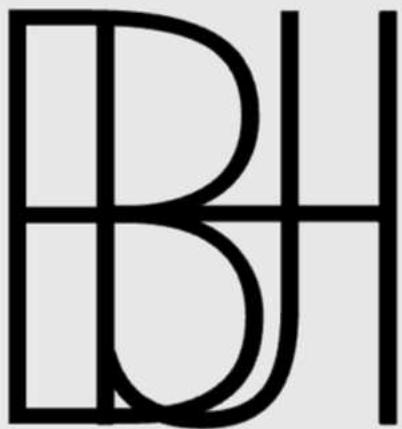




Sell it!

SOCIAL SELLING KICKSTART

*Die ersten 30 Tage zur
erfolgreichen Social Selling-
Strategie*



Selling. Social. Sales.

BJH Dadon Business Consulting

Wer wir sind & wofür wir stehen

BJH Dadon Business Consulting ist eine spezialisierte Unternehmensberatung mit Fokus auf modernen Vertrieb, Social Selling und die Schnittstelle zwischen Sales & Marketing. Unser Ziel ist es, Unternehmen dabei zu unterstützen, ihre Vertriebsstrategien an die digitale Welt anzupassen und nachhaltige Erfolge durch vertrauensbasierten Vertrieb und innovative Methoden zu erzielen.

Wir wissen: Sales & Marketing sind keine getrennten Welten – sie müssen zusammenwachsen, um langfristig erfolgreich zu sein. Deshalb begleiten wir Unternehmen nicht nur in der Sales-Optimierung, sondern auch in der strategischen Neuausrichtung von Vertriebsprozessen, Personal Branding und Social Selling.

Warum dieses Workbook?

Dieses Workbook entstand aus der Überzeugung, dass Social Selling nicht nur ein Trend ist, sondern ein fundamentaler Wandel in der Art, wie Menschen kaufen und verkaufen. Klassische Kaltakquise verliert immer mehr an Wirkung, während Vertrauen, Expertenstatus und digitale Präsenz die entscheidenden Erfolgsfaktoren werden.

Mit diesem Workbook möchten wir dir ein praxisnahe Tool an die Hand geben, das dir hilft, Social Selling strategisch & nachhaltig in deinen Alltag zu integrieren. Du bekommst klare Anleitungen, Reflexionsfragen & praktische Aufgaben, um Schritt für Schritt deine eigene Social Selling-Strategie aufzubauen.

Für wen ist dieses Workbook?

- Sales-Profis & Vertriebsmitarbeiter, die Social Selling gezielt für Kundengewinnung nutzen wollen.
- Marketer, die verstehen möchten, wie sie mit Vertrieb besser zusammenarbeiten können.
- Unternehmer & Führungskräfte, die ihr Team für moderne Vertriebsstrategien fit machen wollen.

Wie du dieses Workbook am besten nutzt

- Lies dir jedes Kapitel sorgfältig durch und bearbeite die dazugehörigen Aufgaben.
- Verwende die separaten Arbeitsblätter (PDFs), um deine Erkenntnisse zu notieren.
- Nutze die Reflexionsfragen, um deine Fortschritte zu messen.
- Setze dir am Ende jedes Kapitels konkrete Umsetzungsziele.

01

KAPITEL 1

Der LinkedIn-Algorithmus – Wie du sichtbar wirst

02

KAPITEL 2

Social Selling verstehen & Mindset shiften

03

KAPITEL 3

Dein LinkedIn-Profil als Vertriebsmaschine

04

KAPITEL 4

Content, der verkauft – ohne zu verkaufen

05

KAPITEL 5

Netzwerken & der richtige Aufbau von Beziehungen

06

KAPITEL 6

Messaging & Outreach – Vom Erstkontakt zum Kunden

07

KAPITEL 7

Dein 30-Tage-Plan für nachhaltigen Social Selling-Erfolg

08

KAPITEL 8

Erfolgsmessung & Reflexion

09

KAPITEL 9

Abschluss & nächste Schritte

01 Der LinkedIn-Algorithmus – Wie du sichtbar wirst

Einleitung: Warum du den LinkedIn-Algorithmus verstehen solltest

Der LinkedIn-Algorithmus entscheidet darüber, welche Inhalte wem ausgespielt werden. Wenn du möchtest, dass deine Beiträge mehr Menschen erreichen, die relevant für dein Business sind, dann solltest du die Grundmechanismen des Algorithmus kennen und bewusst für dich nutzen. Dieses Kapitel gibt dir einen kompakten Überblick darüber, wie LinkedIn Inhalte bewertet und welche Faktoren du beachten solltest.

1. Wie LinkedIn Inhalte bewertet und verteilt

Die vier Phasen der Content-Bewertung:

Jeder Beitrag auf LinkedIn durchläuft vier Stufen, bevor er potenziell viral gehen kann:

- Erstbewertung durch den Algorithmus (innerhalb von Sekunden)
LinkedIn prüft sofort nach Veröffentlichung, ob dein Beitrag Spam, qualitativ hochwertig oder irrelevant ist.

Tipp: Vermeide Clickbait, zu viele externe Links und reinen Werbe-Content.

01 Der LinkedIn-Algorithmus – Wie du sichtbar wirst

- Testphase mit ersten Interaktionen (innerhalb der ersten Stunden) LinkedIn zeigt deinen Beitrag einer kleinen Gruppe aus deinem Netzwerk. Reagieren sie schnell mit Likes, Kommentaren oder Shares? Dann stuft der Algorithmus ihn als relevant ein.

Tipp: Die ersten 90 Minuten nach dem Posten sind entscheidend – sei in dieser Zeit aktiv & interagiere mit den Kommentaren.

- Erweiterung auf ein größeres Netzwerk (innerhalb der ersten 24 Stunden) Wenn der Beitrag positiv performt, wird er weiter ausgespielt – zuerst an weitere Kontakte, dann an deren Netzwerk.

Tipp: Erhöhe deine Reichweite durch wertvolle Diskussionen in den Kommentaren – LinkedIn bevorzugt Beiträge mit aktiver Interaktion.

- Langfristige Sichtbarkeit (bis zu 2 Wochen!) Gut laufende Beiträge können auch nach Tagen oder Wochen immer wieder im Feed auftauchen.

Tipp: Aktualisiere alte Beiträge mit neuen Kommentaren oder Erwähnungen, um sie wieder in den Algorithmus einzubringen.

01 Der LinkedIn-Algorithmus – Wie du sichtbar wirst

2. Die 5 wichtigsten Faktoren für maximale Reichweite

1. Engagement ist der wichtigste Faktor

- Beiträge mit vielen **Kommentaren und Diskussionen** werden bevorzugt.
- Shares haben **geringeren Einfluss als Kommentare** – also lieber zur Diskussion anregen!

2. Die ersten 90 Minuten sind entscheidend

- LinkedIn bewertet neue Posts sehr schnell.
- Je schneller **Likes & Kommentare** kommen, desto größer die Reichweite.

3. Native Inhalte werden bevorzugt

- Externe Links (z. B. zu Blogs oder YouTube) senken die Reichweite.
- **Besser:** Den Link als Kommentar posten oder den Mehrwert direkt im Beitrag liefern.

4. Die richtige Posting-Frequenz

- 3-4 Beiträge pro Woche sind ideal – zu viel kann deine Reichweite senken.
- **Konsistenz schlägt Quantität!**

5. Die Kraft von Interaktionen

- **Kommentiere & reagiere auf Beiträge anderer, bevor du postest** – das erhöht deine eigene Sichtbarkeit.
- Die Interaktion mit anderen ist ein starkes Signal für den Algorithmus.

01 Der LinkedIn-Algorithmus – Wie du sichtbar wirst

3. Welche Inhalte der Algorithmus liebt

Diese Formate performen besonders gut:

- **Persönliche Geschichten & Learnings** → Besonders authentisch & nahbar!
- **How-to-Posts & Wissensbeiträge** → Bieten sofortigen Mehrwert.
- **Karussell-Posts mit praktischen Tipps** → LinkedIn pusht interaktive Formate.
- **Native Videos & Umfragen** → Fördern Engagement & Interaktionen.

Diese Inhalte haben es schwer:

- **Platte Werbeposts & Produktpräsentationen** → Zu verkaufsorientiert.
- **Beiträge ohne klare Struktur oder Mehrwert** → Verwirrung senkt Engagement.
- **Externe Links im Haupttext** → Der Algorithmus priorisiert LinkedIn-eigene Inhalte.

01 Der LinkedIn-Algorithmus – Wie du sichtbar wirst

So nutzt du den Algorithmus für dich

- Poste regelmäßig wertvolle Inhalte – aber nicht zu oft.
- Die ersten 90 Minuten nach dem Posten sind entscheidend – sei aktiv!
- Erhöhe deine Reichweite durch Diskussionen & Community-Interaktion.
- Vermeide Clickbait, platte Werbung & zu viele externe Links.
- Nutze die Stärken von Karussell-Posts, Videos & interaktiven Formaten.
- Wenn du den Algorithmus verstehst, kannst du ihn für dich arbeiten lassen – und dein Social Selling nachhaltig skalieren!

02 Social Selling verstehen & Mindset shiften

Was ist Social Selling wirklich?

Social Selling ist mehr als nur das Posten von Inhalten auf LinkedIn oder das wahllose Versenden von Kontaktanfragen. Es ist eine strategische Methode, um durch authentische Interaktionen, Vertrauen und wertvollen Content langfristige Geschäftsbeziehungen aufzubauen. In einer Welt, in der traditionelle Kaltakquise zunehmend an Wirkung verliert, weil Käufer ihre Entscheidungen eigenständig und online treffen, ist es entscheidender denn je, zur richtigen Zeit am richtigen Ort sichtbar zu sein.

Anstatt potenzielle Kunden direkt mit Verkaufsbotschaften zu konfrontieren, setzt Social Selling darauf, als wertvoller Ansprechpartner und Thought Leader wahrgenommen zu werden. Menschen kaufen von Menschen – und wer mit seiner Expertise sichtbar ist, relevante Diskussionen führt und Vertrauen aufbaut, wird automatisch als kompetenter Problemlöser in Betracht gezogen. Ein erfolgreicher Social Seller nutzt digitale Plattformen wie LinkedIn, um Beziehungen zu pflegen, Einblicke in relevante Themen zu geben und potenzielle Kunden in den Kaufprozess zu begleiten – ohne dabei aufdringlich oder pushy zu wirken.

Dieses Kapitel hilft dir, Social Selling richtig zu verstehen, typische Denkfehler zu vermeiden und eine Strategie zu entwickeln, die zu dir und deiner Zielgruppe passt. Du wirst lernen, wie du dich als Experte positionierst, relevanten Mehrwert schaffst und Social Selling als natürlichen Bestandteil deines Vertriebsalltags integrierst. Denn Social Selling ist kein kurzfristiger Hack – es ist eine nachhaltige Veränderung in der Art und Weise, wie du Beziehungen zu Kunden aufbaust und pflegst.

02 Social Selling verstehen & Mindset shiften

Wie du eine Social Selling-Strategie erstellst

1. Deine Zielgruppe verstehen

Bevor du mit Social Selling startest, musst du genau wissen, wen du ansprechen möchtest. Eine unklare Zielgruppe führt dazu, dass deine Inhalte nicht die richtigen Menschen erreichen und du keine echten Verbindungen aufbaust.

Fragen zur Zielgruppendefinition:

Wer sind deine idealen Kunden? (Branche, Position, Unternehmensgröße?)

Welche Herausforderungen haben sie? Welche Probleme kannst du lösen?

Wo halten sie sich digital auf? (LinkedIn-Gruppen, Foren, bestimmte Hashtags?)

02 Social Selling verstehen & Mindset shiften

Welche Art von Inhalten konsumieren sie?

Praxis-Tipp: Erstelle eine Buyer Persona – eine fiktive Beschreibung deines idealen Kunden mit Name, Beruf, Bedürfnissen und Herausforderungen

2. Typische Denkfehler im Social Selling vermeiden

Viele Menschen starten mit Social Selling, aber machen dabei einige grundlegende Fehler, die ihre Ergebnisse schmälern. Hier sind die häufigsten Fehldenken – und wie du es besser machst:

Fehler: „Ich poste einfach irgendwas – Hauptsache, ich bin aktiv.“

Besser: Eine klare Content-Strategie entwickeln, die deine Expertise zeigt und echten Mehrwert für deine Zielgruppe bietet.

Fehler: „Mehr Kontakte = mehr Erfolg.“

Besser: Qualität geht über Quantität! Pflege deine Kontakte aktiv und baue echte Beziehungen auf, anstatt massenhaft Anfragen zu verschicken.

Fehler: „Ich verkaufe direkt in meiner ersten Nachricht.“

Besser: Erst geben, dann nehmen! Baue Vertrauen auf, bevor du dein Angebot platzierst. Stelle Fragen, sei interessiert und biete relevante Inhalte.

Praxis-Tipp: Analysiere deine aktuelle Social Selling-Aktivität: Wo machst du vielleicht unbewusst einen dieser Fehler?

02 Social Selling verstehen & Mindset shiften

3. Social Selling in den Alltag integrieren

Viele scheitern daran, Social Selling konsequent umzusetzen, weil sie es als extra Aufgabe sehen. Stattdessen solltest du Social Selling als natürlichen Teil deines Tages etablieren.

So kannst du Social Selling effizient in deinen Workflow integrieren:

- 10 Min. morgens: Neue relevante Kontakte identifizieren und Netzwerk erweitern.
- 15 Min. mittags: Beiträge deiner Kontakte kommentieren und auf Diskussionen eingehen.
- 20 Min. nachmittags: Eigenen Content planen oder posten.
- 10 Min. abends: Direktnachrichten beantworten, Gespräche weiterführen.

Praxis-Tipp: Setze dir tägliche Reminder oder blockiere feste Zeiten in deinem Kalender, um Social Selling zur Routine zu machen.



Praxisaufgabe: Social Selling Mindset-Check:

Die Bearbeitung der Praxisaufgaben erfolgt in den separaten Arbeitsblättern, diese hast du im Download als PDF bereits erhalten.

○ NOTIERE

3 klassische Vertriebsansätze, die du in Social Selling umwandeln kannst.

○ SCHREIBE

2 konkrete Veränderungen auf, die du in deinem Verkaufsprozess umsetzen möchtest.

○ TEILE

Deine Erkenntnisse in der Community oder mit einem Sparringspartner.

03 Dein LinkedIn-Profil als Vertriebsmaschine

Warum dein LinkedIn-Profil dein wichtigstes Verkaufswerkzeug ist

Dein LinkedIn-Profil ist nicht einfach nur ein Lebenslauf – es ist deine digitale Visitenkarte und die erste Anlaufstelle für potenzielle Kunden, Geschäftspartner und Recruiter. Ein optimiertes Profil kann darüber entscheiden, ob du als Experte wahrgenommen wirst oder im digitalen Rauschen untergeht.

Menschen kaufen von Menschen, und auf LinkedIn hast du die Möglichkeit, eine starke Personal Brand aufzubauen, die dein Wissen, deine Erfahrungen und deine Werte widerspiegelt. Doch viele LinkedIn-Nutzer lassen diese Chance ungenutzt, weil ihr Profil zu generisch ist, keine klare Positionierung zeigt oder einfach nicht vollständig ausgefüllt ist.

Ein gut gestaltetes LinkedIn-Profil spricht nicht nur über dich – es spricht deine Zielgruppe direkt an. Es zeigt auf den ersten Blick, welchen Mehrwert du bietest, für wen du der richtige Ansprechpartner bist und warum es sich lohnt, mit dir in Kontakt zu treten.

In diesem Kapitel erfährst du, wie du dein LinkedIn-Profil strategisch optimierst, welche Elemente unverzichtbar sind und welche Fehler du vermeiden solltest. Das Ziel ist es, dein Profil so zu gestalten, dass es für dich arbeitet – rund um die Uhr.

03 Dein LinkedIn-Profil als Vertriebsmaschine

Die wichtigsten Bausteine eines überzeugenden LinkedIn-Profils

Ein vollständiges und professionell gestaltetes LinkedIn-Profil besteht aus mehreren Elementen, die zusammen ein stimmiges Gesamtbild ergeben. Hier sind die Schlüsselemente, die du optimieren solltest:

1. Profilbild & Banner – Der erste Eindruck zählt

- Professionelles Profilbild: Klare, freundliche und authentische Darstellung.
- Ansprechendes Banner: Nutze den Header-Bereich für dein Branding oder ein aussagekräftiges Bild.

Do's:

- Hochwertiges, gut ausgeleuchtetes Bild mit freundlichem Gesichtsausdruck.
- Hintergrundbild nutzen, um deine Marke oder dein Angebot visuell darzustellen.

Don'ts:

- Verschwommene oder unprofessionelle Bilder.
- Bilder mit Sonnenbrillen oder Gruppenfotos.

03 Dein LinkedIn-Profil als Vertriebsmaschine

2. Deine Headline – Mehr als nur deine Jobbeschreibung

- Kurz & knackig: Zeigt, was du machst und welchen Mehrwert du bietest.
- Suchmaschinenoptimiert: Nutze relevante Keywords, um besser gefunden zu werden.

Do's:

- Klare Positionierung mit einem Mehrwertstatement, z. B.: „Ich helfe Unternehmen, durch Social Selling neue Kunden zu gewinnen.“
- Wichtige Keywords für deine Branche einfügen.

Don'ts:

- Nur deine Berufsbezeichnung angeben („Sales Manager“ sagt wenig aus).
- Zu lange und komplizierte Sätze verwenden.

3. Über-mich-Sektion – Deine digitale Visitenkarte

Erzähle deine Geschichte: Was treibt dich an? Warum sollten sich Kunden für dich interessieren?

Strukturierte & ansprechende Formatierung: Verwende Absätze und Aufzählungen für eine bessere Lesbarkeit.

03 Dein LinkedIn-Profil als Vertriebsmaschine

Do's:

- Beginne mit einem starken Einstieg, der die Aufmerksamkeit weckt.
- Zeige konkrete Ergebnisse, Erfahrungen oder Referenzen.
- Schließe mit einer Call-to-Action ab (z. B. „Lass uns vernetzen!“)

Don'ts:

- Einfache Auflistung deines Lebenslaufs ohne Persönlichkeit.
- Zu technisch oder formell schreiben – LinkedIn ist ein soziales Netzwerk!

4. Erfahrung & Skills – Deine Fachkompetenz sichtbar machen

- Erfahrungen mit Mehrwert beschreiben: Welche Ergebnisse hast du erzielt?
- Wichtige Skills hervorheben: Lass dir relevante Fähigkeiten von deinem Netzwerk bestätigen.

Do's:

- Erfolgsgeschichten oder Projekte in der Beschreibung einbauen.
- Deine drei wichtigsten Skills nach oben setzen.

Don'ts:

- Keine Beschreibung oder unklare Jobtitel ohne Mehrwert.
- Zu viele Skills listen – Fokus auf die relevantesten.

03 Dein LinkedIn-Profil als Vertriebsmaschine

5. Featured & Empfehlungen – Dein Social Proof

- Featured-Section nutzen: Binde Links zu Artikeln, Videos oder Case Studies ein.
- Empfehlungen einholen: Lass Kunden oder Kollegen dein Profil mit Referenzen aufwerten.

Do's:

- Testimonials oder Kundenfeedback zeigen.
- Externe Links nutzen, um deine Expertise zu unterstreichen.
-

Don'ts:

- Diese Sektionen ungenutzt lassen.
- Nur Selbstdarstellung – Social Proof ist entscheidend!

So integrierst du dein LinkedIn-Profil in deine Social Selling-Strategie

Ein gutes Profil allein reicht nicht – du musst es aktiv nutzen, um Reichweite zu generieren und neue Kontakte zu knüpfen.

Tägliche To-Dos für dein Social Selling mit LinkedIn:

- Profil regelmäßig updaten: Halte es aktuell und optimiere es stetig.
- Netzwerk aufbauen: Täglich gezielt relevante Kontakte anfragen.
- Beiträge kommentieren: Zeige dich aktiv in Diskussionen deiner Branche.
- Wöchentlich eigenen Content teilen: Präsentiere dich als Experte mit wertvollen Beiträgen.

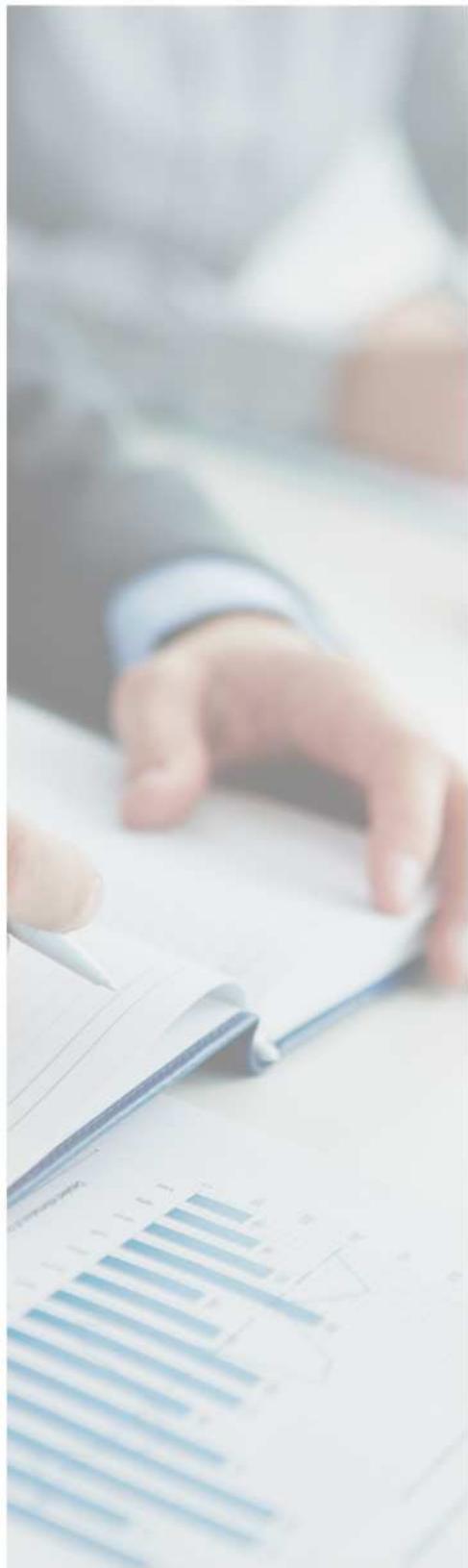
Fragen an dich

Wie unterscheidet sich ein optimiertes LinkedIn-Profil von einem klassischen Lebenslauf?

Welche drei Elemente machen dein Profil besonders attraktiv für potenzielle Kunden?

Was sagt dein aktuelles Profil über dich als Experte aus?





Praxisaufgabe: Profil-Optimierung- Quick-Check:

Die Bearbeitung der Praxisaufgaben erfolgt in den separaten Arbeitsblättern, diese hast du im Download als PDF bereits erhalten.

○ ÜBERARBEITE

Deine Headline, sodass dein Mehrwert für die Zielgruppe direkt ersichtlich wird.

○ ERGÄNZE

Eine aussagekräftige „Über mich“-Sektion mit einer klaren Positionierung.

○ FÜGE

Eine Call-to-Action hinzu (z. B. „Lass uns vernetzen, wenn du XYZ erreichen willst“).

04 Content, der verkauft – ohne zu verkaufen

Warum guter Content der Schlüssel zu Social Selling ist

Content ist das Herzstück von Social Selling. Er entscheidet darüber, ob du als Experte wahrgenommen wirst oder in der Masse untergehtst. Doch Content-Erstellung bedeutet nicht einfach nur, irgendetwas zu posten – es geht darum, relevante, wertvolle Inhalte zu teilen, die deiner Zielgruppe wirklich weiterhelfen.

Viele Menschen posten auf LinkedIn ohne eine klare Strategie, doch erfolgreicher Social Selling-Content folgt einer einfachen Regel:

Gib, bevor du nimmst.

Das bedeutet, dass du erst Mehrwert liefern musst, bevor du von deinen Kontakten etwas erwartest.

Das Ziel ist es, eine Community aufzubauen, die auf deine Inhalte reagiert, mit dir interagiert und dich als vertrauenswürdige Quelle für Wissen wahrnimmt. Guter Content schafft nicht nur Reichweite, sondern öffnet Türen für Gespräche und Beziehungen, die langfristig zu neuen Kunden führen.

In diesem Kapitel erfährst du, wie du einen durchdachten Content-Plan erstellst, welche Formate besonders gut performen und wie du Social Selling mit einer nachhaltigen Content-Strategie in deinen Arbeitsalltag integrierst.

04 Content, der verkauft – ohne zu verkaufen

Die wichtigsten Bausteine einer erfolgreichen Content-Strategie

Content, der verkauft, ohne nach Verkauf auszusehen, basiert auf den richtigen Formaten, Strukturen und einer klaren Strategie. Hier sind die wichtigsten Elemente, die du beachten solltest:

1. Die richtige Content-Strategie entwickeln

- Zielgruppenfokus: Dein Content sollte immer auf die Probleme, Fragen und Interessen deiner Zielgruppe abgestimmt sein.
- Relevanz & Mehrwert: Jeder Beitrag sollte dem Leser etwas bringen – sei es eine Inspiration, eine Antwort oder eine Lösung.
- Konsistenz statt Masse: Lieber regelmäßig guten Content veröffentlichen als sporadisch wahllos posten.

Do's:

- Eine klare Zielsetzung für deine Inhalte definieren.
- Inhalte auf Basis von echten Kundenfragen oder Problemen erstellen.
- Eine einheitliche Sprache und Tonalität wählen.

Don'ts:

- Nur über dein Produkt oder deine Dienstleistung sprechen.
- Posts ohne klare Struktur oder Mehrwert veröffentlichen.
- Zu werbliche Inhalte ohne echten Nutzen für die Zielgruppe.

04 Content, der verkauft – ohne zu verkaufen

2. Welche Content-Formate funktionieren am besten?

- Storytelling: Persönliche Geschichten, Learnings oder Erfahrungen ziehen am meisten Aufmerksamkeit.
- How-to-Posts & Listen: Konkrete Anleitungen, Tipps oder Checklisten haben hohen Mehrwert.
- Karussell-Posts & Infografiken: Interaktive, visuelle Inhalte fördern Engagement.
- Umfragen & Fragen an die Community: Fördern Diskussionen & Interaktionen.

Do's:

- Mehrwert liefern, anstatt nur über sich selbst zu reden.
- Einfache, klare und strukturierte Posts erstellen.
- Abwechslung in den Formaten nutzen.

Don'ts:

- Nur Textwüsten ohne visuelle Auflockerung posten.
- Inhalte ohne klare Call-to-Action oder Interaktionsmöglichkeit.
- Plättitüden ohne echten Inhalt oder Substanz.

04 Content, der verkauft – ohne zu verkaufen

3. Wie du mit deinem Content herausstichst

- Nutze einen persönlichen Stil: Deine Beiträge sollten authentisch sein und deine Persönlichkeit widerspiegeln.
- Vermeide Clickbait & generische Phrasen: Inhalte müssen ehrlich und substanziell sein.
- Baue gezielt Community-Engagement auf: Reagiere auf Kommentare und fördere den Austausch.

Do's:

- Klare, einfache Sprache nutzen – ohne Fachjargon.
- Persönliche Erfahrungen mit einfließen lassen.
- Leser direkt ansprechen und zur Interaktion ermutigen.

Don'ts:

- Lange, komplizierte Texte ohne klare Struktur.
- Zu viel Selbstwerbung oder Sales-Pitches.
- Ignorieren von Kommentaren oder mangelnde Interaktion.

04 Content, der verkauft – ohne zu verkaufen

4. Social Selling-Content in den Alltag integrieren

Eine der größten Herausforderungen für viele ist es, regelmäßig Content zu erstellen, ohne dass es zu viel Zeit kostet. Hier sind einige Tipps, wie du Social Selling-Content effizient in deinen Workflow einbauen kannst:

- Batch-Content-Erstellung: Blockiere einmal pro Woche 1-2 Stunden, um mehrere Posts vorzubereiten.
- Content-Ideen sammeln: Halte Inspirationen und Themenvorschläge in einem Notizbuch oder einer digitalen App fest.
- Wiederverwendung bestehender Inhalte: Erfolgreiche Posts können als Basis für neue Formate genutzt werden (z. B. Video aus einem Blogbeitrag erstellen).
- Community-Engagement nutzen: Reagiere aktiv auf Kommentare und verwandle Diskussionen in neue Content-Ideen.

Fragen an dich

Warum ist es wichtig, regelmäßig relevanten Content zu teilen?

Welche Art von Content bringt deine Zielgruppe wirklich weiter?

Welche Social Selling-Regel für Content-Erstellung gefällt dir am besten?





Praxisaufgabe: Erstelle einen 5-Post- Plan:

Die Bearbeitung der Praxisaufgaben erfolgt in den separaten Arbeitsblättern, diese hast du im Download als PDF bereits erhalten.

- **SCHREIBE**
Eine Ideenliste mit 5 Themen, die für deine Zielgruppe wertvoll sind.
- **PLANE**
Ein konkretes Posting (Story, Mehrwert-Tipp, Poll etc.) für die nächste Woche.
- **TEILE**
den ersten Beitrag und analysiere die Reaktionen.

05 Netzwerken & der richtige Aufbau von Beziehungen

Warum Netzwerken im Social Selling entscheidend ist

Social Selling basiert auf Beziehungen – und diese entstehen nicht über Nacht. Die erfolgreichsten Verkäufer sind nicht die aggressivsten, sondern die mit den tiefsten Verbindungen. Kunden möchten sich mit Menschen verbinden, die sie als wertvolle Partner und Experten wahrnehmen. Ein starkes Netzwerk kann dir langfristig Türen öffnen, dir wertvolle Einblicke in deine Branche geben und dir helfen, neue Kunden zu gewinnen.

Doch Netzwerken ist mehr als nur das Sammeln von Kontakten. Es geht darum, echte Beziehungen aufzubauen, sich regelmäßig auszutauschen und einen langfristigen Mehrwert zu bieten. Menschen erinnern sich nicht an diejenigen, die ihnen einfach nur eine Verkaufsanfrage geschickt haben – sondern an diejenigen, die echte Gespräche geführt und sich für ihre Herausforderungen interessiert haben.

In diesem Kapitel lernst du, wie du dein LinkedIn-Netzwerk strategisch aufbaust, wie du wertvolle Beziehungen pflegst und wie du dein Netzwerk aktiv nutzt, um neue Geschäftsmöglichkeiten zu generieren. Denn erfolgreiches Social Selling beginnt mit einer starken Community.

05 Netzwerken & der richtige Aufbau von Beziehungen

Die wichtigsten Bausteine eines erfolgreichen Netzwerks

Ein starkes Netzwerk ist keine Frage der Masse, sondern der Qualität. Hier sind die wichtigsten Prinzipien, die du für dein Social Selling-Netzwerk beachten solltest:

1. Die richtigen Kontakte finden & ansprechen

- Zielgerichtete Vernetzung: Füge nicht einfach wahllos Kontakte hinzu – wähle gezielt relevante Personen aus.
- Personalisierte Anfragen: Stelle immer einen Bezug zu einer Gemeinsamkeit oder einem relevanten Thema her.
- Langfristiges Denken: Ein Netzwerk baut sich nicht in einem Tag auf – es braucht Pflege und kontinuierliche Interaktion.

Do's:

- Nutze LinkedIn-Suchen, um gezielt nach relevanten Branchen oder Positionen zu filtern.
- Schreibe individuelle Nachrichten statt Standardanfragen.
- Sei geduldig – Beziehungen entstehen durch wiederholte Interaktionen.

Don'ts:

- Massenanfragen ohne persönliche Note versenden.
- Direkt nach der Verbindung eine Verkaufsnachricht schicken.
- Kontakte nur als Zahlen betrachten – ein Netzwerk lebt von Interaktion.

05 Netzwerken & der richtige Aufbau von Beziehungen

2. Beziehungen durch regelmäßige Interaktion stärken

- Kommentiere relevante Beiträge: Engagiere dich aktiv in den Feeds deiner Kontakte.
- Teile wertvolle Inhalte: Sei nicht nur Konsument, sondern auch Impulsgeber.
- Erkenne und nutze Gemeinsamkeiten: Gemeinsame Interessen oder Branchen schaffen natürliche Gesprächsaufhänger.

Do's:

- Jeden Tag 5-10 Minuten auf LinkedIn aktiv sein und interagieren.
- Direktes Feedback geben und Mehrwert in Kommentaren liefern.
- Kontakte aktiv nach ihrer Meinung oder Erfahrung fragen.

Don'ts:

- Nur Nachrichten schreiben, ohne auf öffentliche Beiträge zu reagieren.
- Kommentare abgeben, die keinerlei Substanz haben („Toller Beitrag“ ohne Mehrwert).
- Keine eigene Stimme haben – Authentizität zählt!

05 Netzwerken & der richtige Aufbau von Beziehungen

3. Dein Netzwerk gezielt für Geschäftsmöglichkeiten nutzen

- Frag gezielt nach Empfehlungen oder Introductions.
- Biete Mehrwert, bevor du um etwas bittest.
- Baue Vertrauen durch hilfreiche Interaktionen auf.

Do's:

- Nutze dein Netzwerk für sinnvolle Empfehlungen und Kontakte.
- Sei bereit, selbst Verbindungen herzustellen.
- Schaffe Mehrwert in Gesprächen, bevor du ein Angebot machst.

Don'ts:

- Nur an dein eigenes Interesse denken.
- Direkt nach einer Connection nach einem Gefallen fragen.
- Keine Nachbereitung oder Dankbarkeit zeigen.

05 Netzwerken & der richtige Aufbau von Beziehungen

So integrierst du aktives Netzwerken in deinen Alltag

Eine der größten Herausforderungen ist es, sich regelmäßig mit seinem Netzwerk zu beschäftigen. Hier sind einige einfache Methoden, wie du es effizient in deinen Tagesablauf integrieren kannst:

- 5 Min. morgens: 3 neue relevante Kontakte finden & anfragen.
- 10 Min. mittags: Kommentare bei relevanten Branchen-Posts hinterlassen.
- 15 Min. nachmittags: Netzwerknachrichten beantworten & bestehende Kontakte aktivieren.
- 1x pro Woche: Einen wertvollen Beitrag in deiner Branche teilen oder eine persönliche Erfahrung posten.

Mit dieser Routine kannst du kontinuierlich dein Netzwerk ausbauen, pflegen und strategisch für dein Social Selling nutzen!

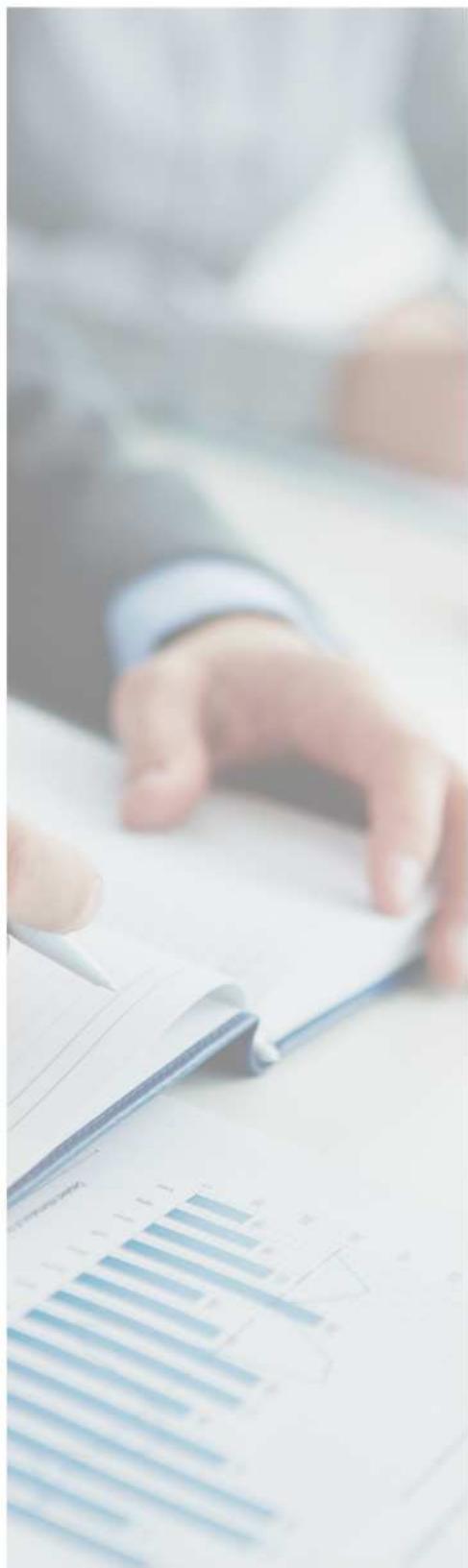
Fragen an dich

Warum ist es wichtig, regelmäßig mit deinem Netzwerk zu interagieren?

Welche Fehler beim Netzwerken willst du vermeiden?

Mit wem aus deinem bestehenden Netzwerk solltest du mehr in Kontakt treten?





Praxisaufgabe: „10 wertvolle Kontakte“-Challenge:

Die Bearbeitung der Praxisaufgaben erfolgt in den separaten Arbeitsblättern, diese hast du im Download als PDF bereits erhalten.

- **SUCHE**
Auf LinkedIn 10 relevante neue Kontakte aus deiner Branche.
- **VERNETZE**
Dich mit einer personalisierten Nachricht.
- **KOMMENTIERE**
3-5 Beiträge von bestehenden oder neuen Kontakten, um sichtbar zu werden.

06 Messaging & Outreach – Vom Erstkontakt zum Kunden

Wie du mit Social Selling effektive Gespräche initiiierst

Viele Verkäufer scheitern bereits an der ersten Nachricht. Kunden sind generell von plumpen Verkaufs-Pitches und standardisierten Copy-Paste-Nachrichten. Im Social Selling geht es nicht darum, einfach nur Kaltakquise in die digitale Welt zu verlagern – sondern darum, mit relevanten, personalisierten Nachrichten eine echte Verbindung aufzubauen.

Eine erfolgreiche Kontaktaufnahme beginnt mit einem echten Interesse an deinem Gegenüber. Statt sofort ein Angebot zu präsentieren, solltest du dich darauf konzentrieren, den Mehrwert für dein Gegenüber klarzumachen. Social Selling ist der Start eines Dialogs – kein Verkaufsmonolog.

In diesem Kapitel erfährst du, wie du authentische, wertschätzende Nachrichten formulierst, wie du dich von der Masse abhebst und wie du durch geschicktes Messaging aus einer Erstverbindung eine langfristige Kundenbeziehung entwickelst. Denn der richtige Outreach kann der Schlüssel zu neuen Geschäftsmöglichkeiten sein.

06 Messaging & Outreach – Vom Erstkontakt zum Kunden

Die wichtigsten Bausteine erfolgreicher Social Selling-Nachrichten

Gute Nachrichten haben eines gemeinsam: Sie fühlen sich nicht wie eine Verkaufsnachricht an. Stattdessen sind sie relevant, persönlich und erzeugen echten Mehrwert. Hier sind die wichtigsten Prinzipien:

1. Die perfekte Erstnachricht – So hebst du dich ab

- Personalisierung ist Pflicht: Verweise auf einen gemeinsamen Bezugspunkt (z. B. gemeinsames Netzwerk, geteilte Interessen oder ein aktueller Beitrag).
- Direkter Mehrwert: Mache klar, warum sich eine Vernetzung oder ein Gespräch lohnt.
- Offene Fragen nutzen: Eine Frage erhöht die Wahrscheinlichkeit einer Antwort.

Do's:

- Beginne mit einer freundlichen, individuellen Begrüßung.
- Erwähne, warum du dich vernetzt und welchen Mehrwert du bieten kannst.
- Schließe mit einer offenen Frage oder einem Gesprächsangebot ab.

Don'ts:

- Plumpes Copy-Paste ohne Bezug zur Person.
- Direkt ein Angebot oder eine Verkaufsanfrage stellen.
- Zu lange, unstrukturierte Nachrichten ohne klare Botschaft.

06 Messaging & Outreach – Vom Erstkontakt zum Kunden

2. Follow-up-Nachrichten – So bleibst du dran, ohne zu nerven

- Timing beachten: Warte ein paar Tage, bevor du nachhakst.
- Neuen Mehrwert bieten: Statt nur nach einer Antwort zu fragen, teile eine relevante Information oder einen weiterführenden Gedanken.
- Auf vorherige Interaktionen Bezug nehmen: Zeige, dass du aufmerksam bist und den Kontakt schätzt.

Do's:

- Erinnere höflich an das vorherige Gespräch oder die Anfrage.
- Bringe eine neue Information ins Gespräch ein.
- Halte die Nachricht kurz und respektvoll.

Don'ts:

- Mehrfaches Nachhaken ohne neuen Inhalt oder Mehrwert.
- Nachrichten im Befehlston („Bitte antworten Sie“).
- Den Kontakt abschreiben, nur weil er nicht sofort reagiert.

06 Messaging & Outreach – Vom Erstkontakt zum Kunden

3. Gespräche in echte Geschäftsmöglichkeiten verwandeln

- Aktives Zuhören: Achte darauf, was dein Gegenüber wirklich braucht.
- Nicht sofort verkaufen: Stattdessen herausfinden, wie du am besten helfen kannst.
- Verbindliche nächste Schritte vorschlagen: Kläre, ob ein weiteres Gespräch oder eine Kooperation sinnvoll ist.

Do's:

- Stelle gezielte Fragen, um Bedürfnisse zu verstehen.
- Teile relevante Erfahrungen oder Lösungen, statt sofort ein Angebot zu machen.
- Halte die Konversation offen und authentisch.

Don'ts:

- Gespräch künstlich in Richtung Verkauf lenken.
- Nur über dich und dein Angebot sprechen.
- Keine klare Gesprächsführung oder Follow-ups haben.

06 Messaging & Outreach – Vom Erstkontakt zum Kunden

So integrierst du effektives Messaging & Outreach in deinen Alltag

Der Schlüssel zu erfolgreichen Nachrichten liegt in der Regelmäßigkeit. Hier sind einige Methoden, wie du Messaging effizient in deinen Workflow einbaust:

- 10 Min. morgens: Zwei neue relevante Kontakte anschreiben.
- 15 Min. mittags: Auf eingegangene Nachrichten und Anfragen reagieren.
- 15 Min. nachmittags: Offene Gespräche weiterführen & Follow-ups senden.
- 1x pro Woche: Outreach-Strategie überprüfen & optimieren.

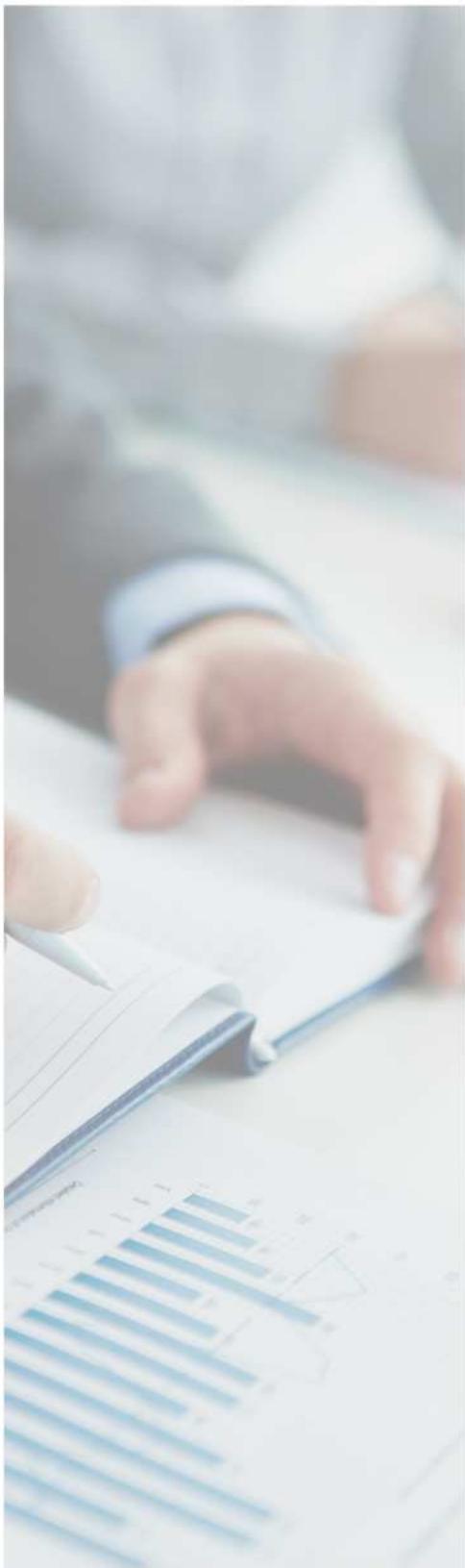
Fragen an dich

Was unterscheidet eine schlechte von einer guten Erstnachricht?

Welche Taktik passt am besten zu deinem Verkaufsstil:
Direktansprache oder Aufbau über Content-Interaktion?

Wie kannst du mehr Relevanz & Mehrwert in deine Nachrichten
bringen?





Praxisaufgabe: Messaging-Strategie erstellen:

Die Bearbeitung der Praxisaufgaben erfolgt in den separaten Arbeitsblättern, diese hast du im Download als PDF bereits erhalten.

○ ENTWICKLE

Eine personalisierte Erstnachricht für einen potenziellen Kunden.

○ TESTE

Sie mit 3 neuen Kontakten und notiere die Reaktionen.

○ OPTIMIERE

Deine Nachricht basierend auf dem Feedback.

07 Dein 30-Tage-Plan für nachhaltigen Social Selling-Erfolg

Warum ein klarer Plan dein Social Selling auf das nächste Level hebt

Social Selling ist keine kurzfristige Maßnahme – es erfordert Konsistenz, Strategie und eine klare Struktur. Viele beginnen voller Enthusiasmus, verlieren aber nach ein paar Wochen den Fokus, weil sie keinen klaren Plan haben. Genau deshalb ist ein 30-Tage-Plan der beste Weg, um Social Selling in deinen Alltag zu integrieren und messbare Ergebnisse zu erzielen.

Mit einem strukturierten Ansatz kannst du Schritt für Schritt dein Netzwerk ausbauen, relevante Inhalte erstellen und sinnvolle Gespräche mit potenziellen Kunden führen – ohne dass Social Selling zur Belastung wird. Es geht darum, gezielt wertvolle Routinen aufzubauen, die dich langfristig erfolgreicher machen.

In diesem Kapitel findest du eine Checkliste für deine ersten 30 Tage sowie hilfreiche Tipps, um Social Selling in deinen Workflow zu integrieren, ohne dass es zu viel Zeit kostet. Dieser Plan gibt dir eine Struktur, an der du dich orientieren kannst, während du deinen eigenen, individuellen Social Selling-Stil entwickelst.

Die Social Selling 30-Tage-Checkliste

Hier ist eine Schritt-für-Schritt-Anleitung, die dir hilft, Social Selling über einen Zeitraum von 30 Tagen systematisch aufzubauen. Dieser Plan ist flexibel und kann an deine individuellen Bedürfnisse angepasst werden.

Woche 1: Die Grundlagen legen

- LinkedIn-Profil optimieren: Aussagekräftige Headline, Über-mich-Text und professionelles Profilbild
- Mindestens 10 neue relevante Kontakte identifizieren & eine persönliche Kontaktanfrage senden.
- Erste Interaktionen: 5-10 Beiträge von anderen kommentieren und Mehrwert bieten.
- Content-Plan erstellen: Themen definieren, die für deine Zielgruppe wertvoll sind.
- 1. eigenen Beitrag veröffentlichen – z. B. Vorstellungspost oder Experten-Tipp.

Woche 2: Netzwerk aufbauen & aktiv werden

- 10 weitere relevante Kontakte hinzufügen und erste Gespräche starten.

Die Social Selling 30-Tage-Checkliste

- Relevante Gruppen auf LinkedIn beitreten und aktiv an Diskussionen teilnehmen.
- 2. eigenen Beitrag posten – z. B. eine persönliche Erfahrung oder ein Kunden-Insight.
- 10-15 Minuten pro Tag für Interaktion im Feed einplanen (liken, kommentieren, diskutieren).
- Mindestens 3 Personen direkt anschreiben und wertschätzende Gespräche beginnen.

Woche 3: Outreach intensivieren & Mehrwert schaffen

- Mindestens 3-5 wertvolle Direct Messages pro Woche versenden – ohne zu verkaufen!
- Ein Karussell-Post oder eine Umfrage erstellen, um Interaktionen zu steigern
- Mehrwert-Post erstellen: z. B. eine Checkliste oder eine praktische Anleitung
- Engere Beziehungen zu bestehenden Kontakten durch Follow-ups & Gespräche vertiefen.
- Networking-Zeit blockieren: Täglich 15-20 Minuten für gezieltes Engagement reservieren.

Die Social Selling 30-Tage-Checkliste

Woche 4: Routine festigen & langfristige Strategie entwickeln

- Analyse: Welche Beiträge & Nachrichten haben die beste Resonanz bekommen?
- Erneut 10-15 gezielte Kontakte aufbauen und aktives Netzwerken fortsetzen
- Einen Erfolgspost teilen – z. B. Learnings aus den ersten 30 Tagen.
- Outreach-Methode optimieren: Welche Nachrichtenformate haben am besten funktioniert?
- Eine Content-Routine für die kommenden Monate entwickeln und einen Langfrist-Plan erstellen.

Bonus-Tipp: Wenn du den 30-Tage-Plan erfolgreich umgesetzt hast, mache eine Bestandsaufnahme: Welche Routinen funktionieren für dich? Welche Methoden kannst du optimieren? Passe deinen Plan für die nächsten Monate an, um langfristig erfolgreich zu bleiben!

07 Dein 30-Tage-Plan für nachhaltigen Social Selling-Erfolg

So integrierst du den 30-Tage-Plan mühelos in deinen Alltag

Viele fürchten, dass Social Selling zu zeitintensiv wird. Die Lösung: Klare Routinen und smarte Zeiteinteilung. Hier sind einige bewährte Strategien:

- 5-10 Min. morgens: Kommentare & Interaktionen im Feed hinterlassen.
- 15 Min. mittags: Kontakte pflegen, Nachrichten beantworten, neue Gespräche starten.
- 20 Min. nachmittags: Content planen & posten, Kommentare bei eigenen Beiträgen beantworten.
- Freitags-Check: Kurze Analyse der Woche – Was hat gut funktioniert? Wo gibt es Verbesserungsbedarf?

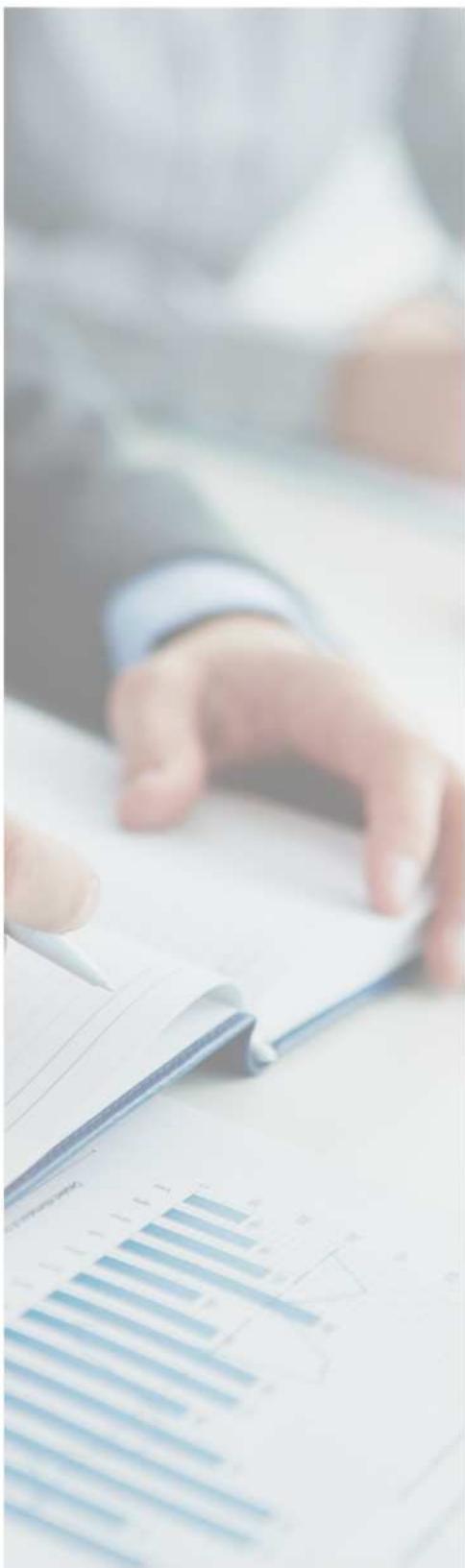
Fragen an dich

Welche Social Selling-Aktivität hat dir bisher die besten Ergebnisse gebracht?

Wie kannst du Social Selling langfristig in deinen Alltag integrieren?

Welche KPIs möchtest du tracken, um deinen Erfolg zu messen?





Praxisaufgabe: Dein 30-Tage-Plan:

Die Bearbeitung der Praxisaufgaben erfolgt in den separaten Arbeitsblättern, diese hast du im Download als PDF bereits erhalten.

- **ERSTELLE**
Einen Wochenplan für deine Social Selling-Routine (z. B. Montag: Content, Dienstag: Netzwerken, Mittwoch: Outreach etc.).
- **SETZE**
Dir 3 erreichbare Ziele für die nächsten 30 Tage.
- **STARTE**
Mit der Umsetzung und tracke deine Fortschritte in einem Erfolgsjournal.

08 Erfolgsmessung und Reflexion

Warum du deinen Social Selling-Erfolg messen & reflektieren solltest

Social Selling ist ein langfristiger Prozess – und wie bei jeder Strategie ist es entscheidend, regelmäßig zu überprüfen, was funktioniert und wo Optimierungsbedarf besteht. Viele Menschen posten Inhalte, vernetzen sich und schreiben Nachrichten, ohne jemals zu analysieren, welche Maßnahmen tatsächlich zum Erfolg führen.

Ohne klare Erfolgsmessung bleibt Social Selling ein vages Konzept. Wie kannst du erkennen, ob deine Aktivitäten zu neuen Geschäftsmöglichkeiten führen? Wie kannst du deine Reichweite steigern und dein Netzwerk gezielt ausbauen? Die Antwort liegt in einer strukturierten Erfolgsmessung und Reflexion.

In diesem Kapitel erfährst du, welche Metriken im Social Selling wirklich zählen, wie du deine Fortschritte regelmäßig überprüfst und welche Anpassungen du vornehmen kannst, um deine Ergebnisse zu verbessern. Zudem bekommst du praktische Tipps, wie du Erfolgsmessung und Reflexion in deinen Alltag integrierst – ohne viel Zeit zu investieren.

08 Erfolgsmessung und Reflexion

Die wichtigsten Kennzahlen für Social Selling-Erfolg

Um deinen Fortschritt realistisch zu bewerten, solltest du auf die richtigen Metriken achten. Hier sind die wichtigsten KPIs (Key Performance Indicators), die du regelmäßig überprüfen solltest:

1. Reichweite & Sichtbarkeit

- Anzahl der Profilbesuche – Wie viele Menschen sehen dein LinkedIn-Profil?
- Impressionen deiner Beiträge – Welche Inhalte erzielen die höchste Aufmerksamkeit?
- Engagement-Rate – Wie viele Likes, Kommentare & Shares bekommen deine Beiträge?

Do's:

- Regelmäßig deine Analytics auf LinkedIn checken.
- Beiträge optimieren, die wenig Interaktion erhalten.
- Erfolgreiche Posts analysieren & ähnliche Inhalte planen.

Don'ts:

- Sich nur auf Likes konzentrieren – Kommentare & Nachrichten sind wichtiger.
- Unregelmäßig posten – das senkt die Reichweite.

08 Erfolgsmessung und Reflexion

2. Netzwerk-Wachstum & relevante Kontakte

- Anzahl der neuen Verbindungen – Wächst dein Netzwerk kontinuierlich?
- Qualität der Kontakte – Vernetzt du dich mit relevanten Personen?
- Anzahl der aktiven Interaktionen – Wie viele Gespräche entstehen durch deine Beiträge?

Do's:

- Setze dir ein realistisches Ziel für neue Kontakte pro Monat.
- Vernetze dich gezielt mit Entscheidungsträgern & relevanten Personen.
- Baue echte Beziehungen auf, anstatt nur Kontakte zu sammeln.

Don'ts:

- Kontakte nur als Zahlen sehen – Qualität geht vor Quantität!
- Keine Follow-ups machen – ein Kontakt allein bringt noch keinen Geschäftserfolg.

08 Erfolgsmessung und Reflexion

3. Konkrete Geschäftsergebnisse

- Anzahl der geführten Gespräche – Wie viele Erstgespräche entstehen aus deinem Social Selling?
- Leads & Opportunities – Hat sich aus deinem Netzwerk eine konkrete Verkaufschance ergeben?
- Abschlüsse – Führt Social Selling tatsächlich zu neuen Kunden?

Do's:

- Erfolgreiche Gespräche analysieren: Was hat gut funktioniert?
- Messaging-Strategie optimieren, wenn wenig Resonanz kommt.
- Geduld haben – Social Selling ist ein Marathon, kein Sprint!

Don'ts:

- Zu schnell aufgeben, wenn sich nicht sofort Erfolge zeigen.
- Kontakte direkt mit Verkaufsanfragen überfordern.

08 Erfolgsmessung und Reflexion

So integrierst du Erfolgsmessung & Reflexion in deinen Alltag

Der Schlüssel zu nachhaltigem Erfolg liegt in kontinuierlicher Reflexion. Hier ist ein einfacher Wochen- und Monatsplan, um deine Fortschritte regelmäßig zu überprüfen:

- Montags-Check: Welche Inhalte & Aktivitäten stehen diese Woche an?
- Freitags-Analyse: Welche Posts & Nachrichten haben am besten funktioniert?
- Monatliches Review: Hat sich dein Netzwerk erweitert? Welche Gespräche führten zu Geschäftsmöglichkeiten?
- Optimierungsphase: Was kannst du im nächsten Monat verbessern?

Fragen an dich

Engagement-Rate: Wie viele Likes, Kommentare und Shares bekommst du?

Netzwerk-Wachstum: Wie viele neue wertvolle Kontakte hast du geknüpft?

Gespräche & Leads: Wie viele echte Business-Chancen haben sich ergeben?

Nutze das Erfolgs-Tracker-Arbeitsblatt, um deine Social Selling KPIs zu messen.



09 Abschluss & nächste Schritte

Rückblick auf dein Social Selling-Wissen

Herzlichen Glückwunsch! Du hast nun das Fundament für nachhaltigen Social Selling-Erfolg gelegt. In den vergangenen Kapiteln hast du gelernt, wie du dich strategisch positionierst, dein Netzwerk gezielt ausbaust und durch wertvolle Inhalte Vertrauen aufbaust. Du hast erfahren, welche Social Selling-Routinen langfristig zum Erfolg führen, wie du deine Aktivitäten messbar machst und deine Strategie kontinuierlich optimierst.

Doch Social Selling ist kein einmaliges Projekt – es ist eine kontinuierliche Entwicklung. Die besten Social Seller sind diejenigen, die sich immer wieder reflektieren, ihre Strategie anpassen und stetig Neues ausprobieren. Mit den richtigen Routinen und einer konsequenten Umsetzung wirst du langfristig profitieren.

09 Abschluss & nächste Schritte

Wie Social Selling den gesamten Sales Funnel beeinflusst

Social Selling endet nicht mit dem ersten Kontakt – es begleitet den gesamten Verkaufsprozess. In jeder Phase des Sales Funnels kann Social Selling entscheidend sein:

- **Awareness-Phase:** Durch regelmäßigen Content und Interaktion mit deiner Zielgruppe wirst du sichtbar und als Experte wahrgenommen.
- **Consideration-Phase:** Deine wertvollen Inhalte und deine aktive Netzwerkpflege sorgen dafür, dass potenzielle Kunden dich als relevanten Ansprechpartner in Betracht ziehen.
- **Decision-Phase:** Dank deines vertrauensvollen Austauschs und deiner authentischen Kommunikation bist du in der engeren Auswahl – und die Wahrscheinlichkeit steigt, dass du als bevorzugter Anbieter gewählt wirst.

Social Selling ist kein Ersatz für klassische Vertriebsmethoden – es ist eine Ergänzung, die dir hilft, effektiver, authentischer und nachhaltiger mit Kunden zu interagieren.

09 Abschluss & nächste Schritte

Wie du dein Social Selling-Wissen vertiefen kannst

Möchtest du noch tiefer in das Thema eintauchen? Dann nutze unsere weiterführenden Angebote:

- Workshops & Masterclasses – Praxisnahe Trainings, um deine Social Selling-Strategie weiterzuentwickeln.
- Online-Kurse – Vertiefende Programme, mit denen du dein Wissen flexibel und nachhaltig ausbauen kannst.
- Einzel- & Team-Coachings – Individuelle Betreuung, um maßgeschneiderte Strategien für dich oder dein Unternehmen zu entwickeln.

Dein Social Selling-Erfolg beginnt jetzt

Du hast jetzt alle Werkzeuge in der Hand, um Social Selling gezielt in deinen Arbeitsalltag zu integrieren. Doch Wissen allein reicht nicht – die Umsetzung macht den Unterschied. Setze dir konkrete Ziele, experimentiere mit neuen Ansätzen und bleibe konsequent an deiner Strategie dran.

Erinnerung: Social Selling ist langfristig – baue Vertrauen auf, sei präsent und interagiere regelmäßig mit deinem Netzwerk. Die Erfolge werden sich mit der Zeit einstellen!

Wir wünschen dir viel Erfolg auf deinem Social Selling-Weg und freuen uns darauf, dich in einer unserer Masterclasses, Workshops oder Coachings wiederzusehen!

NOTIZEN



Arbeitsblatt zur Praxisaufgabe

01 Social Selling Mindset-Check:

Warum diese Übung?

Social Selling erfordert eine neue Denkweise im Vertrieb. Es geht nicht darum, sofort zu verkaufen, sondern durch wertvollen Austausch langfristige Beziehungen aufzubauen. Diese Übung hilft dir, alte Vertriebsgewohnheiten zu hinterfragen und sie in einen modernen Social Selling-Ansatz zu überführen.

Notiere 3 klassische Vertriebsansätze aus deinem bisherigen Verkaufsprozess

Welche Methoden hast du bisher genutzt, um neue Kunden zu gewinnen? Schreibe 3 typische Vertriebsansätze auf, die du oft verwendet hast.

Social Selling-Transformation – Wie kannst du diese Ansätze anpassen?

Überlege, wie du die oben genannten klassischen Vertriebsansätze in Social Selling überführen kannst. Was würdest du verändern, um moderner und nachhaltiger mit Kunden in Kontakt zu treten?

Arbeitsblatt zur Praxisaufgabe

01 Social Selling Mindset-Check:

Tipp: Denke daran, Mehrwert statt direkter Verkauf – wie kannst du Kunden helfen, bevor du etwas anbietest?

Konkrete Veränderungen in deinem Verkaufsprozess

Welche 2 Veränderungen möchtest du konkret in deinem Social Selling-Ansatz umsetzen?

Ich werde ab sofort ...

Ich werde vermeiden ...

Austausch mit der Community oder einem Sparringspartner

Social Selling lebt vom Austausch! Teile deine Erkenntnisse in einer Community oder mit einem Sparringspartner.

- Option 1: Schreibe einen kurzen Post auf LinkedIn über deine Erkenntnisse – welche Veränderung möchtest du vornehmen? Welche Erfahrungen hast du bisher gemacht?
- Option 2: Diskutiere die Aufgabe mit einem Kollegen oder Mentor – Welche Sichtweisen hat dein Sparringspartner dazu?
- Option 3: Notiere deine wichtigsten Erkenntnisse und überprüfe in 4 Wochen, ob du die Veränderungen erfolgreich umgesetzt hast.

Arbeitsblatt zur Praxisaufgabe

03 Profil-Optimierung-Quick-Check:

Warum diese Übung?

Dein LinkedIn-Profil ist deine digitale Visitenkarte – es entscheidet, ob potenzielle Kunden oder Geschäftspartner dich als relevanten Ansprechpartner wahrnehmen oder weiterscrollen. Eine klare, überzeugende Positionierung hilft dir, direkt sichtbar zu machen, welchen Mehrwert du bietest und warum es sich lohnt, mit dir in Kontakt zu treten.

Dieses Arbeitsblatt hilft dir dabei, deine Headline, die „Über mich“-Sektion und eine gezielte Call-to-Action (CTA) zu optimieren, damit dein Profil sofort ins Auge sticht und die richtigen Menschen anspricht.

Headline-Optimierung: Mache deinen Mehrwert sofort sichtbar

Deine Headline ist das Erste, was dein Netzwerk sieht – sie sollte kurz, prägnant und wertorientiert sein.

Aktuelle Headline:

Überarbeitung: Formuliere deine neue Headline so, dass sie deinen Mehrwert klar vermittelt.

Beispiele für gute Strukturen:

- „Ich helfe [Zielgruppe] dabei, [Problem zu lösen] durch [deine Lösung].“
- „Experte für [Thema] | [Mehrwert] | Lass uns vernetzen!“

Meine optimierte Headline:

Arbeitsblatt zur Praxisaufgabe

03 Profil-Optimierung-Quick-Check:

Tipp: Nutze relevante Keywords, damit du in LinkedIn-Suchen besser gefunden wirst!

Über-mich-Sektion: Deine digitale Visitenkarte

Der „Über mich“-Abschnitt ist deine Chance, deine Geschichte zu erzählen und dich als Experte zu positionieren. Er sollte authentisch, klar strukturiert und leserfreundlich sein.

Aktuelle Über-mich-Sektion:

Überarbeitung: Deine neue „Über mich“-Sektion sollte:

- Dein Warum erklären: Warum tust du, was du tust?
- Klarstellen, für wen du der richtige Ansprechpartner bist.
- Deinen Mehrwert und deine Expertise zeigen.
- Eine klare Struktur haben (z. B. Absätze & Aufzählungen für bessere Lesbarkeit).

Meine überarbeitete „Über mich“-Sektion:

Tipp: Schreibe in der Ich-Form oder spreche deine Zielgruppe direkt an!

Arbeitsblatt zur Praxisaufgabe

03 Profil-Optimierung-Quick-Check:

Call-to-Action (CTA): Sag deinem Netzwerk, was es tun soll!

Eine klare Handlungsaufforderung (CTA) am Ende deiner „Über mich“-Sektion hilft dabei, mehr sinnvolle Vernetzungen und Gespräche zu führen.

Beispiele für starke CTAs:

- „Lass uns vernetzen, wenn du mehr über [Thema] erfahren möchtest!“
- „Schreib mir eine Nachricht, wenn du [Problem] lösen willst!“
- „Kommentiere unter meinem neuesten Beitrag, wenn du dich austauschen möchtest!“

Meine optimierte CTA:

Tipp: Halte es einfach, klar und motivierend!

Letzter Check – Ist dein Profil jetzt überzeugend?

Bevor du dein Profil speicherst, gehe durch diese Checkliste:

- Headline: Ist mein Mehrwert klar ersichtlich?
- Über-mich-Sektion: Erzählt sie meine Geschichte & positioniert mich klar?
- Call-to-Action: Fordert sie meine Zielgruppe aktiv zur Interaktion auf?

Bonus-Tipp: Teste dein neues Profil, indem du ein paar relevante Kontakte bittest, es sich anzusehen und Feedback zu geben!

Arbeitsblatt zur Praxisaufgabe

05 Erstelle einen 5-Post-Plan:

Warum diese Übung?

Content ist der Schlüssel zu Social Selling. Guter Content zeigt deine Expertise, bringt Mehrwert für deine Zielgruppe und baut Vertrauen auf. Doch viele haben Schwierigkeiten, regelmäßig relevante Inhalte zu posten. Diese Übung hilft dir dabei, einen klaren Plan für deine Inhalte zu entwickeln – damit du langfristig sichtbar bleibst.

Ideenliste: 5 Themen, die deine Zielgruppe interessieren

Überlege, welche Themen für deine Zielgruppe besonders wertvoll sind. Schreibe fünf Ideen auf, die du in den kommenden Wochen in deinen Beiträgen behandeln möchtest.

Tipp: Denke an häufige Fragen deiner Kunden, Herausforderungen in deiner Branche oder persönliche Erfahrungen, die Insights liefern!

Arbeitsblatt zur Praxisaufgabe

05 Erstelle einen 5-Post-Plan:

Plane einen konkreten Post für die nächste Woche

Wähle eine Idee aus deiner Liste und erstelle eine konkrete Posting-Strategie:

Thema des Posts:

Format des Beitrags:

- Storytelling-Post
 - Mehrwert-Tipp (How-To, Checkliste, Liste)
 - Umfrage oder Poll
 - Erfahrungsbericht
 - Meinungsbeitrag
 - Case Study
 - Anderes:
-

Kernaussage: (Was soll der Leser aus dem Post mitnehmen?)

Arbeitsblatt zur Praxisaufgabe

05 Erstelle einen 5-Post-Plan:

Call-to-Action (CTA): (Was soll dein Publikum nach dem Lesen tun?)

- Kommentieren
- Beitrag teilen
- Eigene Erfahrungen posten
- Nachricht senden
- Anderes: _____

Tipp: Nutze eine klare Sprache und stelle Fragen, um die Interaktion zu fördern!

Umsetzung: Teile deinen ersten Beitrag & analysiere die Reaktionen

Jetzt geht es an die Praxis! Poste deinen Beitrag auf LinkedIn und beobachte, wie dein Netzwerk darauf reagiert.

Veröffentlichungsdatum: _____

Erste Reaktionen nach 24h:

- Likes:
- Kommentare:
- Shares:
- Direkte Nachrichten:

Arbeitsblatt zur Praxisaufgabe

05 Erstelle einen 5-Post-Plan:

Reflexion & Optimierung

Was hat gut funktioniert? Wo gibt es Verbesserungspotenzial für den nächsten Post?

Welche Erkenntnisse hast du aus diesem Beitrag gewonnen?

Was würdest du beim nächsten Post anders machen?

Arbeitsblatt zur Praxisaufgabe

05 „10 wertvolle Kontakte“-Challenge:

Warum diese Übung?

Social Selling lebt von Beziehungen – doch viele bauen ihr Netzwerk ohne Strategie aus. Statt wahllos Kontakte zu sammeln, solltest du dich mit den richtigen Menschen vernetzen. Diese Challenge hilft dir, gezielt 10 wertvolle Kontakte zu finden, dich sinnvoll zu vernetzen und durch Interaktion sichtbar zu werden.

10 wertvolle Kontakte identifizieren

Nutze die LinkedIn-Suchfunktion, Filter oder bestehende Verbindungen, um 10 relevante neue Kontakte zu finden. Achte darauf, dass sie wirklich in dein Netzwerk passen!

Tipps zur gezielten Suche:

- Nutze Branchen- oder Positionsfilter (z. B. „Head of Sales“, „Marketing Manager“).
- Prüfe, ob du gemeinsame Kontakte hast – das erleichtert den Einstieg.
- Suche nach Menschen, die bereits über relevante Themen posten.

Arbeitsblatt zur Praxisaufgabe

05 „10 wertvolle Kontakte“-Challenge:

Meine 10 wertvollen Kontakte:

Arbeitsblatt zur Praxisaufgabe

05 „10 wertvolle Kontakte“-Challenge:

Personalisierte Vernetzungsnachrichten schreiben

Eine gute Vernetzungsanfrage entscheidet darüber, ob dein neuer Kontakt die Verbindung annimmt.

Elemente einer guten Vernetzungsnachricht:

- Persönlicher Bezug (gemeinsame Interessen, Veranstaltung, Beitrag etc.)
- Kurze Vorstellung (Wer bist du und warum vernetzt du dich?)
- Offene, freundliche Tonalität (kein Verkauf, sondern echter Austausch)

Beispiel für eine gelungene Nachricht:

„Hallo [Name], ich bin auf dein Profil gestoßen und finde deine Beiträge zu [Thema] super spannend. Ich beschäftige mich ebenfalls mit [Thema] und würde mich freuen, mich mit dir auszutauschen. Lass uns gerne vernetzen!“

Meine personalisierte Nachricht:

Tipp: Speichere deine Nachricht als Vorlage, passe sie aber immer individuell an!

Arbeitsblatt zur Praxisaufgabe

05 „10 wertvolle Kontakte“-Challenge:

Sichtbar werden: Kommentiere 3-5 Beiträge von relevanten Kontakten

Interaktion ist entscheidend! Kommentiere 3-5 Beiträge von neuen oder bestehenden Kontakten.

Wichtige Regeln für gute Kommentare:

- Zeige Interesse – gehe auf den Inhalt des Beitrags ein.
- Ergänze wertvolle Gedanken oder eigene Erfahrungen.
- Stelle Fragen, um eine echte Diskussion anzuregen.

Meine 3-5 kommentierten Beiträge:

Beitrag von	Kommentar

Tipp: Achte darauf, dass deine Kommentare echte Mehrwerte bieten – keine 08/15-Floskeln!

Arbeitsblatt zur Praxisaufgabe

05 „10 wertvolle Kontakte“-Challenge:

Reflexion & Learnings

Was hast du aus dieser Challenge mitgenommen?

Welche Erkenntnisse hast du gewonnen?

Wie viele neue Kontakte haben deine Anfrage angenommen?

- 1-3 Personen
- 4-6 Personen
- 7-10 Personen

Welche Kontakte sind besonders wertvoll für dein Netzwerk?

Arbeitsblatt zur Praxisaufgabe

06 Praxisaufgabe: Messaging-Strategie erstellen:

Warum diese Übung?

Social Selling bedeutet, mit potenziellen Kunden wertvolle Gespräche zu starten – und das beginnt mit der richtigen Erstnachricht. Eine gute Nachricht ist persönlich, relevant und nicht aufdringlich. In dieser Übung entwickelst du eine maßgeschneiderte Erstnachricht, testest sie in der Praxis und optimierst sie basierend auf echten Reaktionen.

Zielgruppenanalyse: Wen möchtest du ansprechen?

Bevor du deine Nachricht formulierst, überlege genau, wen du erreichen willst.

Beschreibe deinen idealen Gesprächspartner:

Branche / Position:	
Herausforderungen / Pain Points:	
Gemeinsame Anknüpfungspunkte (Themen, Events, Beiträge etc.):	

Arbeitsblatt zur Praxisaufgabe

06 Praxisaufgabe: Messaging-Strategie erstellen:

Entwurf deiner Erstnachricht

Nutze die folgenden Best Practices, um eine überzeugende Nachricht zu schreiben:

- Persönlicher Einstieg: Bezug auf ein gemeinsames Thema, Event oder Interesse.
- Kurze Vorstellung: Wer bist du & warum schreibst du?
- Wertorientierte Botschaft: Wie kannst du dem Empfänger helfen?
- Offene Frage oder CTA: „Lass uns vernetzen“ oder „Was denkst du darüber?“

Beispiel für eine starke Nachricht:

„Hallo [Name], ich bin auf dein Profil gestoßen und finde deine Beiträge zu [Thema] sehr spannend! Ich beschäftige mich ebenfalls mit [Thema] und würde mich freuen, mich mit dir auszutauschen. Lass uns vernetzen!“

Meine personalisierte Erstnachricht:

Arbeitsblatt zur Praxisaufgabe

06 Praxisaufgabe: Messaging-Strategie erstellen:

Testphase: Nachricht an 3 neue Kontakte senden

Nun geht es an die Praxis! Schicke deine Nachricht an drei neue relevante Kontakte und notiere die Ergebnisse.

Name & Position	Nachricht gesendet am	Reaktion (Antwort, keine Antwort, Interesse?)	Feedback aus der Antwort?

Tipp: Achte darauf, wann du die Nachricht sendest – oft sind LinkedIn-Nutzer morgens oder nachmittags aktiver!

Arbeitsblatt zur Praxisaufgabe

06 Praxisaufgabe: Messaging-Strategie erstellen:

Optimierung: Basierend auf echtem Feedback verbessern

Nun analysierst du deine Ergebnisse und verbesserst deine Nachricht:

Was hat gut funktioniert?

Welche Elemente kann ich optimieren?

Meine überarbeitete Nachricht nach dem Test:

Arbeitsblatt zur Praxisaufgabe

07 Praxisaufgabe: Dein 30-Tage-Plan:

Warum diese Übung?

Social Selling funktioniert nur, wenn du dranbleibst. Eine klare Routine hilft dir, regelmäßig wertvolle Aktivitäten in deinen Arbeitsalltag zu integrieren, ohne dass Social Selling zur Belastung wird. Dieses Arbeitsblatt hilft dir, einen konkreten Wochenplan zu erstellen, realistische Ziele zu setzen und deine Fortschritte zu tracken.

Erstelle deine Social Selling-Wochenroutine

Plane deine Woche so, dass Social Selling natürlich in deinen Alltag passt. Setze auf kleine, tägliche Schritte, anstatt alles auf einmal machen zu wollen.

Beispiel für eine Social Selling-Wochenroutine:

- Montag: Content-Ideen sammeln & ersten Post der Woche vorbereiten
- Dienstag: 10-15 Min. netzwerken & 3 neue Kontakte anfragen
- Mittwoch: Outreach – 3 relevante Personen gezielt anschreiben
- Donnerstag: 3-5 Kommentare bei relevanten Beiträgen hinterlassen
- Freitag: Analyse – Welche Aktivitäten haben am besten funktioniert?

Arbeitsblatt zur Praxisaufgabe

07 Praxisaufgabe: Dein 30-Tage-Plan:

Meine persönliche Social Selling-Routine:

Wochentag	Social Selling-Aktivität
Montag	
Dienstag	
Mittwoch	
Donnerstag	
Freitag	
Samstag (optional)	
Sonntag (optional)	

Tipp: Social Selling muss nicht zeitaufwendig sein – 30-45 Minuten pro Tag reichen!

Arbeitsblatt zur Praxisaufgabe

07 Praxisaufgabe: Dein 30-Tage-Plan:

Setze dir 3 erreichbare Ziele für die nächsten 30 Tage

Realistische Ziele helfen dir, dran zu bleiben und messbare Fortschritte zu erzielen.

Meine 3 Social Selling-Ziele für die nächsten 30 Tage:

Beispiel-Ziele:

- „Ich werde innerhalb von 30 Tagen mindestens 20 relevante neue Kontakte knüpfen.“
- „Ich werde jede Woche zwei wertvolle Beiträge posten, um meine Reichweite zu steigern.“
- „Ich werde mindestens 5 Gespräche mit potenziellen Kunden starten.“

Tipp: Wähle konkrete & erreichbare Ziele, um motiviert zu bleiben!

Arbeitsblatt zur Praxisaufgabe

07 Praxisaufgabe: Dein 30-Tage-Plan:

Tracke deine Fortschritte in deinem Erfolgsjournal

Notiere jede Woche deine Erfolge und was du verbessern kannst.

Meine Fortschritte nach Woche 1:

Was hat gut funktioniert?

Wo gibt es Verbesserungspotenzial?

Welche Erkenntnisse habe ich gewonnen?

Meine Fortschritte nach Woche 2:

Was hat gut funktioniert?

Wo gibt es Verbesserungspotenzial?

Welche Erkenntnisse habe ich gewonnen?

Arbeitsblatt zur Praxisaufgabe

07 Praxisaufgabe: Dein 30-Tage-Plan:

Meine Fortschritte nach Woche 3:

Was hat gut funktioniert?

Wo gibt es Verbesserungspotenzial?

Welche Erkenntnisse habe ich gewonnen?

Meine Fortschritte nach Woche 4:

Was hat gut funktioniert?

Wo gibt es Verbesserungspotenzial?

Welche Erkenntnisse habe ich gewonnen?
