

SOCIAL SELLING DIGITAL IS THE NEW NORMAL

Mit Social Selling verändern Sie Ihr Unternehmen – hin zu einer erfolgreicherer Prozesssteuerung, einer zielgerichteteren Kommunikation und zu einer besseren Wahrnehmung des Unternehmens am Markt. 75 % aller B2B-Entscheider und -Entscheiderinnen nutzen Social Media, um sich im Vorfeld über ihre Ansprechperson, Services oder Produkte zu informieren! COVID-19 als jüngster Beschleuniger der Digitalisierung stellt Herausforderungen für Fach- und Führungskräfte in den Mittelpunkt: Technologie-basierte Workforce Transformation, Hyperautomation, Digital Up- und Re-Skilling sowie Omni-Channel-Kommunikationsstrategien.



Digital Leader am Markt

Das Top-Management von Hays ist auf LinkedIn sichtbar. Zusammen mit 35 weiteren Corporate Influencern wird eine wöchentliche Reichweite von etwa 100.000 Ansichten pro Post erzielt. Die Success Story unseres Social-Selling-Programme wird für Fachkonferenzen (Corporate Influencer Day), Podcasts, Blogs usw. angefragt.

Sales-Team geschult in Social Selling

Mehr als 80 % unseres Sales-Teams konnten in Digital Bootcamps, Barcamps & individuellen Webinaren ihre Social-Selling-Kompetenz aufbauen - und sich damit sicher für die digitale Zukunft aufstellen. Alle Inhalte stehen im Web-Based-Trainings in unserem Lernmanagementsystem zur Verfügung.

Neue Business Opportunities

Posts von Hays erreichen auf LinkedIn achtmal mehr Engagement und sechsmal mehr Reichweite als die Top-Konkurrenz. Social Selling ist ein fester Bestandteil des Vertriebs von Hays und ermöglicht eine kundenkonzentrierte Multi-Touchpoint Customer Experience.

Entwicklung eines KPI

Social Selling ist messbar. Hays hat einen KPI entwickelt – den Social-Selling-Kontakt. Somit kann unser Sales-Team seine digitalen Aktivitäten auswerten. 23 % aller relevanten Kontakte erfolgen via Social Media.

Ihre Ansprechperson



Stefanie Asbe, MBA
Dipl.-Wirtschaftsjuristin (FH)

T: +49 69 300882 1183
M: +49 151 42246162
E: stefanie.asbe@hays.de