

Merrill Lynch apuesta por las llamadas personalizadas con LinkedIn Sales Navigator



Ubicación: Nueva York, NY
N.º de empleados: 15.000 | Sector: servicios financieros



«Este sector ha cambiado tanto que el valor de un asesor no se limita a su conocimiento de las inversiones o a su capacidad para crear la mejor cartera. Ahora lo importante es forjar vínculos y crear un plan financiero basado en objetivos.»

Jonathan Jerome
Vicepresidente y asesor de estrategia digital en Merrill Lynch



El reto

Vender sin recurrir a las llamadas en frío

- Merrill Lynch es una empresa estadounidense de gestión de patrimonio e inversiones. Ante el cambio de las normas culturales en torno a los comportamientos de venta, la empresa necesitaba nuevas formas de llegar a los posibles clientes.
- El sector financiero está muy regulado. Todas las actividades comerciales de Merrill Lynch se deben aprobar, controlar y registrar. Y las herramientas que use deben cumplir normas estrictas y concretas.
- «Las llamadas en frío ya no forman parte de nuestra estrategia de crecimiento», explica Michael Lestina, directivo de canales digitales en Merrill Lynch. «La mejor forma de hacer negocios es forjar vínculos y conectar a nivel personal».



Solución

Priorizar las relaciones personales

- Merrill Lynch empezó a formar a sus equipos para que aprovechen sus contactos en LinkedIn y usen las opciones de búsqueda y filtros en Sales Navigator a la hora de segmentar a posibles clientes.
- LinkedIn cumple los requisitos de Merrill Lynch. Según explica Lestina: «Tener una plataforma como LinkedIn Sales Navigator que encaja en nuestro marco normativo, con las herramientas necesarias para supervisar esos puntos de cumplimiento, nos permite participar en el mercado y reforzar nuestra presencia digital».



Resultados

Segmentar, entender e interactuar

- Usar una herramienta de ventas vinculada a una red social para profesionales ofrece la oportunidad de generar contactos basados en relaciones.
- «Nuestro objetivo es segmentar, entender e interactuar», explica Jerome. «Con Sales Navigator, puedes identificar a las personas adecuadas y descubrir qué tienes en común con ellas para determinar la mejor forma de iniciar una conversación».
- Los asesores financieros de Merrill Lynch usan los filtros avanzados en Sales Navigator para detectar a posibles clientes a los que pueden llegar a través de sus contactos de segundo grado.
- Merrill Lynch forma a sus equipos para que saquen partido de sus aptitudes en el mundo digital. «Nuestros asesores forjan relaciones todo el tiempo, y esta aptitud es la que les permite destacar», cuenta Lestina. «Solo les enseñamos a tomar esos conceptos y usarlos para presentarse a través de sus perfiles de LinkedIn».

Pensamiento creativo

- Merrill Lynch observó que la gente de su organización usaba LinkedIn Sales Navigator de maneras creativas para mejorar sus hábitos comerciales existentes. Por lo tanto, se decidió habilitar la plataforma para toda la empresa. Jerome explica: «No hay restricciones: si estás en la plataforma supervisada por la empresa y aprobada de LinkedIn, eres elegible para la licencia de Sales Navigator».
- Mike desarrolla esta idea: «Hay mucha gente que debe forjar relaciones por diferentes motivos, ya sea impulsar su negocio o conseguir nuevos clientes, por ejemplo. Sales Navigator es una gran herramienta para encontrar a quienes necesitas y estrechar esos lazos».

Lograr mayor alcance a través de la marca personal

- LinkedIn es una herramienta de ventas única porque ofrece la posibilidad de crear una marca personal con un perfil. «El perfil de LinkedIn no solo debe hablar sobre el asesor, también debe hablar sobre la persona», dice Jerome. «Esta es una manera de contar quién eres fuera del trabajo para crear un vínculo emocional con alguien y descubrir qué tienen en común.» Esta afinidad que permite estrechar lazos en LinkedIn también puede ayudar a afianzar la relación entre el comprador y el profesional de ventas más adelante.
- Las funcionalidades de redes sociales de LinkedIn te permiten dar más visibilidad a tu marca personal. «Con LinkedIn, tenemos la oportunidad de interactuar a gran escala, para no repetir la misma conversación una y otra vez. Podemos compartir nuestra opinión con todos los contactos comerciales importantes en una sola publicación. De esta forma, nuestros asesores tienen una gran presencia entre los clientes y los posibles clientes», explica Mike Lestina.

Las personas que usan Sales Navigator gestionan un

21 %

más de activos nuevos.



«La funcionalidad de la herramienta Sales Navigator, combinada con la naturaleza interactiva de LinkedIn, crean un recurso potente en nuestro sector altamente regulado. Podemos dar a conocer nuestra presencia digital, encontrar a la gente adecuada, interactuar con otras publicaciones y desarrollar relaciones, todo en una plataforma.»

Michael Lestina

Directivo de canales digitales en Merrill Lynch