

# hirey!

## VERTRIEBSOPTIMIERUNG DURCH SOCIAL SELLING

### EINE FALLSTUDIE

#### HERAUSFORDERUNG

Als Sourcing-Experte identifiziert Bertil Abel, Inhaber von EU Asia Consulting, geeignete Lieferanten und Produkte aus China für seine europäischen Kunden. Er unterstützt bei der Optimierung von Geschäftsprozessen und der Überwindung von Kommunikationsbarrieren im internationalen Handel. LinkedIn hingegen war für ihn vor Beginn des hi! Social Selling Trainings und Coachings ein unbeschriebenes Blatt. Die Potenziale, die sich hier durch gezielte Kommunikation und Positionierung ergeben, blieben lange ungenutzt.

**“ Ich habe es einfach so benutzt, wie es viele kennen, nämlich als Jobplattform bzw. zum einfachen Anschreiben und Kontaktieren von Leuten. Das war nicht annähernd vergleichbar zu dem, was man eigentlich damit machen kann.**

Ihm war klar, dass LinkedIn mehr zu bieten hat als das, was er bisher kannte und nutzte - vor allem in Bezug auf den Vertrieb. Es war jedoch schwierig, sich einen Überblick über die vielen Möglichkeiten zu verschaffen. Einer der Gründe dafür war, dass es kein festes Schema für den Einsatz von LinkedIn im Social Selling gibt. Für Bertil war klar, dass er Unterstützung von einem LinkedIn-Trainer braucht, um dieses komplexe und sehr individuelle Thema zu meistern. Er wusste, dass er jemanden benötigt,

der nicht nur über grundlegende LinkedIn-Kenntnisse verfügt, sondern auch über langjährige, professionelle Erfahrung im Social Selling. Das machte die Suche nicht einfach. Denn einen LinkedIn-Trainer zu finden, ist die eine Sache, einen mit der passenden Fachkompetenz die andere.

#### LÖSUNG

Das hi! Social Selling Training und Coaching von Matthias Handl hat Bertil von Anfang an überzeugt. Denn schon vor dem offiziellen Start investierte Matthias viel Zeit in die Vorbereitungen. So konnte in dem dreimonatigen Training und Coaching vom ersten Termin an individuell auf die Bedürfnisse und Ziele von Bertil eingegangen werden. Eine gemeinsame Erstanalyse bildete den Ausgangspunkt der Zusammenarbeit. Dabei wurde der Status quo ermittelt und festgehalten. Darauf aufbauend wurden schließlich die Ziele definiert. Das Ergebnis: Hauptziel des Trainings und Coachings sollte das Erlernen einer strukturierten Herangehensweise an das Social Selling sein. Bertil sollte dadurch in die Lage versetzt werden, LinkedIn effektiv zu nutzen, um organischen Traffic zu generieren und seine Reichweite zu vergrößern. An diesem Punkt angekommen, stellten sich für Bertil schnell viele Fragen. Darunter: Wie finde ich die richtigen Kontakte? Wie erreiche ich eine zielgruppenspezifische Ansprache? Was muss ich bei der Erstellung von Content beachten?

**“ Matthias ist sehr gut auf meine Fragen eingegangen. Das hat mir direkt ziemlich geholfen, da ich das Ganze so auch schnell in der Praxis wiedergeben konnte.**

Stück für Stück ist so eine fundierte Basis für alle Maßnahmen entstanden, die für das Social Selling geplant waren. Mit der gemeinsamen Erarbeitung einer Strategie für die Planung und Erstellung von Postings und Nachrichten war schließlich auch der Ausgangspunkt für die ersten Schritte in der Praxis gegeben. Darauf aufbauend sind schnell erste konkrete und vor allem messbare Ergebnisse erzielt worden. Möglich wurde dies durch die wöchentliche Überprüfung, Diskussion und ggf. Anpassung der geteilten Posts und Nachrichten anhand ihrer Kennzahlen. Von Termin zu Termin erhielt Bertil so ein immer besseres Gefühl für die richtige Ansprache seiner Zielgruppe. Am Ende des Trainings und Coachings stand fest: Der Weg für weitere, tiefergehende Maßnahmen zur Optimierung des Vertriebs über Social Selling ist frei.

## **ERGEBNIS**

Social Selling ist mit Abschluss des Trainings und Coachings ein fester Bestandteil in Bertils Arbeit geworden. Sein Verständnis von LinkedIn als Tool zur Neukundengewinnung ist mittlerweile so weitreichend, dass er die organische Reichweite in kurzer Zeit fast verzehnfachen konnte. Das Erstellen und Verbreiten von wirkungsvollem Content ist für ihn auch über LinkedIn hinaus keine Herausforderung mehr.



**Das Ganze hat mir nicht nur für LinkedIn geholfen, sondern auch auf allen anderen Plattformen.**

Auch der Zeitaufwand für das Social Selling hat sich mit zunehmender Erfahrung deutlich verringert. Der anfängliche Aufwand von zehn Stunden pro Woche konnte auf fünf Stunden reduziert werden. Nicht unwesentlich waren dabei die Einblicke in die Anwendung spezieller Automatisierungstools, die das hi! Social Selling Training und Coaching vermitteln konnte. Durch die intensive Auseinandersetzung mit LinkedIn Social Selling hat sich für Bertil auch das Selbstverständnis seiner eigenen Rolle verändert.



**Wir haben von Anfang an klargestellt, dass auch ich viel Zeit investieren muss und dass ich mich natürlich auch verändern werde, vom Produkt Sourcer in China zu einem Marketer.**

Entscheidend für den Erfolg des Trainings und Coachings war laut Bertil vor allem die Person dahinter. Matthias habe es geschafft, während der gesamten Zusammenarbeit eine angenehme und positive Atmosphäre zu schaffen. Auch die Erwartungen an das Fachwissen und die Art der Vermittlung wurden laut Bertil voll erfüllt.



**Er hat mich abgeholt bei den Problemen, die ich hatte. Er hat nicht ein Standardrepertoire abgearbeitet, sondern er hat mich individuell betreut. Standardisierte Kurse kann ich mir auch durch Bücher holen, aber die sind lange nicht so effektiv wie das Coaching.**

Für die Zukunft möchte Bertil auf dem Wissen aufbauen, welches er durch das Training und Coaching erworben hat. Mit der mittlerweile sehr starken organischen Reichweite seines LinkedIn-Accounts möchte er seine Strategie zukünftig um eine weitere Komponente erweitern. Der nächste Schritt ist für ihn die Optimierung seiner nicht-organischen Reichweite. Die Erkenntnisse und Ergebnisse des hi! Social Selling Trainings und Coachings bieten ihm dafür die bestmögliche Grundlage, um auch hier schnell Erfolge zu feiern.