



Les résultats

Cibler, comprendre, engager

- Le fait de disposer d'un outil commercial associé à un réseau social dédié aux professionnels permet de prospecter en établissant des contacts fondés sur des relations fortes.
- “Les formations portent sur trois axes : Cibler, Comprendre, Engager”, explique Jonathan Jerome. “Grâce à Sales Navigator, nous pouvons identifier les interlocuteurs les plus pertinents et repérer des points communs pour déterminer la meilleure façon d’engager la conversation.”
- Les conseillers financiers de Merrill Lynch utilisent les filtres de recherche avancée de Sales Navigator pour identifier les prospects qu’ils peuvent démarcher au travers de leurs relations de 2e niveau.
- Merrill Lynch forme ses équipes à appliquer leurs compétences au monde digital. “Nos conseillers utilisent leurs compétences relationnelles en permanence, c’est précisément ce qui fait d’eux de bons conseillers”, explique Michael Lestina. “Nos formations les aident uniquement à mettre ces mêmes notions en application pour se présenter via leur profil LinkedIn.”

Sortir des sentiers battus

- Chez Merrill Lynch, après avoir constaté que nos collaborateurs utilisaient LinkedIn Sales Navigator pour repenser leurs habitudes commerciales, nous avons décidé de proposer cet outil à l’ensemble de nos équipes. Comme l’explique Jonathan Jerome, “il n’y a aucune restriction : si vous faites partie des utilisateurs LinkedIn approuvés par l’entreprise, vous êtes éligible à une licence Sales Navigator.”
- “Les professionnels ont besoin de développer des relations pour différentes raisons : signer de nouveaux contrats, attirer de nouveaux clients, etc.”, précise Michael Lestina. “Sales Navigator vous permet de trouver les bonnes personnes, puis de créer et nurturer ces relations.”

Le personal branding au service de la prospection

- LinkedIn est un outil de vente unique, car il permet de développer son personal branding par l’intermédiaire de son profil. “Votre profil LinkedIn ne doit pas uniquement mettre en valeur le conseiller que vous êtes, mais aussi la personne que vous êtes”, estime Jonathan Jerome. “C’est l’occasion de montrer qui vous êtes en dehors du travail afin de créer un lien émotionnel avec les autres et de mettre en avant vos points communs.” Ces points communs pourront ensuite contribuer à cimenter une véritable relation décideur-commercial.
- Les fonctionnalités d’échange et de publication de LinkedIn permettent aussi de donner plus de visibilité à votre personal branding, ce que ne manque pas de souligner Michael Lestina : “LinkedIn permet de donner plus d’ampleur à une interaction en ligne, ce qui vous évite d’avoir la même conversation plusieurs fois. Nous pouvons partager nos points de vue avec toutes nos relations commerciales stratégiques en un seul post ou une seule interaction. Ainsi les clients et prospects n’oublient pas le conseiller.”

Les conseillers qui utilisent Sales Navigator gèrent

21%

d’actifs en plus.



“Le côté fonctionnel de Sales Navigator combiné à l’interactivité de LinkedIn en fait une ressource précieuse dans un secteur fortement réglementé tel que le nôtre. Nous pouvons ainsi renforcer notre présence en ligne, trouver les bonnes personnes, interagir avec des posts ou encore tisser des liens, le tout sur une seule et même plateforme.”

Michael Lestina

Digital Channel Executive chez Merrill Lynch