TIGER EBOOK

Mehr Erfolg im B2B Marketing mit LinkedIn

Wie Sie mit LinkedIn Ihre Erträge steigern und neue Kunden generieren

Das umfangreiche Handbuch

DIGITAL TIGERS

Warum überhaupt LinkedIn?

Wieso ein LinkedIn Account für moderne Unternehmen unverzichtbar ist.

Längst ist Social Media kein Ort mehr an dem sich nur Privatpersonen tummeln, denn auch Firmen haben das Potential von visueller Präsenz für den Aufbau von Markenidentität und zur Steigerung ihrer Bekanntheit erkannt. Dennoch scheint es schwierig über die gängigen Social Media Plattformen seriöses Networking das zu realen Kontakten führt zu betreiben, da ein gewisses Maß an Professionalität zu fehlen scheint. An dieser Stelle springt LinkedIn ein.
Seit 2003 existiert die Karriereplattform, zählt seither über 600 Millionen Nutzer und ist damit die größte ihrer Art. Aber was macht LinkedIn genau? Der Unterschied zu Facebook, Instagram und Co ist schlicht und einfach, dass die zur Schau gestellten Merkmale von LinkedIn Nutzern professioneller Natur sind. Privatpersonen präsentieren sich als Arbeitnehmer, Talente mit besonderen Qualifikationen, Unternehmer, Arbeitgeber und Meinungsführer Ihrer Branchen. Es wird diskutiert und geteilt wie auf anderen Plattformen, aber meistens geht es um den Arbeitsmarkt, Innovationen, Technik, politische Entscheidungen, Fortbildungen oder Ratschläge im Joballtag. Da ist es kein Wunder, dass zunehmend Firmen LinkedIn als Arena für B2B Marketing sehen. Nirgendwo anders scheint es einfacher zu sein, an die eigene Zielgruppe zu gelangen, als auf LinkedIn. Dank intelligenter Filter und Anzeigenschaltung ist es möglich Services, Produkte und Messages zielgenau an diejenigen auszuspielen, die potentielle Kunden wären. Mit einem eigenen LinkedIn Profil oder einem Firmenprofil besteht darüber hinaus noch eine weitere Möglichkeit: Social Selling. Dabei geht es um das simple Kontaktaufnehmen mit für Ihr Unternehmen interessanten Nutzern auf LinkedIn; diese Kontakte zu pflegen und später in reale Kontakte der Offline-Welt zu konvertieren um Verkäufe zu steigern. Nebenbei etablieren Sie Ihre Marke in der Online-Welt, steigern Ihre Chancen auf Weiterempfehlung und haben damit Ihren Konkurrenten der Offline-Welt, die auf veraltete Verkaufstrichtermethoden setzen, einiges voraus.

Sind Sie bereit für ein neues Kapitel Ihrer Vertriebsstrategie? Dann ist dieses Ebook genau das Richtige für Sie! Auf wenigen Seiten erfahren Sie die wichtigsten Formeln, die es für den Erfolg auf LinkedIn zu nutzen gilt. Für alle Newcomer ist dieses Ebook ein umfangreiches Handbuch zur Nutzung von LinkedIn. Sollten Sie bereits LinkedIn nutzen, klärt dieses Buch endlich auf, wie Sie mit Ihrem Profil erfolgreiches B2B-Marketing betreiben können.

INHALTE

MIT DEN FÜNF LINKEDIN LEHREN ZUM PROFI WERDEN

1. Warum Sie ein Karrierenetzwerk brauchen — Seite 1
2. Wie Sie Ihr perfektes Firmenprofil gestalten — Seite 3
3. Wie Sie mit LinkedIn neue Kunden gewinnen — Seite 4
4. Welche smarten LinkedIn Features mehr Sichtbarkeit generieren — Seite 9
5. Woran Sie Ihren Erfolg erkennen — Seite 10

DIGITAL TIGERS

WARUM SIE EIN KARRIERENETZWERK BRAUCHEN

Die Idee hinter LinkedIn

Vernetzen, Austauschen, Wachsen.
Als das weltweit größte Karriereportal bietet LinkedIn Unternehmen die Möglichkeit, sich anhand von Firmenprofilen zu präsentieren und wertvolle Netzwerke aufzubauen. Neben neuen Geschäftskontakten und Wirtschaftsbeziehungen mit anderen Unternehmen stellen die über 600 Millionen LinkedIn Nutzer auch eine wertvolle Zielgruppe für B2B Marketing dar.

Seite and Seite mit den größten Firmen

Über 30 Millionen Firmen sind bei Linkedin mit einer Unternehmensseite registriert. Darunter auch fast alle der 30 DAX-Firmen. Multikulturell und divers ist dabei die Devise. Die LinkedIn Nutzer kommen aus über 200 verschiedenen Ländern mit dem einen Ziel: Ihr Karrierenetzwerk erweitern. Nutzen daher auch Sie die Möglichkeit, Ihre Marke zu stärken und zum Branchenführer aufzusteigen.

Mit jedem neuen Kontakt wächst Ihre Reichweite

Network Building bei LinkedIn bedeutet Vertrauen generieren, Größe beweisen und strategische Vernetzung betreiben. Nur durch den kontinuierlichen Aufbau Ihrer Kontakte werden Sie mit höherer Reichweite belohnt. Daher ist es ratsam kommunikativ zu sein und in den direkten Austausch mit möglichen Kontakten zu treten.

DIGITAL TIGERS

Präzise und einfach neue Talente rekrutieren

Nicht nur die neuen Geschäftskontakte zeigen sich in sichtbarer Gewinnmaximierung für Ihr Unternehmen, auch die dezidierte Suche nach talentierten Arbeitskräften vereinfacht sich mit LinkedIn. Anhand von speziellen Targeting Mechanismen erreicht Ihre Stellenanzeige exakt die vorhergesehene Zielgruppe. So stellen Sie direkt sicher, dass mögliche Bewerber für die Position geeignet sind.

Ein attraktiver LinkedIn Auftritt ist die Voraussetzung

Heutzutage suchen Arbeitnehmer nicht mehr nur Stabilität und eine solide Bezahlung in ihren Berufen. Nein, viel mehr geht es um Teamspirit, Office Culture und berufliche Freiheiten. Daher sollte das Ziel Ihrer LinkedIn Firmenseite auch die Vermittlung der Firmenkultur und damit die Steigerung Ihrer Attraktivität für Arbeitnehmer sein. Über die Außendarstellung durch inhaltliche Beiträge und Bildmaterial stellen Sie sicher, dass interessierte Firmen oder Arbeitnehmer mit Ihnen in Kontakt treten.

WIE SIE IHRE PERFEKTES FIRMENPROFIL GESTALTEN

1 Eine Seite anlegen

Über LinkedIn Marketing Solutions geben Sie alle Basics über Ihr Unternehmen wie Firmenname, Website, Banner und Logo an. Danach erklimmen Sie die erste Hürde: es gilt, eine spannende Firmenbeschreibung zu erstellen. Beachten Sie dabei, dass die ersten 156 Zeichen für das Google Suchergebnis Ihrer LinkedIn Seite genutzt werden. Im letzten Schritt wird es spezifisch und ist absolute Aktualität gefragt. Hier tragen Sie Gründungsdatum, Unternehmensgröße, Standort und Branchenbereiche ein. Zuletzt gilt es die Wirkung Ihrer Seite zu testen. Dafür schalten Sie in "Member View" und betrachten die Darstellung aus der Sicht eines potentiellen Kunden. Alles super? Dann ab zum "Publishing"!

2 Mitarbeiter Onboarding

Nicht nur die Darstellung Ihres Unternehmens sagt etwas über die Qualität Ihrer Produkte und Services sowie Ihre Unternehmenskultur aus. Auch Ihre Mitarbeiter werben für Ihre Marke durch Angabe ihres Berufs und ihrer Position in ihrem Lebenslauf. Motivieren Sie daher Ihre Mitarbeiter, sich mit dem Firmenprofil zu vernetzen. Gleichzeitig erschließen Sie so auch neue, relevante Netzwerke.

3 Mehr Vertrauen durch Visualität

Ein hochwertiges Firmenfoto, ein Gruppenbild Ihrer Mitarbeiter, ein Video über Ihre Produktpalette oder wieso es sich lohnt Ihre Services zu nutzen - diese Inhalte ziehen LinkedIn Nutzer an und machen Ihr Profil spannend. Besonders wichtig ist auch ein einpräsamer Profil-Slogan und genügend Testimonials. Die Bestätigung von Qualitäten und Talenten durch Arbeitnehmer, Kollegen oder Freunde führen dazu, dass man Ihrem Profil mehr Vertrauen schenkt.

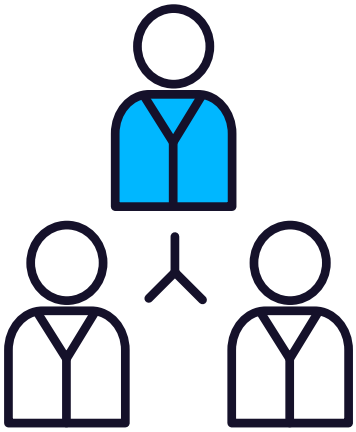
DIGITAL TIGERS

WIE SIE MIT LINKEDIN NEUE KUNDEN GENERIEREN

Was kommt vor Paid Advertising?

Dass Sie zu bezahlten Werbeanzeigen greifen ist zunächst einmal nicht falsch und im Gegenteil sogar förderlich für Ihre Reichweite. Dennoch ist dies keine Voraussetzung für die Akquise neuer Kunden mit LinkedIn. Viel mehr geht es darum, dass Sie die LinkedIn Logik so weit verstehen, dass Ihnen bewusst wird, wieso ein Nutzer auf LinkedIn registriert ist. Neben der Jobsuche, der Suche nach nützlichen Weiterbildungen oder dem Austausch von Branchen-Insights sind die meisten Unternehmen auf LinkedIn auf der Suche nach Kontakten - genau wie Sie!

Sie müssen also verstehen, dass ein essentieller Bestandteil von Social Selling Networking ist, welches dazu führt, dass Sie Geschäftsbeziehungen auch außerhalb von LinkedIn knüpfen. Das bedeutet die Anwort auf die oben genannte Frage lautet: Kontaktanfragen.



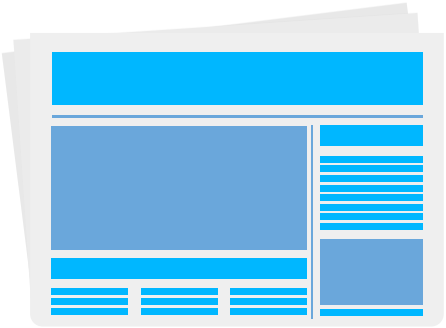
Das Geheimnis zu mehr Followern

Wie so häufig im Leben zählt auch beim Thema LinkedIn Netzwerk Qualität über Quantität. Es ist besser weniger nützliche Kontakte zu haben, als viele Unnütze. Deshalb sollten Sie nur mit Bedacht in Kontakt mit LIONS (LinkedIn Open Networkers) treten.

der Tat können diese Profile, die jede Kontaktanfrage annehmen, dafür sorgen, dass sich Ihr Netzwerk vergrößert, aber fraglich bleibt dabei, wie viele dieser neuen Netzwerkprofile fake und damit unbrauchbar sind. Besser ist es, über nützlichen Content seine Profilreichweite zu vergrößern.

Zwischen Fachwissen und Tratsch

Ganz konkret sollte Ihre Strategie das Teilen und Produzieren von nützlichen, hilfreichen und seriösen Inhalten sein. Dazugehören Fachartikel, Neuigkeiten, Erfahrungsberichte oder Branchen-Insights. Hauptsache Sie beziehen Ihre Infos von vertrauenswürdigen Quellen. Damit eine Beitrag dieser Art Autorität gegenüber von ähnlichen Beiträgen besitzt ist es wichtig den Kommunikator anhand der Firmenhierarchie zu wählen. Am besten ein Abteilungsleiter veröffentlicht die Botschaft, welche dann mit Ihrem Firmenprofil verlinkt wird. Wichtig beim Aufbau einer LinkedIn Präsenz über inhaltlicher Kompetenz und Relevanz ist die Regelmäßigkeit mit der Sie posten. Achten Sie darauf in einem Rhythmus zu bleiben, damit Ihre Fans sich auf die hilfreichen Inhalte verlassen können.



Wie erweitere ich mein Netzwerk?

Wenn Sie die Content Marketing Strategie konsequent durchführen, wird es nicht lange dauern, bis interessierte Nutzer beginnen Ihre Beiträge zu kommentieren, zu teilen oder Sie direkt anzuschreiben.
Solche Begegnungen sind Ihr Jackpot - nutzen Sie sie daher weise. Es ist nie ratsam direkt mit der Tür ins Haus zu fallen, dies schreckt nur ab und vergrault. Daher ist der zweite Schritt Ihrer Kontaktstrategie das subtile Gespräch. Zunächst beantworten Sie Kommentare und analysieren, wer sich Ihr Profil anschaut. Sollten Sie vermuten, dass hinter diesen Nutzern Ihre Zielgruppe steckt, dürfen Sie mit Phase 2 beginnen: Kontaktaufnahme.

Besser kompliziert als einfach

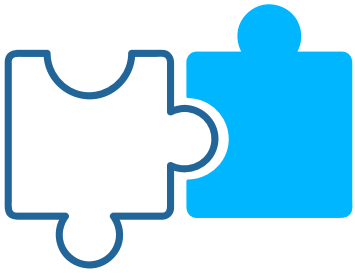
Anstatt eine Standard-Vernetzungsanfrage zu versenden, studieren Sie zuvor das Profil der jeweiligen Person aufmerksam. Möglicherweise gibt es Gemeinsamkeiten zwischen Ihnen, Anknüpfungspunkte für ähnliche Interessen oder Momente im Lebenslauf der anderen Person, die Sie aufhorchen lassen. Teilen Sie der Person genau dies mit - dass Sie auf Ihr Profil aufmerksam geworden sind, weil Sie beide beispielsweise auf der selben Schule waren. Auch ein ehrlich gemeintes Kompliment wirkt Wunder. Beenden Sie jede personalisierte Anfrage mit einer Frage nach dem aktuellen Status zu einem bestimmten Lebensabschnitt des Nutzers. Denn nimmt die Person Ihre Anfrage an, entwickelt sich daraus höchst wahrscheinlich ein Gespräch.

Geschafft, Sie kommunizieren! Aber was nun?

Das Kontakten über LinkedIn ist der erste Schritt, doch hier passiert noch keine Conversion. Ein LinkedIn Nutzer wird erst zu einem realen Lead, wenn Sie die Konversation offline weiterführen. Deshalb ist es wichtig, intensive, kontinuierliche online Gespräche zu führen. Das Ziel dieser Gespräche ist es, die wirtschaftlichen/berufliche Probleme des Gegenübers herauszufinden, um diese dann durch die eigenen Services/Produkte zu lösen. Eine anderes Ziel könnte sein, dass Ihr Kommunikationspartner Sie an die richtige Zielgruppe weiterempfiehlt.

Ein Tipp zur Systematisierung und Organisation

Das Anlegen und Nutzen eines Logbuchs, in welches Sie bestimmte Kontaktanfragen und erfolgreiche Gesprächsthemen aufschreiben, macht das Social Selling auf Dauer effizienter und erhöht Ihr Chancen auf Erfolg.



LinkedIn Marketing: Wie funktioniert das?

Die einfachste Möglichkeit auf Ihr Unternehmen aufmerksam zu machen, ist die Nutzung der Anzeigenschaltung auf LinkedIn. Dabei unterscheiden Sie zwischen verschiedenen Anzeigenformaten, die unterschiedliche Interaktionen mit Ihrem Firmenprofil bewirken und den Nutzern auf verschiedene Weise gezeigt werden. Besonders wichtig beim LinkedIn Marketing ist die richtige Spezifikation der Zielgruppe. Dafür sollten Sie präzise Kriterien bestimmen wie Location, Branche, Position, Firmengröße etc.

Ihr Profil im Fokus

Um sich von anderen Firmen in Ihrer Branche zu unterscheiden müssen Sie nur eins sein: aktiv! Teilen Sie LinkedIn Nutzern mit, wenn es Branchenneuheiten gab. Diskutieren Sie politische Entscheidungen, informieren Sie über Probleme und beschreiben Sie Lösungen. Lassen Sie Ihre Kontakte an den Entwicklungen Ihrer Firma teilhaben und seien Sie die Quelle für all jene, die sich für Ihre Branche interessieren. Das bedeutet: Rich Content kreieren!

Anzeigenverwaltung leicht gemacht

Dank des realtiv neuen Werbeanzeigenmanagers können auch Laien sorgenlos LinkedIn für Marketingzwecke verwenden. Mit dem Kampagnen-Manager wählen Sie einfach konkrete Marketing Ziele aus, die Sie mit Ihrer Anzeigenkampagne erreichen wollen. Dazu zählen beispielsweise Leadgenerierung, Webseitenbesuche, Video Aufrufe oder Engagement mit Ihrem Firmenprofil. Damit Sie nicht unnötig viel Zeit und Geld in das Schalten unpassender Anzeigenformate investieren, zeigt Ihnen der Kampagnen-Manager auch direkt die passenden Ads für die gewünschten Resultate an. Darüber hinaus können Sie im Werbeanzeigenmanager Kampagnen exakt terminieren, klonen oder archivieren. So behalten Sie zu jeder Zeit alles im Blick.

Und was kostet der Spaß?

Die LinkedIn Anzeigenschaltung funktioniert genau wie jede andere Social Media Anzeigenschaltung: Sie bieten pro Klick einen bestimmten Betrag und bestimmten Ihr maximales Kampagnenbudget, damit Sie keine bösen Überraschungen erleben. Sollten Sie sich bei der Höhe der Gebote unsicher sein, probieren Sie besser zunächst eine Testkampagne aus und vergleichen die Klickraten bestimmter Inhalte, um die Performantesten zu ermitteln.

Präzises Targeting: die richtige Zielgruppe einstellen

Egal wie auffällig, kreativ und ansprechend Ihre Anzeigen gestaltet oder geschrieben sind, sofern diese nicht an ein relevantes Publikum ausgeliefert werden, verringern sich Ihre Chancen auf Leads und Conversions. Daher sollte die optimale Einstellung Ihrer Zielgruppe Priorität Nummer eins sein. Beginnen sollten Sie mit den Basics wie Sprache, Region und Alter. Darüber hinaus können Sie zudem bestimmte Arbeitgeber auswählen, Unternehmensgrößen einstellen, Branchen angeben oder gezielte Personen auswählen. Weiterhin können Sie den Grad an Berufserfahrung sowie den Rang der Tätigkeit bestimmen. Auch speziellere Merkmale wie Interessen, Ausbildung und Kenntnisse können Sie auswählen. Sollte Sie jedoch nur begrenzt Zeit in die Bestimmung Ihrer Zielgruppe investieren wollen, bietet LinkedIn mit **Audience Templates** 2o nach Interessen, Ausbildung, Alter und Erfahrung vordefinierte Zielgruppen. Eine weitere zeitsparende Methode ist die Nutzung von **Lookalike Audiences**. Diese Zielgruppen bilden sich aus den Informationen über Ihre eigenen Verknüpfungen und Kunden. Basierend darauf werden ähnliche Zielgruppen erstellt, die zu mehr Conversions bei weniger Streuung führen.

Für jede Message das richtige Anzeigenformat

- ***Text Ad:*** erscheint oben rechts in der Desktopansicht, dezent, knapp, prägnant
- ***Display Ad:*** erscheint oben rechts, grafischer Banner, auffällig
- ***Dynamic Ad:*** personalisierte Botschaften, nutzen LinkedIn Nutzerdaten
- ***Sponsored InMail*****:** personalisierte, private E-Mails an Nutzer
- ***Sponsored Content:*** inhaltliche Beiträge, erscheinen im Feed der Nutzer
- ***Carousel Image Ad:*** rotierende Grafiken, mit Links verknüpft
- ***Follower Ad:*** LinkedIn Nutzer Bild erscheint neben Logo der werbetreibenden Firma, Button mit "Seite-Folgen"-Aufruf
- ***Spotlight Ad:*** LinkedIn Nutzer Bild erscheint neben Logo der werbetreibenden Firma, Button mit unterschiedlichen Aufrufen

WELCHE SMARTEN FEATURES MEHR SICHTBARKEIT GARANTIEREN

LinkedIn Gruppen als Kommunikationsstrategie

In LinkedIn Gruppen finden sich Nutzer mit ähnlichen Interessen, Zielen oder Qualifikationen zusammen, um sich zu vernetzen und auszutauschen. Anhand Ihrer Profileigenschaften schlägt LinkedIn automatisch nützliche Gruppen vor - doch Achtung, nicht jede Gruppe bringt Sie näher an Ihr Social Selling Ziel. Zu große Gruppen anonymisieren beispielsweise Ihre Beiträge und verringern die Chance, auf Offline-Kontakte. Gruppen bestehend aus Ihren LinkedIn Kontakten bringen Sie der Netzwerkerweiterung nicht näher. Möglicherweise lohnt es sich für Sie daher, eine neue Gruppe zu gründen, um an LinkedIn Kontakte außerhalb Ihrer vom Algorithmus bestimmten Reichweite zu gelangen. Nischen-Gruppen haben den Vorteil, dass gezielt über eine bestimmte Thematik diskutiert wird und Ihre Beiträge somit mehr Gehör finden.
Ihr Mitgliedschaft in bestimmten Gruppen können Sie als Teil Ihres Firmenprofils zur Schau stellen. Für Nutzer die Ihr Profil besuchen, ist der Eintritt in eine "Featured Group" tendenziell einfacher, als die Versendung einer Kontaktanfrage.

Showcase Pages als Sahnehäubchen Ihres Profils

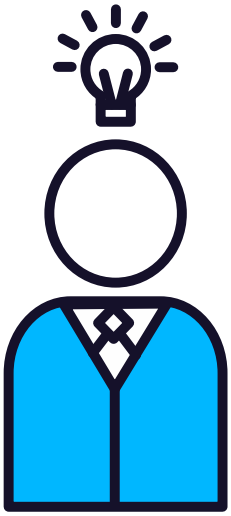
Wie bauen Sie eigentlich Ihr Profil auf, wenn Ihr Unternehmen mehr als nur ein Produkt oder Service anbietet? Oder Ihre Firma aus verschiedenen Abteilungen mit genügend Material für jeweils ein eigenes LinkedIn Profil besteht? Was wenn die Idealkunden Ihrer unterschiedlichen Produkte/Services keine gemeinsamen Eigenschaften aufweisen und damit die Zielgruppen komplett verschiedenen sind?

In diesen Fällen hat LinkedIn ein hilfreiches Feature parat: **die Fokusseiten/Showcaes Pages.**
Durch das Erstellen von bis zu zehn separaten, jedoch mit Ihrem Profil verbundenen, Unterseiten zu einem speziellen Aspekt verbessert sich die Erfolgsrate beim Erreichen Ihrer Zielgruppe signifikant. Inhalte, Beschreibungen und Darstellung können konkret auf die Eigenschaften der Target Audience zugeschnitten werden. Darüber wird Ihre Firma durch die Aufteilung in bis zu zehn Unterseiten für mehr Suchbegriffe gelistet und somit häufiger gefunden werden.

WORAN SIE IHREN ERFOLG ERKENNEN

Monitoring mit LinkedIn Analytics

Jede Durchführung einer strategischen Maßnahme braucht einen Überprüfungsmechanismus, um die bereits benötigten Ressourcen zu errechnen und diese in Relation zur Erfolgsrate zu setzen. Bei LinkedIn ist dies einfach mit dem integrierten LinkedIn Monitoring Service "LinkedIn Analytics". Wie beliebt einer Ihrer Beiträge war, welche Profile Ihre Seite besuchen und wer Ihre Follower sind können Sie dort einsehen. Auf diese Weise erhalten Sie wertvolle Insights die Ihnen helfen, Ihren Content besser auf Ihr Zielpublikum abzustimmen. Weiterhin erlaubt LinkedIn Analytics ein detailliertes Monitoring von anderen Unternehmensprofilen. Die dabei erhobenen Daten klären darüber auf, welche Firmen am ehesten auf Ihr B2B Marketing anspringen würden.



Wenn Sie verstehen wie LinkedIn tickt

Es ist wichtig, dass Sie wissen, nach welcher Logik LinkedIn Inhalte selektiert. Strenge Spamfilter sorgen dafür, dass nicht viele Inhalte lange im Newsfeed Ihres Netzwerkes überleben. Schafft es ein Beitrag die Spam- und Qualitätsüberprüfung zu überstehen, muss er sich anhand von Nutzerdaten behaupten. Die Art und Weise wie Ihre LinkedIn Profile mit dem geposteten Inhalt umgehen, liefert wichtige Daten für den LinkedIn Algorithmus. Sollte Ihr Beitrag überaus positiv abschneiden, hat er Chancen "viral" zu gehen. Davor stellt ein echtes Redakteurteam jedoch sicher, ob die Inhalte glaubwürdig und relevant sind. Anhand von LinkedIn Beiträgen, welche diese "Viralitätsprüfung" bereits gemeistert haben, können Sie ableiten, welche Inhalte von LinkedIn als besonders wichtig eingestuft werden. Erhält Ihr Beitrag also viele Interaktionen stehen die Chancen auf neue Kontakte und Erfolg sehr hoch.