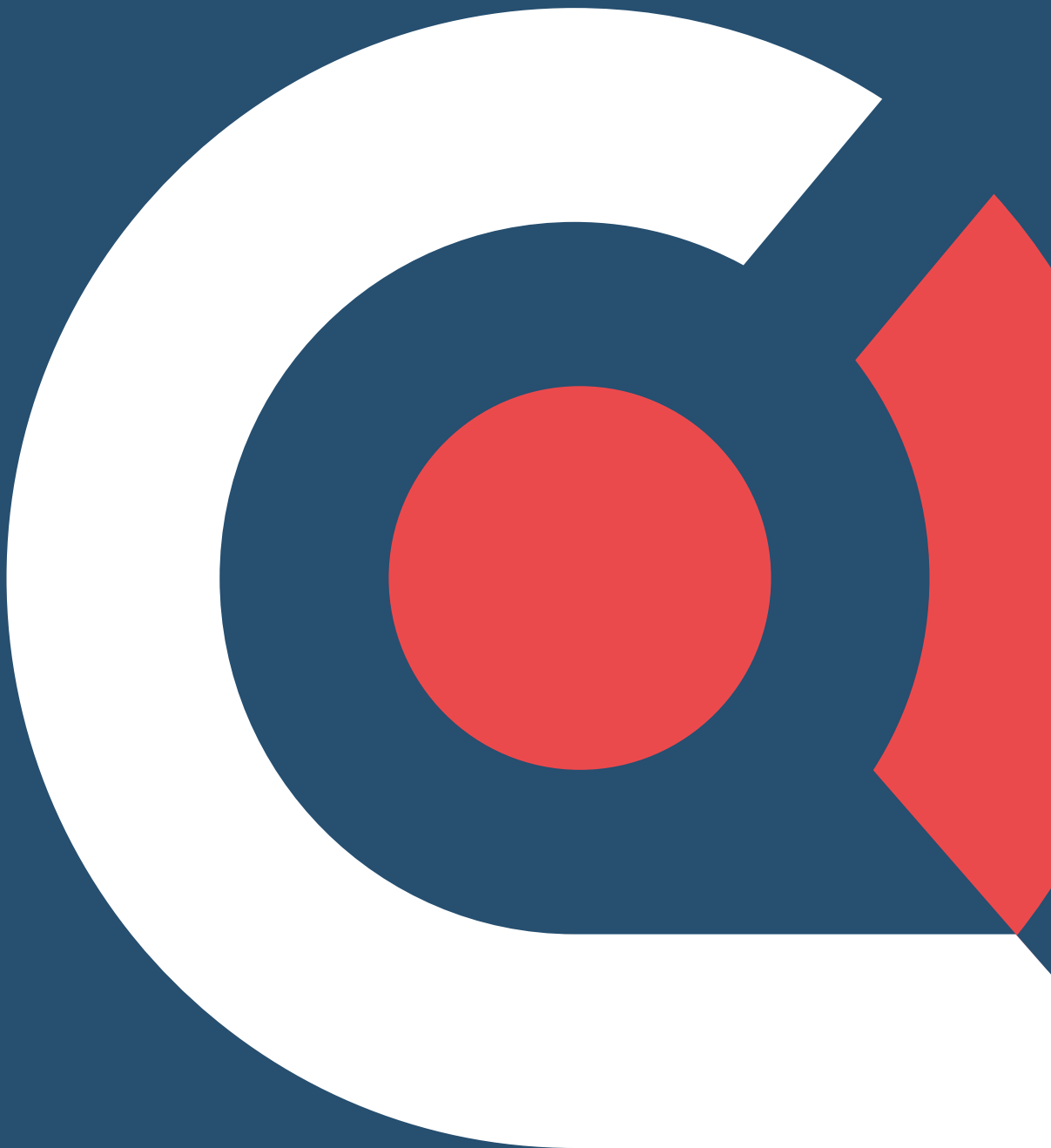
Social Selling Academy

Social Selling Kundengewinnung Accelerator

3 effektive Methoden um auf LinkedIn™ 2027 Kund*innen zu gewinnen



Wie würde sich dein Business ändern, wenn du regelmäßig über LinkedIn Termine generieren würdest? Und damit meine ich Termine mit Unternehmen und Personen, die zu 100 % zu einer kaufkräftigen Zielgruppe gehören. Das ist eine der größten Herausforderungen, die wir dieses Jahr auf LinkedIn haben.

Wir müssen so viel Vertrauen aufbauen zu unserem Gegenüber, dass er oder sie sich die Zeit nimmt, sich unser Angebot anzuhören.

Denn wenn wir ehrlich sind, hat sich LinkedIn im Vergleich zu vor ein paar Jahren verändert. Es gibt viel mehr User auf der Plattform und alle kämpfen um die Aufmerksamkeit und Zeit von kaufkräftigen Leads.

Das Know-how, wie LinkedIn funktioniert, ist gestiegen, somit steigt auch das Niveau, das erforderlich ist, um auf der Plattform aus der Masse herauszustechen.

Hinzu kommt: Mit künstlicher Intelligenz und Automatisierungen fragen sich viele User auf LinkedIn: „Spreche ich mit einer echten Person?". Das Misstrauen ist enorm gestiegen.

Kurz gesagt: Die Strategien, die vor ein paar Jahren noch funktioniert haben, sind in der heutigen Zeit nichts mehr wert. Wir brauchen einen neuen Ansatz.

In diesem Leitfaden werde ich dir 3 von unseren insgesamt 9 Methoden vorstellen, wie du authentisch und zeitgemäß 3 - 5 Leads pro Woche generieren kannst - und das völlig ohne KI, Automatisierungen und Werbeanzeigen. Ich weiß jetzt schon, dass diese Methoden oft kopiert werden und ihre Effektivität sinken wird. Aber aktuell wendet sie kaum jemand an und sie funktionieren effizient und zuverlässig.

⚠ **ACHTUNG** ⚠

Die folgenden drei Methoden funktionieren nur in einer umfassenden LinkedIn Strategie. Diese beinhaltet ein optimiertes Profil, das richtige Mindset, eine messerscharfe Positionierung, eine nachhaltige Vernetzungsstrategie und einen Content-Ansatz, der deine Zielgruppe begeistert und sie von deiner Expertise überzeugt.



Über uns

Hi, mein Name ist Davorin Barudzija und ich bin Gründer und Geschäftsführer von der Storytelling Company GmbH und der Social Selling Academy. Seit nunmehr über 5 Jahren und mit hunderten von Kunden und Kundinnen begleiten wir Unternehmen dabei, einen starken LinkedIn Auftritt zu etablieren, organisch Reichweite aufzubauen und mit Social Selling Kunden zu gewinnen.

Ich habe mein erstes Unternehmen auf Basis von Social Selling auf LinkedIn aufgebaut. Mein erstes 6-stelliges Umsatzjahr hatte ich 2021, ganz ohne Mitarbeiter:innen. Nachdem ich eine Personal Brand in meiner Nische aufgebaut hatte, sind Unternehmen wie Red Bull, REWE, Boehringer Ingelheim auf mich zugekommen und wollten LinkedIn Trainings von uns haben. Auch Trainer, Berater, Experten und Expertinnen wollten wissen, wie ich LinkedIn nutze, um Kunden zu gewinnen.

Daraus ist die Social Selling Academy entstanden und heute zeigen wir unseren Kunden und Kundinnen, wie sie mit Social Selling auf LinkedIn Marketing und Sales vereinen.

Wenn du mehr zu unserer Unternehmensgeschichte erfahren möchtest, schau dir unser Video **hier** an.

Wenn du mehr erfahren möchtest und unverbindlich über eine mögliche Zusammenarbeit sprechen willst, vereinbare hier ein kostenloses Orientierungsgespräch – du wirst sehen, wie viel Klarheit du dadurch gewinnen kannst und ob LinkedIn und Social Selling für dich die richtige Herangehensweise ist:

Jetzt Termin vereinbaren.



3 Social Selling Methoden um auf LinkedIn 2027 Kund*innen zu gewinnen

Die folgenden drei Methoden haben wir in den letzten fünf Jahren sorgfältig getestet und verfeinert. Bitte bedenke, dass der Erfolg jeder Methode stark von deinem gesamten LinkedIn-Auftritt abhängt. Je besser die einzelnen Elemente ineinander greifen, desto mehr Zeit sparst du und desto mehr Termine generierst du mit jeder Methode.

1. Social Selling Methode

Fast Track

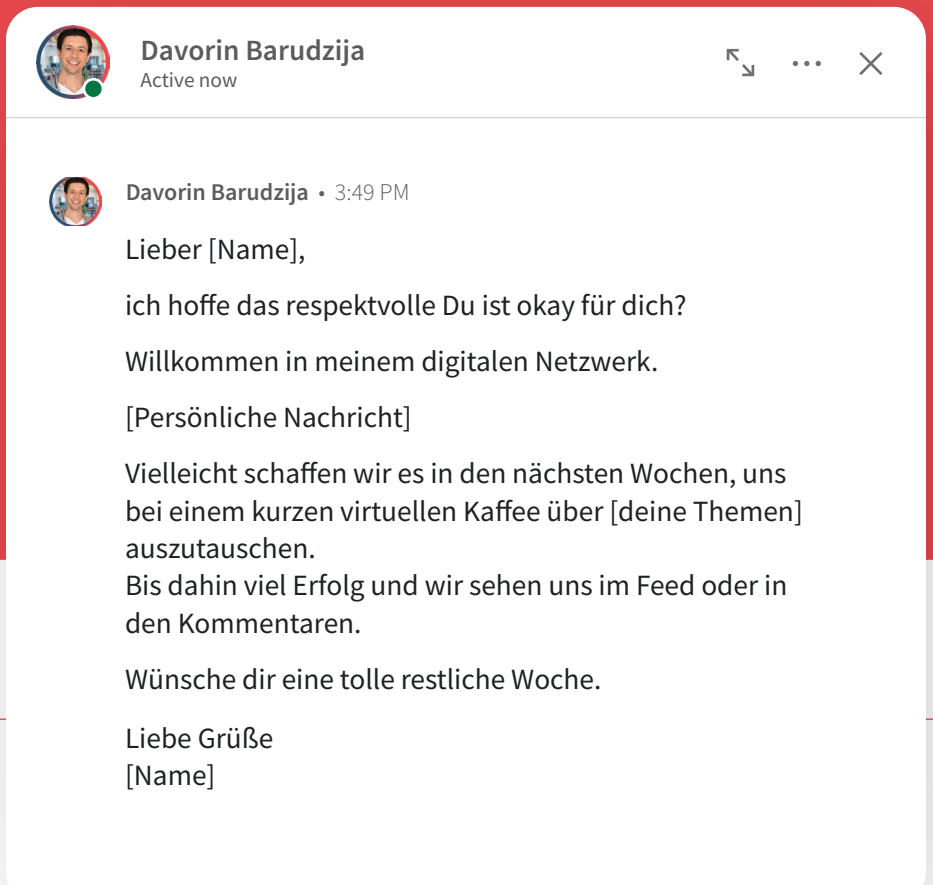
– Netzwerk aufbauen und Termine generieren

Die Fast-Track-Methode gehört zu einer der einfachsten und vielseitig einsetzbaren Methoden im Social Selling.

Sie ist simpel und effizient und eignet sich für alle Zielgruppen. Wenn du noch am Anfang bist oder eine neue Dienstleistung testen möchtest, dann ist diese Methode genau richtig für dich.

So funktioniert die Fast Track Methode:

1. Du vernetzt dich mit deiner Zielgruppe, ohne der Person eine Nachricht zu schicken.
2. Du wartest 2 bis 3 Tage, bis die Personen deine Vernetzungs-anfrage angenommen haben.
3. Du schickst den Personen folgende Nachricht – achte dabei auf die richtige Formatierung und auf die Abstände zwischen den Zeilen:



Diese Nachricht vermittelt Selbstbewusstsein und lässt der Person gleichzeitig Raum. Zudem gibst du eine klare Richtung vor, über welche Themen du dich unterhalten möchtest.

Achte auch hier auf deine Schlagzahl: Du solltest mindestens 300 Accounts kontaktiert haben, bevor du eine andere Zielgruppe ausprobierst oder dein Profil anpasst. Mit dieser Methode solltest du 3 bis 5 Termine pro Woche generieren können.

BONUS: In unserer YouTube-Folge zeige ich dir, wie du mit deinem LinkedIn Profil verkaufst.



2. Social Selling Methode

Testkunden

– probiere es mal bevor du dich entscheidest

Mit dieser Methode gibst du deinen potenziellen Kunden die Möglichkeit, in dein Programm reinzuschnuppern und es auszuprobieren. Menschen entscheiden sich dadurch leichter für eine Veränderung, da sie finanziell kein Risiko eingehen müssen.

Bei dieser Methode ist es wichtig, dass die Personen bereits in deinem Netzwerk sind und schon einige deiner Beiträge gesehen haben. Auf diese Weise haben sie bereits Vertrauen zu dir aufgebaut, und es fällt ihnen leichter, Ja zu sagen. Oft sind das Menschen, die regelmäßig deine Beiträge kommentieren oder mit ihnen interagieren.

Denk daran, für diese Methode brauchst du einen richtig guten LinkedIn-Auftritt.

Schreibe ihnen folgende Nachricht, wenn du sie als Testkunden gewinnen möchtest:



Beispieltext:

Hi Thomas,

ich sehe, dass du immer wieder mit meinen Inhalten interagierst, und dafür möchte ich mich herzlich bedanken.

Mir ist aufgefallen, dass ihr in eurer Firma immer wieder Mitarbeiter sucht, aber derzeit kein Social Media Recruiting betreibt.

Wir starten gerade ein Programm, bei dem wir ausgewählte Kunden einen Monat lang kostenlos begleiten und ihnen dabei helfen, Mitarbeiter*innen über Social-Media-Kampagnen zu rekrutieren.

Was hältst du davon, wenn wir uns für 15 Minuten zusammensetzen und über eine mögliche Zusammenarbeit sprechen?

Würde mich freuen und wünsche dir noch eine gute restliche Woche.

Liebe Grüße
Davorin

BONUS: In unserer YouTube-Folge zeige ich dir, wie du mit deinem LinkedIn Profil verkaufst.



3. Social Selling Methode

Interview

– lerne deine Kund*innen kennen

Mit der Interviewmethode erreichen wir den Kunden bzw. die Kundin, indem wir auf dessen Erfahrungen und Expertise zugreifen. Diese Methode funktioniert besonders gut bei mittelgroßen bis großen Unternehmen, insbesondere bei Führungskräften.

Mit dieser Methode erreichst du den Kunden auf zwei Ebenen:

1. Er fühlt sich geschmeichelt, weil du ihn in einem bestimmten Bereich als Experten bzw. Expertin wahrnimmst.
2. Du gibst dem Kunden/ der Kundin einen Mehrwert, indem du ihm/ihr die Auswertungen deiner Interviews zur Verfügung stellst.

Das Vorgehen ist simpel:

1. Wir wählen ein Interviewthema, das mit unserer Dienstleistung zusammenhängt.
2. Wir schreiben den Kunden bzw. die Kundin an und bitten um ein 15-minütiges Interview. Oft stehen uns danach noch weitere 15 Minuten zur Verfügung, aber wir respektieren es, wenn der Kunde/die Kundin tatsächlich nur 15 Minuten Zeit hat.
3. Wir führen das Interview mit dem potenziellen Kunden/der Kundin. Achte darauf, das Interview in den Vordergrund zu stellen, nicht deinen Pitch. Es geht darum, die Realität der

Kund*innen kennenzulernen, um unser Produkt bzw. unsere Dienstleistung zu verbessern. Die Fragen sollten dem Kunden oder der Kundin jedoch verdeutlichen, dass er ein Defizit hat, bei dem du ihm eventuell helfen kannst.

4. Häufig setzt sich der potenzielle Kunde oder Kundin bereits vor dem Gespräch mit unserem Unternehmen auseinander oder fragt während des Interviews nach unseren Leistungen. Sei bereit, dein Unternehmen und deine Dienstleistungen vorzu stellen – aber nur, wenn dein Gegenüber signalisiert, mehr darüber erfahren zu wollen. Ich rate dringend davon ab, ein Angebot zu machen, bevor diese Signale erkennbar sind.
5. Wenn der Kunde Interesse an deinen Lösungen zeigt, präsentiere sie direkt im Gespräch oder vereinbare einen separaten Termin, falls die Person gerade keine Zeit hat.



Welche Fragen kannst du dem Kunden im Interview stellen?

Wärm dich zu beginn auf und stelle dem Kunden einfache Fragen wie:

- In welcher Branche sind Sie tätig?
- Wie viele Mitarbeiter*innen hat ihr Unternehmen?
- Welche Dienstleistungen bieten sie an? Was macht ihr Unternehmen?

Dann kannst du zu den spezifischen Fragen wechseln:

- Welche Herausforderungen hat Ihr Unternehmen im Bereich XYZ?
- Was haben Sie bis jetzt probiert, um diese Herausforderungen zu lösen?
- Welche zukünftigen Entwicklungen sehen Sie in diesem Bereich?



Wenn du den Kunden oder die Kundin zum Interview einlädst, kannst du folgende Vorlage verwenden:

Davorin Barudzija
Active now

Davorin Barudzija • 3:49 PM

Hi Thomas,

ich hoffe das respektvolle Du ist okay für dich?
[Es könnte sinnvoll sein, beim SIE zu bleiben, um Professionalität zu wahren – das hängt von deiner Zielgruppe ab.]

Ich habe dein Profil während meiner Recherche entdeckt und sehe, dass du bei [Firma] im [Bereich] tätig bist.

Wir führen gerade Experteninterviews mit Fachleuten wie dir zum Thema [Thema] durch.

Das Interview dauert nur 15 Minuten und ist vollständig anonym.

Als kleines Dankeschön erhältst du nach Abschluss die vollständige Auswertung der Umfrage.

Wir würden uns freuen, auf deine Erfahrungen zurückgreifen zu können.

Buche dir gerne über diesen Link einen 15-minütigen Termin bei mir: [Link].

Wünsche dir noch eine gute Woche

Liebe Grüße
Davorin

6 weitere Social Selling Methoden warten auf dich

Du siehst also, es gibt viele kreative Ansätze, um über LinkedIn Termine und Kunden zu gewinnen. Es ist jedoch wichtig, diese Ansätze als Teil eines großen Ganzen zu betrachten. Sie funktionieren nur dann hervorragend, wenn du eine nachhaltige LinkedIn-Strategie hast und diese konsequent mit zeitsparenden Routinen umsetzt.

Wenn du Social Selling auf LinkedIn wirklich meistern möchtest, buche dir ein kostenloses Orientierungsgespräch mit einem meiner Experten. Dort erfährst du, welches Potenzial deine Dienstleistung auf dieser Plattform hat und wie wir dir helfen können, dieses Potenzial zu entfalten.



Jetzt Termin vereinbaren.

© The Storytelling Company GmbH - Alle Rechte vorbehalten. Diese Inhalte dürfen nicht geteilt, kopiert oder in irgendeiner Form verkauft werden, ohne die schriftliche Genehmigung von Davorin Barudzija. Alle Verstöße werden rechtlich geahndet.