

Obsah

Úvod.....	9
1 Co je Social Selling a jak s ním začít	11
Co je Social Selling	11
Proč se Social Sellingu začít věnovat	13
Jak se Social Sellingem začít	14
2 Jak to celé funguje v každodenní praxi	15
5 základních kroků, které plní mou každodenní rutinu při práci se sociálními sítěmi dle Jirky Jambora	15
3 Jak proměnit svůj LinkedIn profil v prodejní nástroj	21
7 tipů, jak upravit svůj LinkedIn profil tak, aby prodával.....	21

4	Jak funguje LinkedIn algoritmus	29
	Jak funguje LinkedIn algoritmus	30
	Jak využít algoritmus ve svůj prospěch	32
	Použité zdroje	34
5	Aplikace, které vám pomohou pracovat s obsahem na sociálních sítích.....	35
	Nechte tu nejtěžší práci na Googlu	36
	Všechny zdroje přehledně a na jednom místě	37
	Když není čas článek dočíst	38
	Sociální multitasking a plánování příspěvků	38
6	Jak na LinkedIn psát atraktivní články.....	41
	Proč na LinkedIn publikovat vlastní články	42
	Jak psát atraktivní články na LinkedIn	42
	Jak získat dobrý dosah?	48
7	6 nástrojů, které vám pomohou vytěžit z kontaktů na LinkedIn maximum informací....	49
	Lusha	50
	Multi-highlight.....	50
	PeopleFinder.....	51
	Docsify	52
	Dux-Soup	52
	Propojení sociálních sítí s CRM systémy.....	53
8a	Jak efektivně vyhledávat nové kontakty na LinkedIn: Vyhledávání přímo pomocí LinkedIn	55
	Jednoduché vyhledávání.....	55
	Vyhledávání pomocí filtrů	56
	Vyhledávání pomocí klíčových slov.....	60
	Vyhledávání pro profíky: Boolean Search	61

8b Jak efektivně vyhledávat nové kontakty na LinkedIn: Využití externích aplikací.....	63
X-Ray	63
Vyhledávání pomocí profilové fotky (Picture Search)	65
Vyhledávání pomocí pluginů (Plugin Search)	65
9 5 základních chyb při oslovení kontaktů na sociálních sítích	67
Jak vypadá efektivní oslovení?	70
10 Jak na Twitteru pracovat se svým osobním profilem	73
Jak na Twitteru pracovat se svým profilem	74
11 Co a jak na Twitteru sdílet.....	77
Zdroje obsahu	77
Obsahová strategie	78
Struktura příspěvku	78
Kdy na Twitteru sdílet.....	79
12 Jak o sobě dát svým potenciálním klientům na Twitteru vědět	81
Jak o sobě dát své cílové skupině na Twitteru vědět....	81
Digitální nástroje, které vám pomohou s Twitterem efektivně pracovat.....	82
Jak svůj pokrok na Twitteru měřit	84
13 Hlavní role a fáze při implementaci Social Sellingu ve firmě	87
Základní role účastníků v rámci Social Sellingu	87
Jak vypadají jednotlivé fáze implementace Social Sellingu ve firmě?	89
Implementace pomocí Obchodního trychtýře	90

14 Firemní profily na LinkedIn (Company Pages) ...	95
Založení a optimalizace firemní stránky	96
Práce s firemním profilem	98
15 LinkedIn Sales Navigator.....	105
Kdy se vyplatí si Sales Navigator pořídit	106
Omezení neplaceného účtu	106
Hlavní výhody nástroje Sales Navigator	106
Slovo závěrem.....	113
16 Bonusový materiál	115
Které typy příspěvků mají na LinkedIn v průměru nejlepší dosah	116
Populární struktura příspěvků na LinkedIn	121
Jak se na LinkedIn počítá počet zhlédnutí u vašich příspěvků a článků	122
Přijmout, nebo nepřijmout každé pozvání na LinkedIn	123
Od cizince na sociálních sítích až po nového klienta pomocí Inbound marketing strategie	124
Vzory pro oslovení kontaktů přes osobní zprávy na LinkedIn	124
Social Selling Check-list.....	126
Závěr.....	127
Začalo to online blogem	127
Sociální sítě jako místo pro sdílení informací	128
Vlastní vize podnikání.....	128
Poděkování	129