



COLLECTER DES DONNÉES ET PROSPECTER GRACE AUX RÉSEAUX SOCIAUX

Organiser un jeu-concours

Un jeu-concours permet de :

- D'engager la communauté et de rediriger du trafic vers le site ;
- De collecter des informations grâce au jeu en lui-même et aux cookies ;
- La marque ou l'entreprise pourra alors qualifier ces abonnés/leads et les nourrir avec des contenus adaptés (lead nurturing).



Pratiquer le social selling sur LinkedIn

Dans un contexte B2B, le social selling désigne l'ensemble des pratiques qui consistent à utiliser les réseaux sociaux professionnels (LinkedIn, Twitter, Facebook...) pour le développement des ventes. L'objectif est d'entamer une conversation ciblée avec des prospects, en échangeant notamment des contenus de qualité (expertise produit, marché, publication événement, infographies, conseils, recommandations...).

Exemple

"Sur LinkedIn, l'entreprise peut créer une page entreprise à partir d'un profil existant afin d'améliorer sa visibilité et de contacter des prospects potentiels. Elle pourra cibler des contacts via le moteur de recherche de LinkedIn ou via le fil d'actualité (relance des contacts ayant réagi à une publication)."