

Scopri come ottenere il massimo da LinkedIn con Sales Navigator

Mira ai collegamenti ad alto
potenziale e crea in breve tempo
un rapporto di fiducia

Perché la mia azienda dovrebbe aver bisogno di Sales Navigator?



Di Alex Hisaka, Content Marketing Manager. LinkedIn Sales Solutions

I social media e l'ubiquità dei dati hanno cambiato drasticamente il modo in cui i prodotti e i servizi vengono acquistati e venduti. Siamo nell'era del social selling, in cui l'arte di catturare l'attenzione dei buyer esperti viene praticata online molto prima che la trattativa volga a termine.

LinkedIn ha aperto un mondo di possibilità per i team di vendita che si rivolgono ai buyer B2B che rifiutano le telefonate a freddo e si affidano ai social media per prendere le proprie decisioni di acquisto. Considera che:

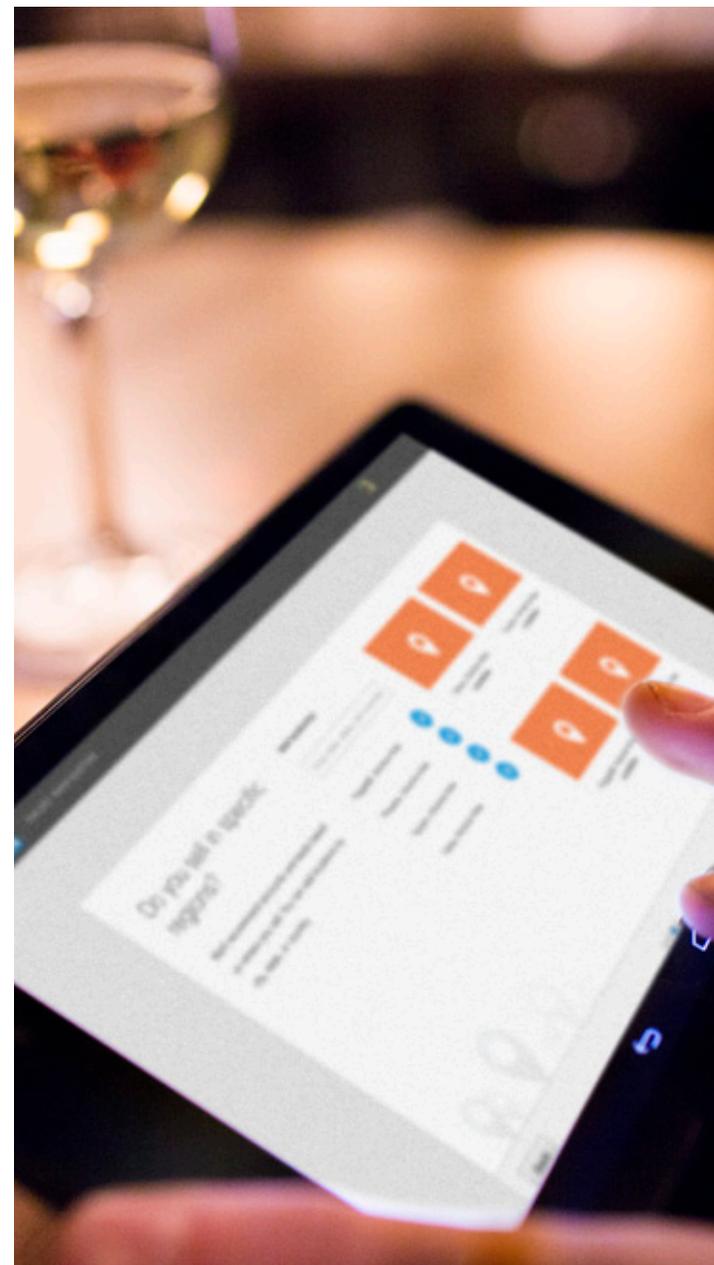
- Su LinkedIn ci sono 450 milioni di membri e due nuovi iscritti al secondo, quindi puoi trovare la persona o le persone giuste su cui concentrarti.
- Ci sono 2 miliardi di aggiornamenti alla settimana, quindi sai di cosa parlano e cosa fanno queste persone.
- LinkedIn è una piattaforma che ti permette di costruire delle relazioni con questi professionisti, così puoi scoprire collegamenti tra la tua azienda e il tuo account target e sfruttarli per presentarti al meglio.

Tuttavia, per attingere davvero al potenziale di LinkedIn, devi poterti concentrare esclusivamente sulle informazioni rilevanti per il tuo ruolo di vendita.

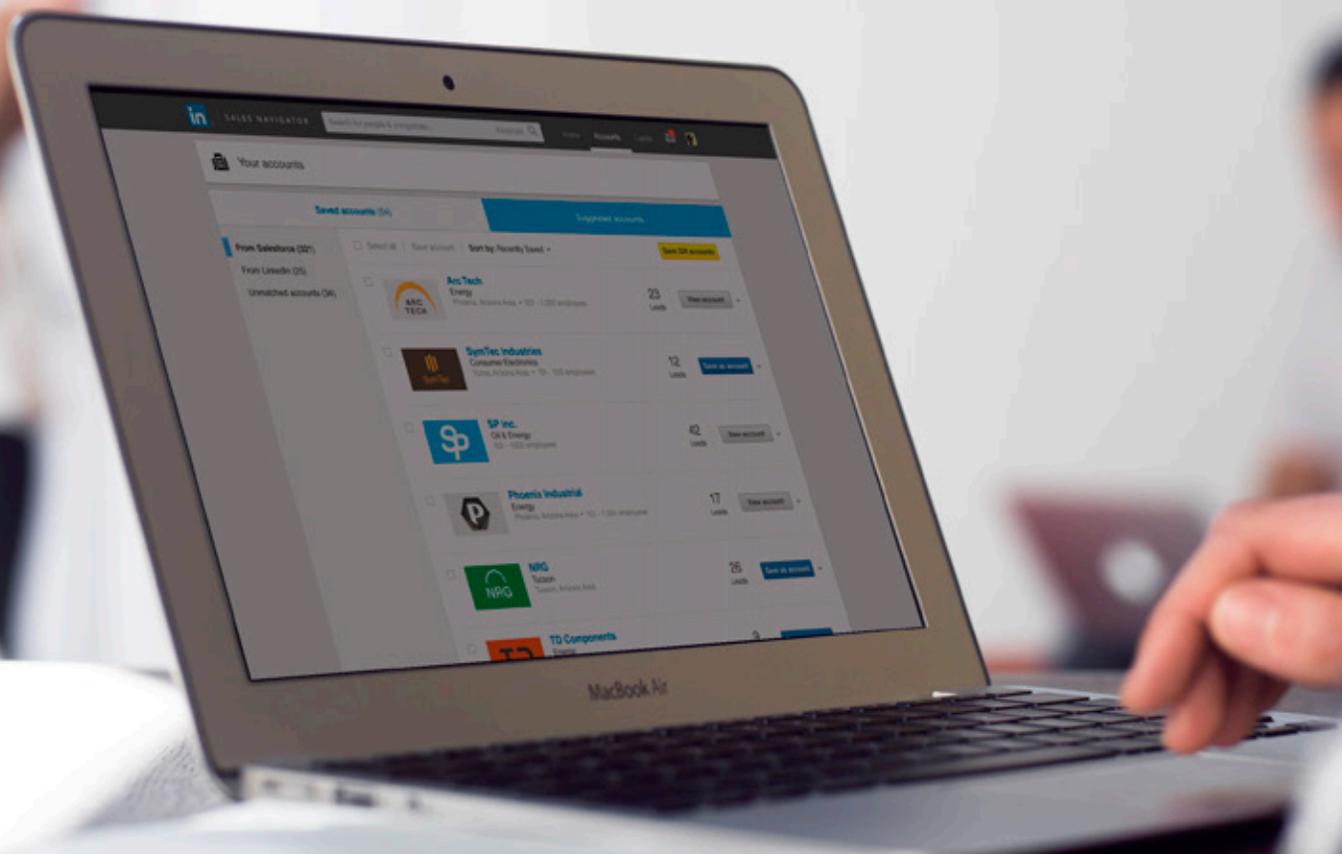
Progettato specificamente per i professionisti delle vendite, LinkedIn Sales Navigator combina i dati della rete di LinkedIn, fonti di notizie rilevanti e i tuoi account, lead e preferenze per aiutarti a entrare in contatto e a costruire rapporti professionali con i buyer che devi coinvolgere.

Ma cosa significa all'atto pratico? Questa guida è stata scritta pensando a te, ovvero al professionista del social selling. Include tutto ciò che devi sapere su Sales Navigator, partendo dal punto di vista degli esperti e degli utenti di LinkedIn, per aiutarti a rimanere concentrato, informato e credibile man mano che costruisci e rafforzi i tuoi rapporti professionali.

Iniziamo. Sei pronto?



Sales Navigator ti aiuta a trovare le persone giuste



Accorcia la strada verso il successo costruendo velocemente una pipeline di alta qualità



Di Devin Avilla, Enterprise Account Executive, LinkedIn Sales Solutions

I venditori sprecano tonnellate di tempo alla ricerca della persona giusta con cui parlare, sempre che riescano a trovarla. La maggior parte delle volte, non ce la fanno.

Come puoi essere sicuro di relazionarti con la persona giusta in modo da velocizzare la trattativa senza dover ripartire da zero? La risposta è Sales Navigator. Le sue funzionalità ti aiutano a trovare velocemente la persona giusta, così non sprechi tempo ed energie. Leggi quello che ha da dire Michael Russ, Upmarket District Manager presso ADP, Filadelfia (USA).

“Nelle vendite è estremamente difficile trovare i contatti giusti con cui avere conversazioni chiave” sostiene Russ, che gestisce i principali account. “Da quando ho iniziato a usare LinkedIn Sales Navigator, sono in grado di identificare le persone chiave presso gli account, riuscendo così a essere più strategico nella pianificazione territoriale. Non solo mi ha permesso di aumentare il numero di appuntamenti con i dirigenti, ma, poichè dialogo con le persone giuste, ho ridotto il tempo che è di solito necessario per chiudere la trattativa.”

Ecco come funziona:

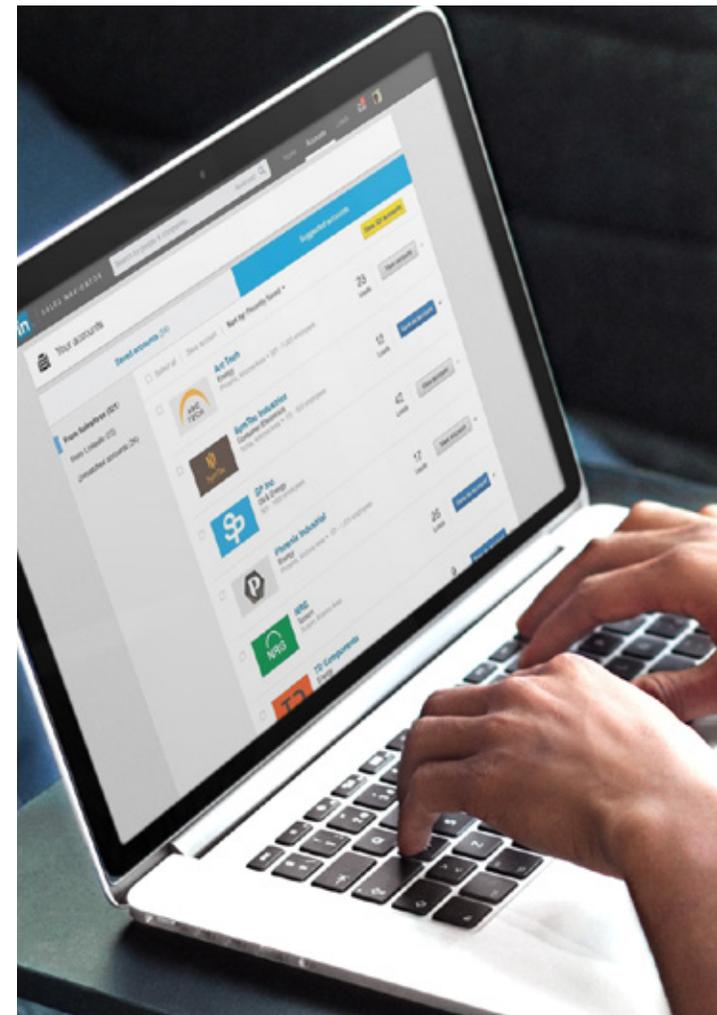
Gli utenti come Russ creano un elenco di aziende target usando la “Ricerca Premium” e, mentre lo

fanno, Sales Navigator impara dalle loro ricerche e inizia a perlustrare automaticamente i dati di LinkedIn per offrire suggerimenti di lead in linea con i criteri di ricerca.

Et voilà! Hanno semplicemente escluso i dati di LinkedIn non essenziali e si stanno costruendo una pipeline di qualità superiore, accelerando così il processo di vendita. Questo non è possibile usando semplicemente LinkedIn.

Come Russ, sempre più utenti di Sales Navigator parlano delle proprie esperienze e dei risultati che ottengono: è ormai evidente che i benefici a tutto tondo di Sales Navigator permettono ai venditori di essere molto efficienti e produttivi. Riduce al minimo la quantità di “calorie lavorative” necessarie per avere successo. È l'unica licenza di LinkedIn in grado di salvare account e lead e a inviarti informazioni preziose in modo proattivo.

Fondamentalmente, il modo in cui vendiamo non è cambiato: sono cambiati i dati che forniamo, in termini di accuratezza e qualità. Inoltre Sales Navigator può semplificare e automatizzare la selezione di questi dati permettendoti di identificare i lead migliori.



Best practice per identificare i lead di alta qualità

1. Usa i filtri di ricerca Premium basati su parametri personali o aziendali.

Puoi cercare in base a un gran numero di variabili, tra cui area geografica, settore e dimensioni dell'azienda e farti un'idea della portata di ciascuna opportunità filtrando per fatturato dell'azienda. Dopodiché, dai un'occhiata ai nomi negli account in cui hai un collegamento di 2° grado o una buona opportunità di essere presentato. Questo sarà il tuo elenco di aziende target.

Carica l'elenco in Lead Builder e filtralo ulteriormente per ruolo in modo da identificare i decision maker. Filtra per ruoli legati alle vendite a livello dirigenziale e allo sviluppo aziendale.

2. Leggi il profilo LinkedIn del lead a cui stai mirando per identificare le migliori opportunità di presentazione.

Usa la casella "In comune" sul profilo per vedere al volo cos'hai in comune con quel membro di LinkedIn. Per saperne di più sul potenziale cliente, esamina attentamente queste sezioni: Elementi seguiti, Gruppi ed Esperienze di volontariato e cause. Se dai un'occhiata alle conferme di competenze nella sezione Competenze ed esperienza, potrai farti un'idea di

ciò che i collegamenti di quel potenziale cliente pensano di lui. Usa queste informazioni per dare priorità ai rapporti che possono offrire buone prestazioni, così ottimizzerai il tuo tempo.

3. Usa le Segnalazioni di lead per ricevere in automatico consigli di lead sulla base di impostazioni e lead già salvati.

Puoi:

- Ricevere segnalazioni di lead preselezionati;
- Vedere decision maker e influencer simili presso le aziende consigliate;
- Fare in modo che le segnalazioni di nuovi lead arrivino direttamente nella tua casella di posta e siano accessibili su tutti i dispositivi connessi a Internet;
- Dare un'occhiata ai decision maker e agli influencer presso i tuoi account target che Navigator ti segnala in automatico e identificare nuovi potenziali lead; e
- Aprire il profilo del lead cliccando sul suo nome, o salvarlo nei Contatti per pensarci in un secondo momento.

“Sales Navigator mi ha trasformato in un manager che gestisce efficacemente opportunità e business con nuovi clienti. Ora posso assegnare tag a un nuovo contatto e interagire con lui nel tempo, e cosa più importante per me... non me ne dimentico. Posso persino visualizzare i contatti per cliente e dedicare il mio tempo in base alle priorità assegnate.”



– Randy Both,
Client Partner,
Filter Digital

Casi di successo: Hyland Software, autore di OnBase

Di Mike Cachat, New Business Development Developer, Settore assicurativo, Hyland Software

Prima facevamo tantissime telefonate a freddo, campagne email e di marketing per creare nuovo business.

Il problema era che le persone che avrebbero potuto aiutarci ad aumentare le vendite erano irraggiungibili o sommersi da richieste simili da parte di venditori altrettanto simili. Ci siamo accorti che era ora di adottare una nuova strategia che ci differenziasse. Sales Navigator è quella strategia e si è rivelata di grande successo.

Una delle sfide di Hyland consiste nel fatto che OnBase è un prodotto relativamente a se stante e di nicchia nel panorama dell'ECM (Enterprise Content Management) nel settore assicurativo. Ci stiamo contrapponendo a una manciata di grandi aziende specializzate nella vendita di piattaforme, quindi è stato difficile costruire dei rapporti laddove gli operatori non avevano mai sentito parlare di OneBase o non avevano avuto contatti con Hyland.

Nel frattempo, il comportamento dei buyer è cambiato: invece di lasciare tutto il peso delle decisioni sulle spalle di un unico dirigente, hanno iniziato ad allocare gran parte del processo di acquisto a project team composti da sei/otto persone. Lavorare con un intero project team offre una prospettiva a 360° degli obiettivi dell'azienda, ma, senza conoscere ogni singola persona e quale potrebbe essere il comportamento d'acquisto di ognuno di loro, è pressoché impossibile presentare in modo efficiente la nostra soluzione al gruppo. Con Navigator, il

nostro team ha potuto svolgere la ricerca necessaria in modo accurato, permettendoci così di concentrarci su ciò che ci differenzia e di comunicarlo in modo convincente.

Sales Navigator ci ha aiutato ad affrontare le sfide, ha ridotto i nostri cicli di vendita, ha contribuito alla chiusura di affari e ha creato la nostra eccellente pipeline. Ci ha fornito un canale diretto con i potenziali clienti, permettendoci di convogliare le informazioni utili a illustrare ciò che rende OneBase la scelta migliore per l'ECM.

La ricerca avanzata con Lead Builder è una delle mie funzionalità preferite. Posso fare velocemente ricerche granulari per trovare la persona giusta, senza dover cercare personalmente sul Web, nei report o per altre vie. Anche i messaggi InMail si sono rivelati uno strumento eccezionale. Il loro tasso di apertura è nettamente superiore a quello delle email standard e i potenziali clienti si sentono più a loro agio a rispondere ai messaggi InMail.

Per noi, Sales Navigator è un modo più professionale di contattare i nostri potenziali clienti. Invece di inviare lo stesso tipo di email che inonda le caselle di tutti, con Sales Navigator abbiamo un canale più diretto e il messaggio fa molta più presa. Stiamo inviando messaggi mirati, raggiungendo persone prima irraggiungibili e concentrandoci sulle opportunità migliori per aiutare Hyland a continuare a crescere.

Contributi strategici di Sales Navigator

Riduzione dei cicli di vendita

30%
al
60%



31%
degli affari
chiusi



40%
al
60%

pipeline più qualificata



Sales Navigator ti informa
dei cambiamenti chiave
presso gli account target

Gli avvisi mettono in luce lead e opportunità da cogliere al volo



Di Andrew Kellam, Enterprise Account Executive per LinkedIn Sales Solutions

Il coinvolgimento del social selling si basa su informazioni e fiducia, due concetti che vanno a braccetto. Le informazioni creano fiducia, ma per essere ritenute affidabili, devono essere incentrate sui buyer e indirizzate alla persona giusta.

Anche la tempistica può generare fiducia e aprire delle porte. Se fornisci dei contenuti personalizzati proprio quando il collegamento ne ha più bisogno, puoi potenzialmente raddoppiarne il valore percepito.

Sales Navigator ti avvisa automaticamente quando si verifica un evento che offre uno spunto presso uno dei tuoi account chiave. A volte quello spunto è un cambiamento nella vita personale o professionale del contatto, o un cambiamento legato all'azienda, che porta alla luce un nuovo e più fruttuoso collegamento. E può anche rivelarsi un'opportunità eccezionale, come ha imparato Gordon Jen di AgilOne, utente Sales Navigator.

“Senza LinkedIn Sales Navigator, non saremmo mai riusciti ad aggiudicarci French Connection come cliente” racconta Jen. “All’inizio ho scovato alcuni membri del loro team Marketing e eCommerce usando il tradizionale LinkedIn Premium, ma non riuscivo a verificare l’effettivo potenziale dei miei collegamenti per avere una presentazione migliore.”

“Con LinkedIn Sales Navigator, ho ricevuto l’aggiornamento relativo a un nuovo Direttore eCommerce. Me lo sarei perso se non avessi salvato e seguito l’azienda. LinkedIn Sales Navigator mi ha avvisato automaticamente della nuova assunzione e sono riuscito a fissare un appuntamento con quella persona.”

Il nuovo contatto di Jen rimandava al suo team IT, e Jen ha anche contattato i membri del team di marketing dell’azienda che aveva salvato come lead prima dell’aggiornamento. Dopo un breve periodo dimostrativo, Jen ha fatto una proposta e ha chiuso l’affare in soli 67 giorni.

“Senza Sales Navigator saremmo arrivati in ritardo sulla chiusura del budget e non avremmo potuto partecipare alla gara d’appalto. Navigator è lo strumento di vendita più potente che il nostro team abbia mai usato.”

Come dimostra la storia di Jen, Sales Navigator permette ai rappresentanti commerciali di personalizzare le conversazioni in ambiti non limitati a un settore, un ruolo o un’azienda, ma portandole al livello del buyer, là dove è più facile fare breccia tra la concorrenza e coinvolgere con contenuti mirati.

Pensaci un attimo. Se le altre decine di venditori che cercano di aggiudicarsi l’attenzione di un buyer stanno usando messaggi non personalizzati in

base alle circostanze di quella persona in quel dato momento, ma tu lo stai facendo, quale messaggio pensi che catturerebbe l’attenzione del buyer?

LinkedIn è sempre stata una grande miniera di informazioni dettagliate sui buyer. Sales Navigator rende quelle informazioni preziose grazie a strumenti automatici, come gli avvisi sugli account, che permettono ai venditori di trovare in modo più efficiente i buyer che hanno un’esigenza che loro possono soddisfare.



Best practice per rimanere in contatto con gli account chiave

1. Salva i lead per ricevere avvisi dei cambiamenti che riflettono una nuova esigenza o opportunità.

Ecco alcuni segnali di acquisto frequenti:

- Domande su argomenti relativi al settore
- Critiche alla soluzione di un concorrente
- Cambi di lavoro

2. Usa il widget CRM.

Unisce la potenza di due soluzioni. Sales Navigator è compatibile con molti dei sistemi CRM più usati, tra cui Salesforce e Microsoft Dynamics.

Le informazioni di contatto e sugli account possono essere trasferite facilmente dai sistemi CRM in Sales Navigator. L'integrazione dei dati è comunque a doppio senso, quindi anche da Sales Navigator ai sistemi CRM. Gli utenti di Salesforce, per esempio,

possono visualizzare le informazioni e le funzionalità di LinkedIn, come i messaggi LinkedIn e i messaggi InMail, dal sistema CRM. Questa integrazione ti permette di costruire rapporti usando contatti CRM pre-esistenti, sfruttando nel contempo la rete e le funzionalità di LinkedIn.

Grazie alla sincronizzazione quotidiana automatica, i dati sono sempre aggiornati senza che tu debba fare nulla.

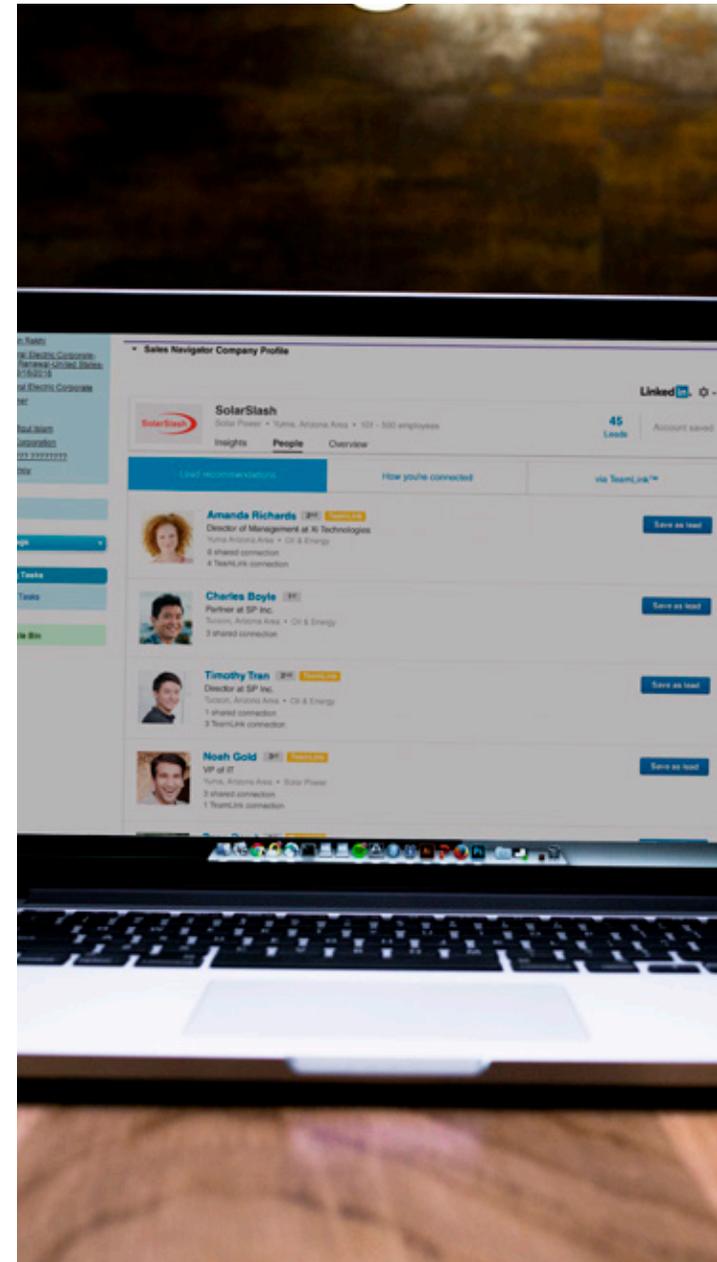
3. Spazia oltre la tua rete.

La possibilità di sbloccare i profili esterni alla rete può aiutarti a scoprire possibilità di business nascoste. Grazie a questa funzionalità, potrai accedere a 350 milioni di profili di membri LinkedIn, anche di chi non fa parte della tua rete. Gli utenti possono sbloccare i profili dai risultati di ricerca per visualizzare eventuali potenziali clienti oltre i collegamenti di 3° grado.



“Grazie a Sales Navigator, il mio team ha potuto sfruttare le vaste reti dei nostri dipendenti per entrare in contatto con clienti potenziali e attuali, riducendo così i cicli di vendita di ben un terzo! Indispensabile.”

— Bridget Gleason, VP of Sales, Yesware



Casi di successo: JLL

Di David Reynolds, National Director, JLL

Ho sempre usato LinkedIn per il mio lavoro di consulenza, poi ho scoperto che Sales Navigator accresce ulteriormente il valore di LinkedIn. Ti permette di scovare molte più informazioni sui potenziali buyer rispetto a un account LinkedIn Basic.

Quando so più cose sulle persone a cui voglio mirare, mi posso presentare in modo più informato. Sembra che abbia fatto chissà quanto lavoro.

Posso dare un'occhiata ai profili dei miei contatti e alla loro attività per capire come si posizionano rispetto all'azienda, e scoprire anche qualcosina in più sulla loro vita privata. Apprezzo il fatto che le informazioni siano limitate ai soli dati caricati dagli utenti, ma posso usarle in modo congiunto. Per esempio, quando incontro una nuova persona, posso citare il fatto che conosco realmente qualcuno che conosce anche lui o lei.

Di recente, mi ero tenuto in contatto con un dipendente di Second London Wall, una società di gestione immobiliare. Era sparito all'estero per seguire dei progetti negli Stati Uniti e non ho più saputo niente di lui per un po'.

Poi ho visto la modifica sul suo profilo: era tornato nel Regno Unito. Prima di contattarlo, ho aperto Sales Navigator per scoprire qualcosa in più su di lui e sull'azienda per cui lavorava, e viene fuori che stava lavorando per Dalian Wanda Group. Ho scoperto anche che stava cercando di aggiudicarsi

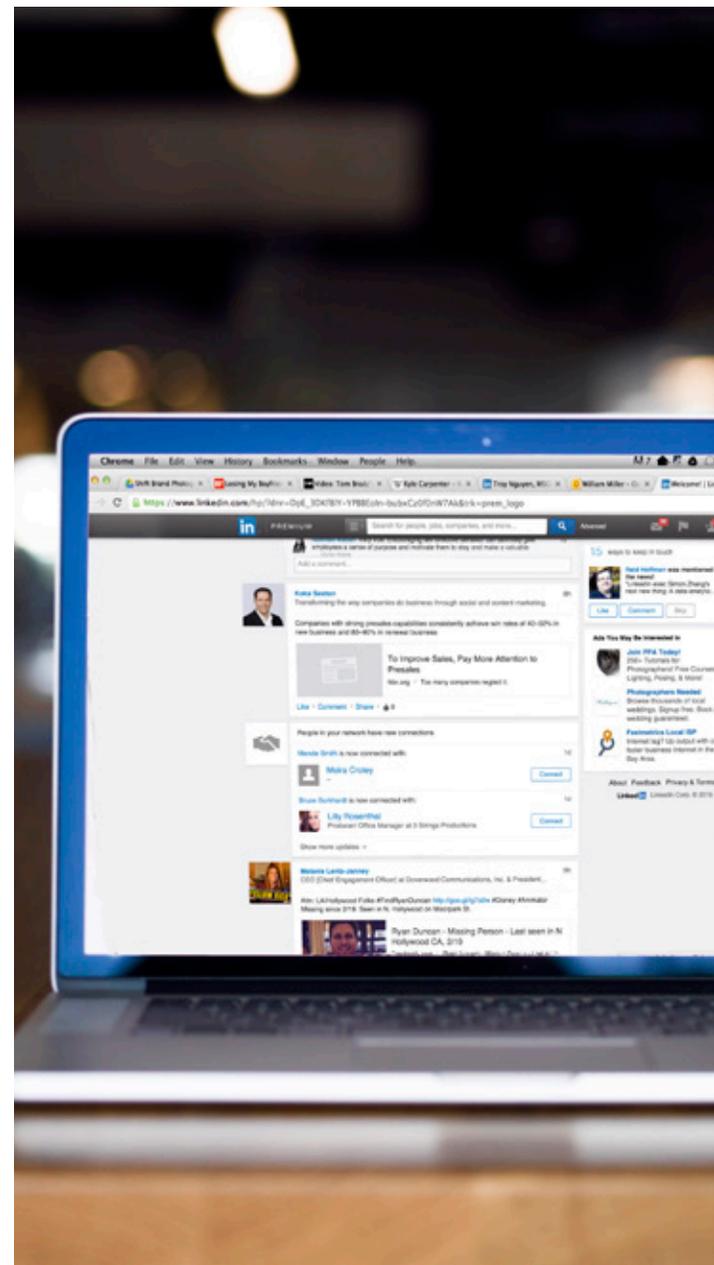
una compravendita nel Regno Unito. L'ho contattato tramite Sales Navigator semplicemente scrivendogli "È da tanto che non ci vediamo. Che ne dici di un caffè? Come posso aiutarti?".

Sales Navigator mi ha dato l'opportunità di capire cosa volesse in termini di aspirazioni di crescita professionale. E io ho potuto aggiornarlo sulle mie novità. Grazie a questo "contatto ritrovato", sono riuscito a ottenere informazioni chiave sulle attività immobiliari di Wanda Group nel Regno Unito.

Quello che ho imparato? Anche se per un po' di tempo non sei più in contatto con qualcuno su LinkedIn, non bisogna essere timidi e dare per scontato che sia da scartare. Non c'è niente di male nello scrivere due righe del tipo: "Scusa, è passato del tempo. Che cosa combini di bello? Racconta." Poi usa Sales Navigator per scoprire qualcosa in più su quel contatto e rendere il vostro "ri-incontro" proficuo per entrambi.

Contributi strategici di Sales Navigator

- Più informazioni sui contatti rispetto a un account LinkedIn Basic
- Massimo ritorno sui collegamenti di lunga data
- Possibilità di ottenere informazioni chiave su nuove opportunità



Sales Navigator è considerato affidabile dai tuoi clienti potenziali e attuali



Se usi un nome affidabile, sarà più facile instaurare rapporti buyer-venditore migliori



Di Joan Foley, Head Of Enterprise Sales West, LinkedIn Sales Solutions

Oggi come oggi, i venditori B2B devono comunicare attraverso un brand che sia sinonimo di qualità e che abbia la fama di non abusare delle informazioni dei membri o di non lasciare

che vengano usate in modo scorretto. Con l'evolversi del rapporto buyer-venditore, nessuna delle parti vuole doversi preoccupare della sicurezza dei propri dati o di qualsiasi altra cosa possa fare o dire online.

Quasi 3,5 milioni di professionisti conoscono, usano e ritengono LinkedIn affidabile. Sales Navigator porta quella fiducia a un livello superiore, estendendo il ruolo di LinkedIn a partner aziendale onnipresente per i professionisti delle vendite. Sales Navigator offre ai venditori tutte le informazioni che stanno cercando cercando sui loro potenziali clienti. Poi archivia questi dati e qualsiasi altra nuova informazione condivisa nel tempo dai potenziali clienti, come persona o account target.

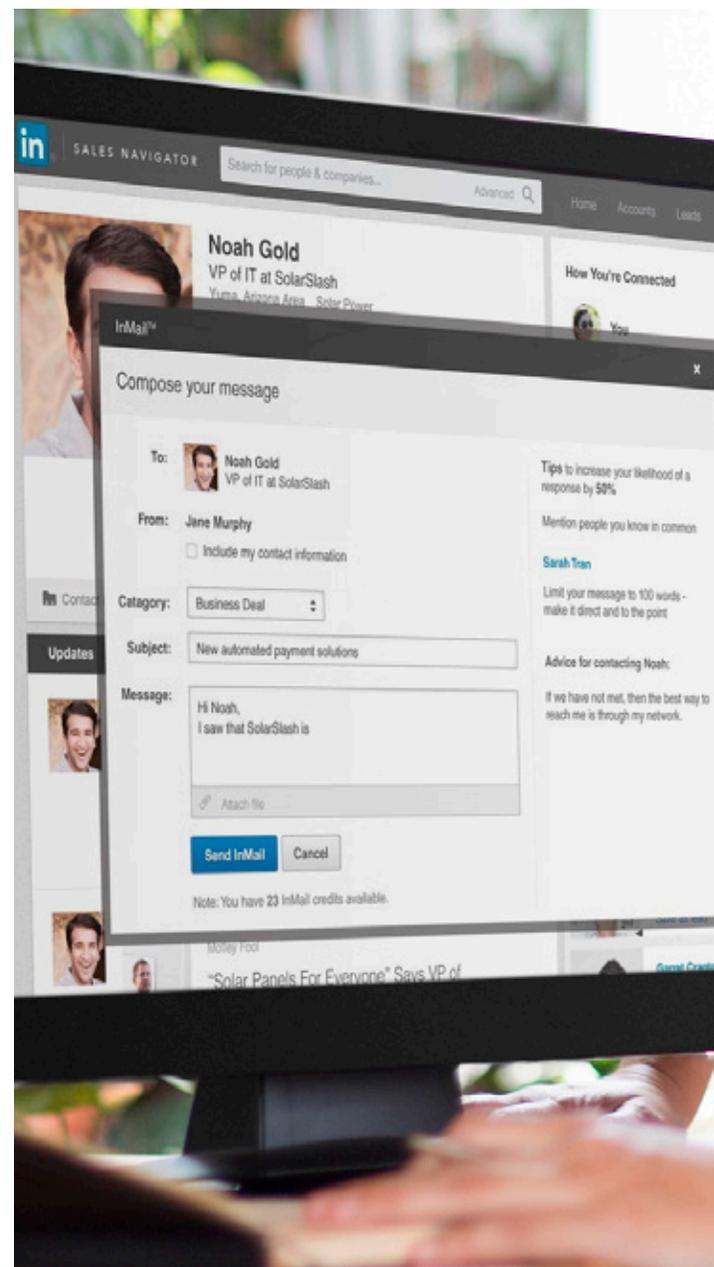
Sales Navigator è una sorta di tempestivo informatore privato sui tuoi account target. È come avere un assistente personale che raccoglie informazioni tutti i giorni per tutto il giorno su ogni singolo account e lead che vuoi seguire, senza dover assumere una persona che lo faccia. E per avere tutte queste informazioni, non è necessario

che tu sia collegato ai tuoi potenziali clienti. È l'unica licenza LinkedIn che ti offre questo tipo di informazioni sotto forma di lead e account salvati e te le serve su una piattaforma pensata esclusivamente per i venditori.

“LinkedIn Sales Navigator mi aiuta ad aprire quelle porte che sarebbero altrimenti difficili da trovare sul mio territorio” racconta David Maybaum di Symantec. “Essendo un account manager nell'ultra disciplinato settore della salute, a volte trovare la persona giusta con cui parlare delle nostre soluzioni è tanto difficile quando trovare il medico specializzato giusto a cui affidarsi.”

“Alla base di Sales Navigator c'è l'affidabilità di LinkedIn, che può rivelarsi destralmente utile per ispirare fiducia durante la fase iniziale di un rapporto buyer-venditore. Non offre soltanto un nome affidabile, ma anche la possibilità di accedere facilmente a informazioni chiave, come il background e gli interessi professionali della persona che stai per contattare” aggiunge Maybaum.

Maybaum lo riassume così: “LinkedIn Sales Navigator riflette un raggio di luce tra la nebbia, così posso entrare in contatto con la persona giusta facilmente e velocemente e chiudere l'affare con più celerità.”



Best practice: Come usare Sales Navigator per creare un rapporto di fiducia

1. Crea un profilo Premium.

Un profilo completo è essenziale per creare rapporti di fiducia, perché è la prima impressione digitale di te. Il profilo Premium di Sales Navigator offre più opzioni di personalizzazione rispetto a un account LinkedIn Basic. Aggiungi contenuti inerenti la tua esperienza e i tuoi successi e continua ad arricchire il profilo pubblicando di volta in volta nuovi traguardi e progetti di successo.

Aggiorna spesso il tuo profilo, perché le informazioni obsolete minano l'affidabilità.

2. Usa TeamLink per trovare utili collegamenti attraverso i tuoi colleghi.

A volte basta una piccola svolta, un piccolo aiuto che ti mette di fronte alla persona giusta. La funzionalità TeamLink di Sales Navigator può essere quell'aiuto, sfruttando la credibilità del collegamento di un'altra persona. Un collega o un membro del team può sfruttare un proprio collegamento per farsi presentare.

E poiché il collegamento avverrà su Sales Navigator, sarà avvalorato dall'affidabilità del brand LinkedIn.

3. Usa i messaggi InMail per non passare inosservato.

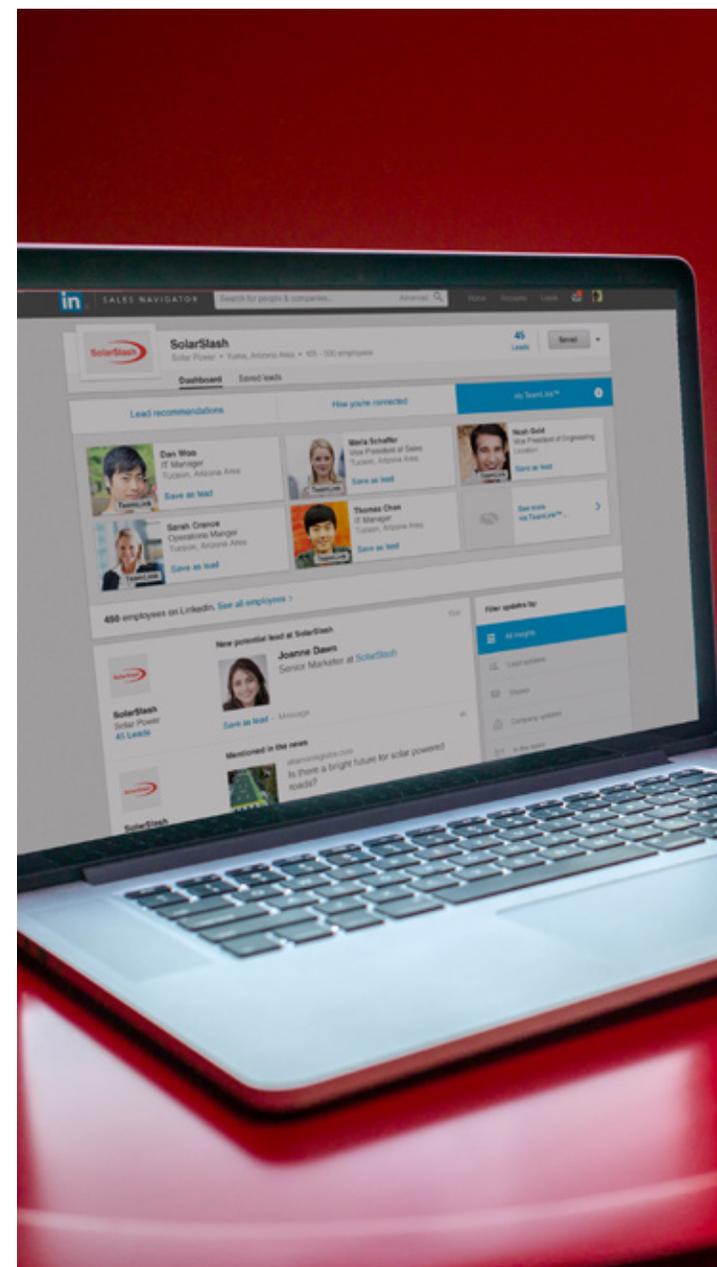
Dopo che sarai pronto a chiedere di collegarsi con te, come lo farai effettivamente? Come puoi aumentare le probabilità che il tuo target si fidi di te e ti risponda?

Uno dei modi migliori per incrementare queste probabilità consiste nell'usare i messaggi InMail. Il messaggio potrà essere visualizzato su tutti i dispositivi e non andrà perso né passerà inosservato in una casella di posta stracolma. In più, ci sarà l'affidabile brand LinkedIn ad avvalorare la tua richiesta.

“Sono i messaggi InMail che ti differenziano realmente dagli altri venditori B2B, perché ti permettono di interagire a livello paritario.”



– Jason
Ellert, Sales
Development
Director, Deltek



Caso di successo



Laura Heffron, Regional Account Director, Extended Stay America

Uso LinkedIn tutti i giorni per interagire con nuovi contatti presso account esistenti e Sales Navigator mi ha aiutato a raggiungere il mio obiettivo di diventare la loro consulente

di fiducia per la ricerca dell'alloggio di cui hanno bisogno. Tengo costantemente aperte entrambe le schermate, che stia usando il portatile o il cellulare.

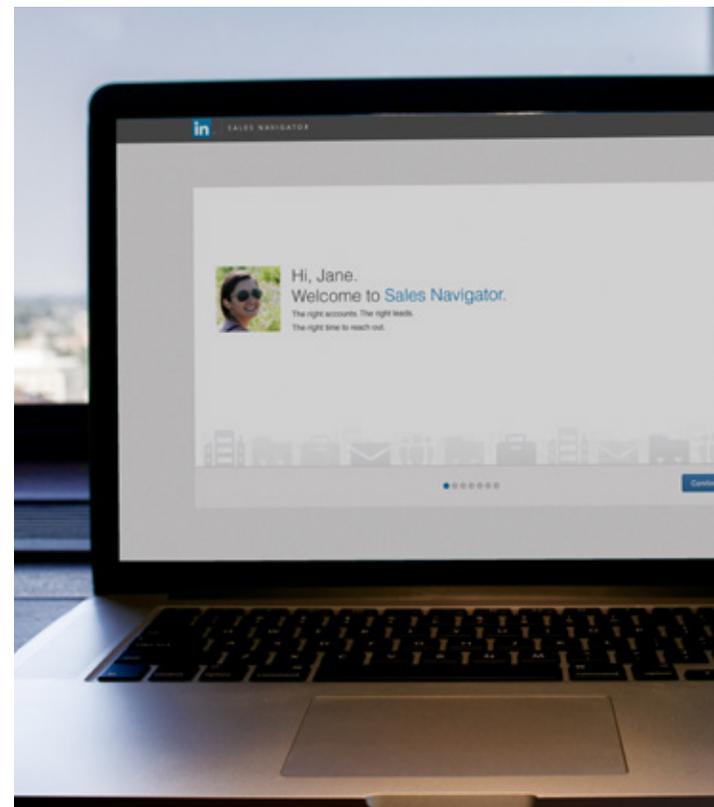
Sales Navigator ha semplificato enormemente la procedura per identificare i lead ad alto potenziale. Già solo il fatto di poter creare un lead e assegnarlo a delle categorie, per esempio per ruolo presso la sua azienda o per località, mi ha aiutato tantissimo.

Uno dei miei account era una grande azienda con 100 filiali. Sono riuscita a suddividere il tutto in base ai potenziali mercati di Extended Stay e a mirare ai ruoli all'interno delle filiali che offrivano opportunità di ricerca di alloggi.

È con LinkedIn che contatto questi nuovi lead, fisso gli appuntamenti e li qualifico. Se corrispondono ai criteri, hanno bisogno di un alloggio e possono permettersi la spesa, allora si dà inizio al rapporto.

Uso sia LinkedIn sia Sales Navigator per gestire la creazione di lead. Mi tengo informata sui nostri account esistenti: leggo tutti i loro aggiornamenti e a volte li commento anche. LinkedIn offre un forum affidabile, quindi può capitare che usi i commenti per contattare un'azienda cliente che ha bisogno dei servizi che offro.

Interagisco con molte aziende che hanno dei recruiter al loro interno, e se vedo che stanno cercando nuovo personale, aggiungo un commento del tipo: "Ricordati di noi. Saremo felici di dare una mano a trovare l'alloggio giusto per i nuovi assunti che vengono da fuori." È una situazione vantaggiosa per tutti, perché io creo nuovo business e nel contempo soddisfo l'esigenza di un cliente.



Contributi strategici di Sales Navigator

- Generazione di lead semplificata
- Targeting migliore
- Forum affidabile per contatti diretti

Il punto chiave

Le vendite B2B sono sempre più social: i professionisti di maggior successo hanno evoluto la propria strategia di vendita sfruttando la miriade di opportunità disponibile attraverso LinkedIn. Il social selling ha aperto un mondo di possibilità per i team di vendita che si rivolgono ai buyer B2B che rifiutano le telefonate a freddo e si affidano ai social media per prendere le proprie decisioni di acquisto. Sebbene il social selling sia diventato di per sé indispensabile, le storie che ti abbiamo raccontato provano quello che gli abbonati Sales Navigator sanno già: il ritorno sull'investimento del prodotto è innegabile. Con Sales Navigator non è mai stato così facile raggiungere gli obiettivi di vendita e chiudere più affari, e i professionisti delle vendite che lo usano ricevono molti più riconoscimenti di chi non lo usa.

[Richiedi una demo](#)