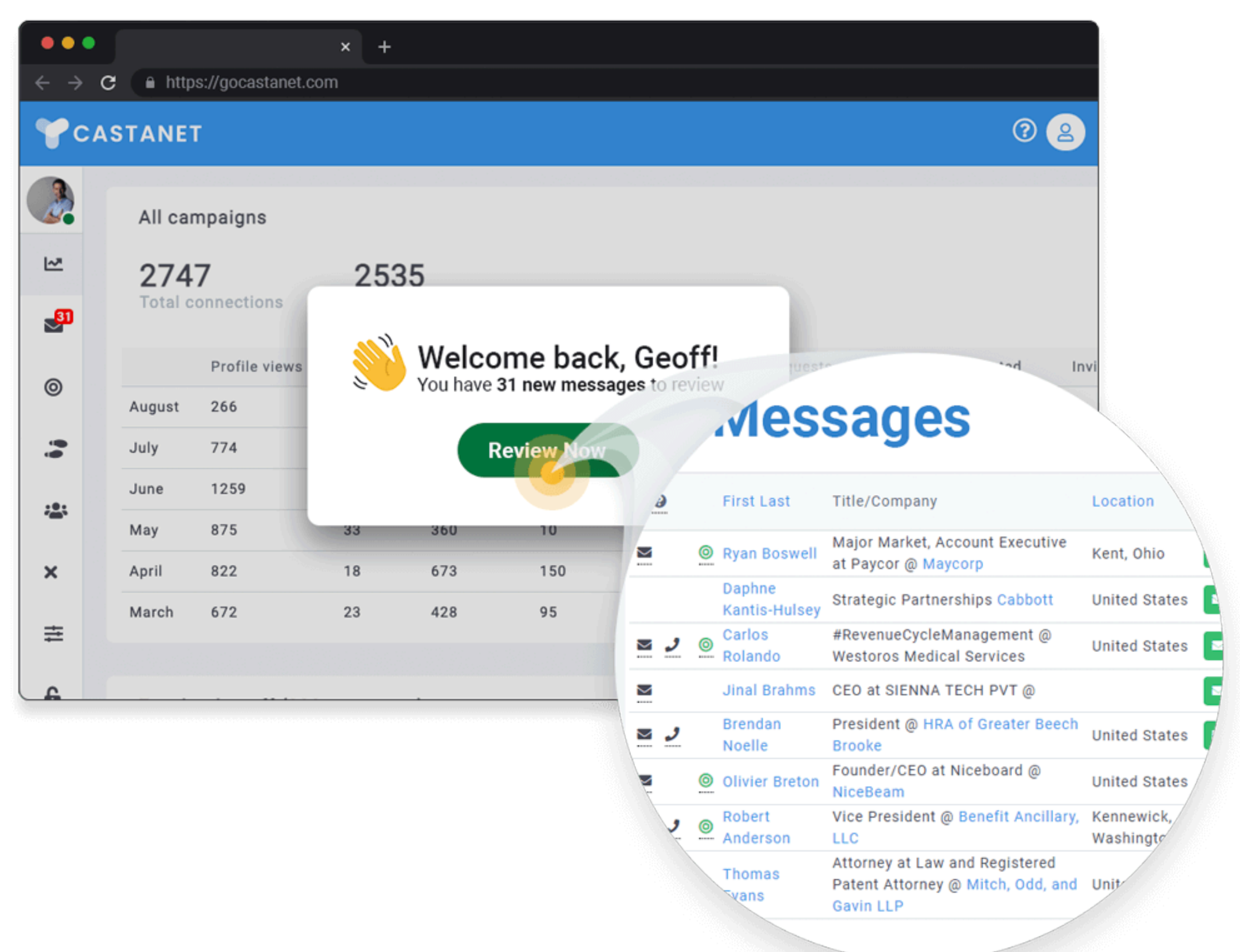
Escribe tu quinto mensaje de seguimiento para solicitar una acción de negocio:

Contenido patrocinado por



[Más información](#)

**PON TU LINKEDIN
EN PILOTO
AUTOMÁTICO Y
GENERA NUEVOS
LEADS B2B A GRAN
ESCALA**



CHAT SELLING WORKSHEET

DÍA 30: CIERRE DE LA CAMPAÑA

Si al concluir la secuencia de interacción tu prospecto no ha mostrado señales de interés, puede significar que, desde su perspectiva, no es un candidato ideal para tus servicios o que no es el momento indicado para entablar una relación de negocios. En este caso, puedes enviar un último mensaje de agradecimiento que deje la puerta abierta para retomar la conversación más adelante.

Ejemplo:

Hola {firstName},

Entiendo que ahora puede no ser la ocasión ideal para implementar una solución como {tu oferta}, pero si en el futuro resolver este desafío se convierte en una prioridad para tu negocio, o si conoces a alguien que esté buscando una solución similar, no dudes en hacérmelo saber. Estaré encantado de conversar nuevamente.

¡Mucho éxito en tus proyectos!

Saludos,

[Tu Nombre]

Escribe tu mensaje de cierre de campaña:

CONCLUSIÓN

LinkedIn es una herramienta poderosa cuando se usa de manera constante para interactuar y cultivar relaciones. Automatizar el proceso de generación de leads requiere una experiencia de interacción similar a la humana. LinkedIn no permite más de 400 solicitudes de conexión nuevas por mes y envía una advertencia si un usuario abusa del sistema e intenta conectar con demasiados usuarios demasiado rápido. Por esta razón, es importante espaciar el proceso a lo largo del tiempo y confiar en la configuración preestablecida de **CASTANET**.

A diferencia del correo electrónico, en LinkedIn es importante escribir mensajes cortos y directos, con una llamada a la acción clara y un tono casual y conversacional. La clave para maximizar la efectividad de la generación de leads es crear una serie de mensajes y acciones, o "Secuencias" como las llamamos, que te permitan destacarte y abrir un diálogo con tus nuevos prospectos.

