



SOCIAL SELLING

Best Practise für den Vertrieb

Dirk Lickschat

Einleitung

LinkedIn ist längst mehr als eine Plattform für berufliche Kontakte - es ist ein leistungsstarkes Vertriebsinstrument, das Einzelkämpfer ebenso erfolgreich nutzen können wie DAX-Konzerne, um ihr Wachstum voranzutreiben.

Social Selling hilft Vertriebs- und Marketingteams, ihre Pipeline gezielt auf- und auszubauen, wertvolle Beziehungen zu knüpfen und langfristig Umsatz zu generieren. Voraussetzung ist wie bei der Telefonakquise die tägliche Umsetzung, die Disziplin erfordert.

Obwohl sich viele deutsche Unternehmen des enormen Potenzials bewusst sind, nutzen sie LinkedIn nicht strategisch genug. Follower sind oft die einzige Wertmessung, die durchgeführt wird, aber mit Followern allein hat noch niemand Geld verdient.

Und ich muss Sie enttäuschen: Mit Inhalten allein wird es leider nicht funktionieren. Sorry!

Dieses kurze Best-Practice-Dokument fasst die wichtigsten Erfolgsfaktoren aus meinem zurzeit entstehenden Buch zusammen und zeigt auf, wie Sie LinkedIn gezielt für Ihre Vertriebsstrategie nutzen können.

Social Selling ist ein enormer Wettbewerbsvorteil

Die digitale Transformation im B2B-Vertrieb hat in Europa während der Corona-Zeit an Dynamik gewonnen und ist in zahlreichen Unternehmen etabliert. Dennoch gibt es auch in Deutschland Unternehmen, die noch zögern.

Heute sind Kunden besser informiert als je zuvor. Studien zeigen, dass bis zu 70 % der Kaufentscheidungen schon getroffen werden, bevor ein Vertriebsmitarbeiter überhaupt kontaktiert wird.

Klassische Kaltakquise bringt immer weniger, weil die Entscheider ständig mit Anfragen überhäuft werden und das Telefon nicht mehr so wichtig ist. Entscheidungsträger und Führungskräfte sind heute enorm mobil und verständigen sich lieber über E-Mail, Textnachrichten und eben LinkedIn-Nachrichten.

Unternehmer, die sich entschieden haben, den Weg des Social Selling weiterzugehen, bleiben sichtbar. Und wer in sozialen Netzwerken sichtbar ist, bleibt "top of mind", wenn die Kaufentscheidung getroffen wird.

Hier sind ein paar Vorteile von Social Selling auf LinkedIn:

- Direkter Zugang zu Entscheidern
- Aufbau von Vertrauen durch Expertenstatus
- Nachhaltige Lead-Generierung durch gezielte Interaktion
- Effiziente Vertriebsprozesse durch CRM-Integration und Automatisierung

Die Grundlagen für erfolgreiches Social Selling

Ein optimales LinkedIn-Profil ist eine wesentliche Voraussetzung für erfolgreiches Social Selling auf LinkedIn.

Ein vollständiges und optimiertes Profil ist daher von entscheidender Bedeutung. Ihr Profil sollte kundenorientiert sein und folgende Elemente enthalten:

- Ein professionelles Foto und Banner mit klarer Markenpräsenz
- Eine prägnante Headline, die Ihre Position beschreibt und einen Mehrwert für Ihre Zielgruppe vermittelt
- Eine strukturierte "Über mich"-Sektion mit klarer Positionierung, Ihrer Methode und einem Call-to-Action (CTA)
- Eine "Featured-Section" mit Fallstudien, Whitepapers oder anderen relevanten Ressourcen

Darüber hinaus ist zu beachten, dass dies wirkungslos ist, wenn in den Einstellungen die Sichtbarkeit im Netzwerk eingeschränkt oder sogar vollständig verhindert wird. Was für die Mannschaft im Hintergrund noch akzeptabel sein mag, ist für Führungskräfte und Vertriebsmitarbeiter, also alle diejenigen, die im Rampenlicht stehen, tabu.

Selbstverständlich steht es Ihnen frei, dies zu tun. Allerdings wird es Ihrer Expertise nicht weiterhelfen, vielmehr kann es sogar kontraproduktiv sein.

Die richtige Social-Selling-Strategie

Inbound oder Outbound – diese Frage muss im Zentrum stehen. Es gilt, die jeweiligen Vor- und Nachteile zu evaluieren. Inbound-Marketing zielt darauf ab, potenzielle Kunden durch relevante Inhalte auf die angebotenen Dienstleistungen oder Produkte aufmerksam zu machen. Diese Strategie ist nachhaltig und erfordert kontinuierliche Arbeit. Outbound-Strategien hingegen zielen auf die aktive Kontaktaufnahme mit relevanten Entscheidern ab. Outbound-Strategien können effizient sein, erfordern jedoch ein hohes Maß an Fingerspitzengefühl, um aufdringlich zu wirken. In beiden Fällen ist jedoch ein hohes Maß an Einsatzbereitschaft erforderlich.

Die optimale Strategie vereint beide Ansätze: Sichtbarkeit durch wertvolle Inhalte (Inbound) und gezielte Vernetzung mit relevanten Entscheidern (Outbound).

Zuerst solltest du dich darum kümmern, dass dein Netzwerk richtig aufgebaut wird. Wenn du über 1.000 Kontakte hast, macht das Schreiben gleich viel mehr Spaß.

In Deutschland zeigt man sich in Bezug auf "Engagement" eher zurückhaltend. Es erfolgt in der Regel eine Beobachtung, anstatt dass jemand mit "Likes" und "Shares" überflutet wird. Dies ist jedoch positiv zu bewerten, da eine erhöhte Sichtbarkeit stets vorteilhaft ist.

Bitte beachten Sie daher die Insights in Ihrem persönlichen und im Unternehmensprofil.

Effektive Kontaktaufnahme: Was funktioniert wirklich?

Die 2-Schritt-Strategie für LinkedIn-Outreach

Zunächst wird eine Kontaktanfrage versandt. Dabei ist darauf zu achten, dass diese kurz, freundlich und möglichst personalisiert ist.

„Hallo [Name], ich bin auf Ihr Profil gestoßen und fand Ihren Beitrag zu [Thema] sehr spannend [weiter Ausführen]. Ich würde mich freuen, mich mit Ihnen zu vernetzen!“

Nach der Annahme senden Sie bitte eine Nachricht, um den Beziehungsaufbau zu priorisieren und den Verkauf direkt zu vermeiden.

„Danke für die Verbindung, [Name]! Ich sehe, dass Sie im Bereich [Branche] tätig sind. Was ist Ihre größte Herausforderung in diesem Jahr? Vielleicht können wir uns darüber austauschen.“

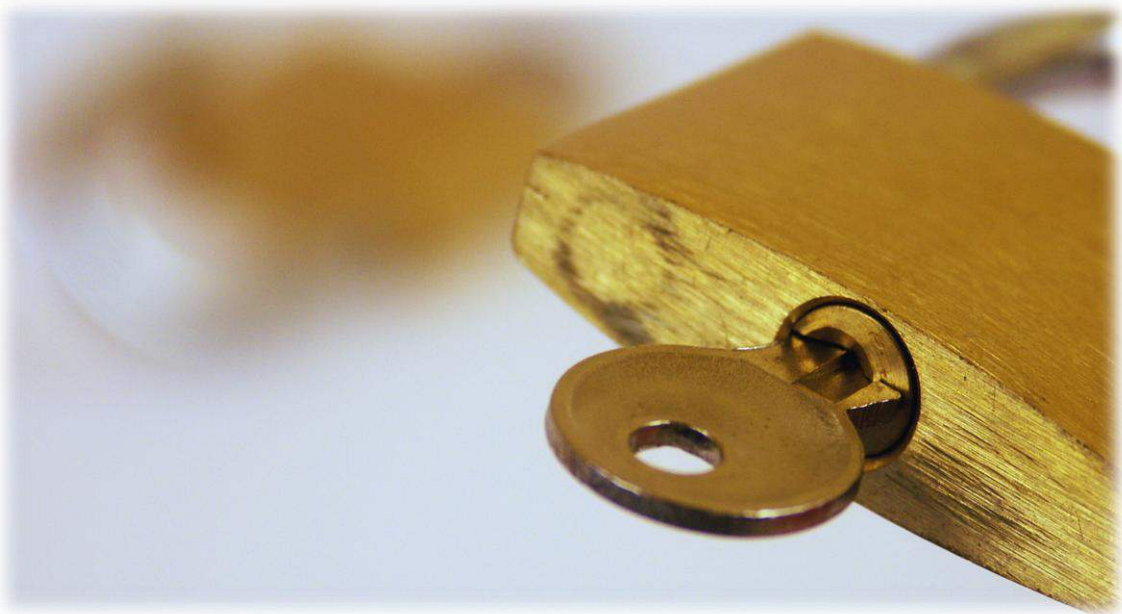
Das Vorgehen mag zwar profan klingen, jedoch befinden wir uns hier in einem Annäherungsprozess, der beispielsweise in Amerika als durchaus normal angesehen wird. Im Land der unbegrenzten Möglichkeiten würden Sie mit hoher Wahrscheinlichkeit eine Antwort erhalten. Der gegenüberliegende Gesprächspartner fragt sich hier nicht, „was will er von mir“, sondern denkt eher positiv: „Evtl. könnte mir diese Person noch einmal nützlich sein.“

Content-Strategie für nachhaltigen Vertriebs Erfolg

Nachdem Sie die passenden Kontakte aus Ihrer Zielgruppe gesammelt haben und kein erster Termin zustande gekommen ist, können wir uns in regelmäßigen Abständen beim zukünftigen Kunden melden. Voraussetzung hierfür ist, dass es wichtig ist und Sie etwas zu bieten haben, beispielsweise dieses E-Book.

Im weiteren Verlauf sollten wir uns auf die Erstellung wertvoller Inhalte konzentrieren, die die Zielgruppe interessieren und ansprechen.

Bei der weiteren Kontaktaufnahme sollten Sie sich stets die Frage stellen: "Welcher Vorteil ergibt sich für den Interessenten?"



Welche Inhalte erweisen sich als effektiv auf LinkedIn?

Die Möglichkeiten sind vielfältig und es gibt zahlreiche Studien, die sich mit diesem Thema befassen. Es empfiehlt sich, sich bei Mitarbeitern und Mitbewerbern umzusehen, um Inspirationen für die eigene Strategie zu gewinnen. Zudem ist es empfehlenswert, über den Tellerrand hinaus in andere Branchen zu blicken. Wichtig ist, dass Sie sich auf Ihre Kernkompetenzen fokussieren und Ihr Unternehmen so präsentieren, wie Sie es ohnehin schon tun.

Empfehlenswerte Formate sind:

- Storytelling-Posts: Persönliche Erfahrungen und Lernerfahrungen teilen
- Experten-Artikel: Fachwissen zeigen & Mehrwert liefern
- Kunden-Erfolgsgeschichten: Social Proof für Ihre Lösungen
- Diskussionsbeiträge: Stellen Sie Fragen und fördern Sie die Interaktion.

Achten Sie auf eine regelmäßige Veröffentlichung. Mindestens zwei bis drei Beiträge pro Woche helfen Ihnen, kontinuierlich präsent zu sein.



Der Social Selling Index (SSI) als Hilfsmittel

Unter der URL <https://www.linkedin.com/sales/ssi> haben Sie Zugriff auf den Social Selling Index. Dieser Index gibt Aufschluss über die Stärken und Schwächen im eigenen Vorgehen. So können Sie kontinuierlich an besseren Kontakten oder an besseren Inhalten arbeiten und sich verbessern.

Der SSI misst Ihre Effektivität auf LinkedIn in vier Bereichen:

1. Aufbau einer professionellen Marke
2. Aufbau eines gezielten Netzwerks aus relevanten Kontakten
3. Teilen von Inhalten und Erzeugen von Interaktionen
4. Aufbau von Beziehungen zu Entscheidern

Ein SSI-Wert über 70 zeigt eine starke LinkedIn-Performance und eine effektive Social-Selling-Strategie.



Mit dem Sales Navigator zu mehr Erfolg auf LinkedIn

Der Sales Navigator ist ein entscheidendes Tool für den beruflichen Erfolg auf LinkedIn.

Mit dem Sales Navigator können potenzielle Kunden und Zielpersonen in Listen abgespeichert und in verschiedene Listen (Prozesse) verschoben werden, um ein effektives System zu etablieren.

Die Prozesse von Ansprache, Nachrichten, Sales-Pitch und Kein Interesse können so festgehalten und in den nächsten erforderlichen Schritt überführt werden.

Der Sales Navigator bietet auch ein kleines Trainingsprogramm, das Sie durcharbeiten sollten, um die bestmögliche Nutzung des Tools zu gewährleisten, auch wenn Sie ohne Trainer arbeiten. Selbstverständlich stehe ich Ihnen auch persönlich zur Verfügung.



Fazit: Erfolgreiches Social Selling auf LinkedIn

Social Selling ist keine kurzfristige Taktik, sondern eine nachhaltige Strategie, um im digitalen Vertrieb erfolgreich zu sein. Durch die Kombination aus professioneller Positionierung, gezielter Vernetzung und einer sorgfältig ausgearbeiteten Content-Strategie können Unternehmen LinkedIn zu einer leistungsstarken Vertriebsplattform machen.

Viele Unternehmen unterschätzen noch immer das Potenzial von LinkedIn als Vertriebskanal. Wer die Prinzipien des Social Selling versteht und konsequent anwendet, wird nicht nur mehr Sichtbarkeit erlangen, sondern langfristig auch mehr qualifizierte Kunden gewinnen. Entscheidend ist es, nicht nur präsent zu sein, sondern echten Mehrwert zu liefern und Vertrauen aufzubauen.

Wenn Sie mehr über die Umsetzung dieser Strategien erfahren möchten, besuchen Sie meine Website <https://linkedin-seminar.de/> und informieren Sie sich über meine LinkedIn-Trainings für Unternehmen und Einzelpersonen. Ich freue mich darauf, Sie auf Ihrem Weg zum erfolgreichen Social Selling zu begleiten!



Dirk Lickschat – Digitale Vertriebs- und Marketingberatung

Am Bach 35
33829 Borgholzhausen

email: dl@dlick.de

<https://linkedin-seminar.de>