

Generating Leads and building

Brand Awareness





LinkedIn – das kosteneffizienteste Werkzeug für den Aufbau von Markenbekanntheit und Neukundengewinnung auf internationalen Märkten

Wenn europäische Hersteller international über Vertriebspartner oder Verkaufsniederlassungen expandieren, müssen sie ihre Marke von Grund auf bekannt machen und entweder für die eigene Verkaufsmannschaft oder den Vertriebspartner Interessenten gewinnen. Diese Situation stellt die Hersteller immer wieder vor große Probleme, da Budgets für internationale Markenkampagnen nur in den seltensten Fällen verfügbar sind. Social Selling und Marketing über die Plattform LinkedIn stellt für diese Situation eine kosteneffiziente Lösung dar.

Zur Zeit hat LinkedIn mehr als 500 Millionen User mit dem Ziel diese Anzahl auf 3 Milliarden User in den nächsten Jahren aufzubauen. Mehr als 40% der Mitglieder sind täglich auf der Plattform.

Die User sind zu einem großen Teil Entscheider, die Plattform erreicht mehr Top Manager als jede andere News oder Business Webseite im Internet. LinkedIn ist in seiner Popularität durchaus mit Facebook zu vergleichen.

Eine Studie aus 2017 von Hubspot basierend auf 5000 befragten Unternehmen in den USA bestätigt, dass LinkedIn mehr Leads generiert als die gesamten Social Media Kanäle zusammen gerechnet. LinkedIn ist genau genommen zur Zeit das einzige globale, soziale Netzwerk für "Business Professionals" mit einer unvergleichlich gut gebildeten User Community. In vielen Ländern hat sich LinkedIn als Plattform etabliert, über die auf sehr hohem Niveau Informationen ausgetauscht werden.

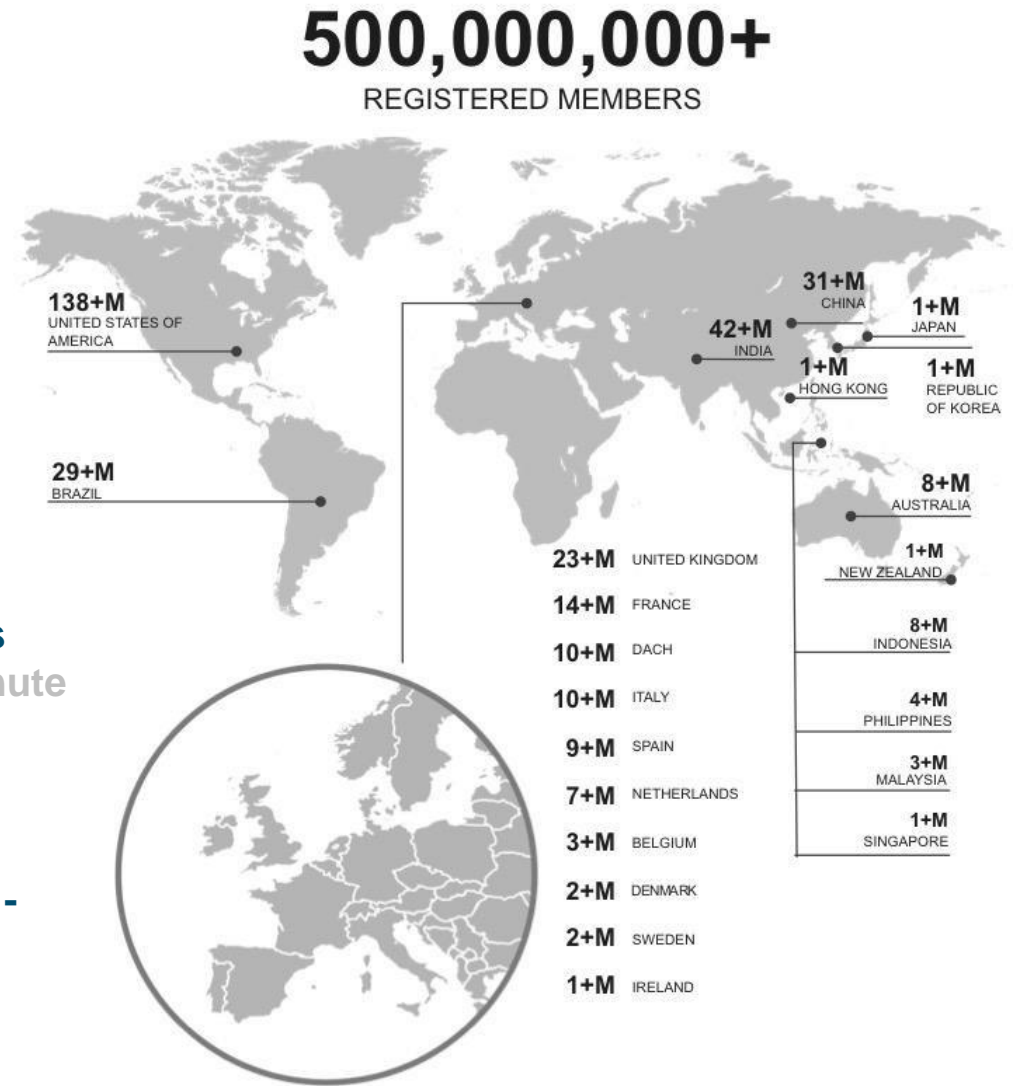
Unternehmen, die LinkedIn professionell als Marketing-Instrument einsetzen, können mit vielen Vorteilen rechnen.

LinkedIn stellt vor allem ein äußerst wertvolles Permission-Marketing Asset dar, das ein Unternehmen über Jahre hinweg für Umsatzsteigerung, Imagebildung, Neukundengewinnung und Mitarbeiter-Recruiting einsetzen kann. Das heisst, ein Investment in diese Plattform ist als langfristig zu sehen, bringt aber auch gleichzeitig kurzfristig Vorteile wie die Möglichkeit sich selbst und die eigene Firma als Experten in der Branche zu positionieren oder das schier unerschöpfliche Reservoir an gut qualifizierten, potentiellen Kunden.

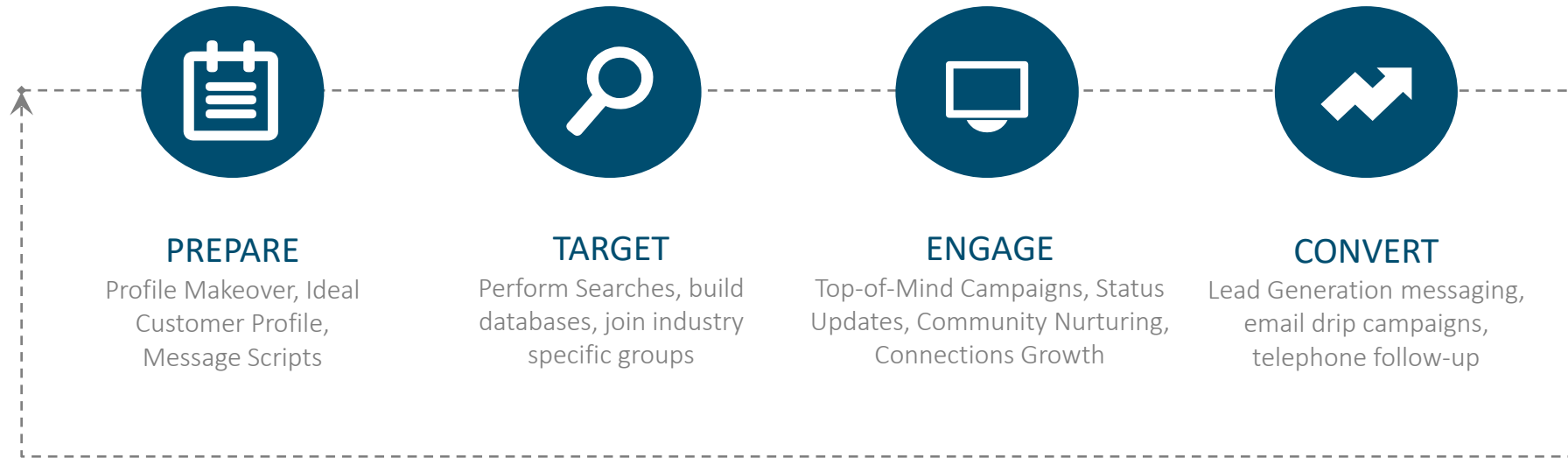
80% of all B2B social media leads come from LinkedIn

1 out of 3 professionals on the planet are on LinkedIn - members are decision makers and C-level executives - **40% of members check LinkedIn daily** - 200 conversations per minute occurring in LinkedIn groups - **1 in 20 LinkedIn profiles belong to recruiters** - LinkedIn is the #1 channel for marketers to distribute content

LinkedIn drives most traffic to B2b blogs & sites - LinkedIn is the #1 content source for professionals



Nachhaltiger Erfolg durch professionelle Vorbereitung und einen systematischen Prozess für die Neukunden-Gewinnung auf LinkedIn



Jedes Unternehmen hat seinen spezifischen Markt, seine Zielgruppen und seine Botschaften – somit muss jede Kampagne auf LinkedIn individuell konzipiert sein.

1. Prepare: Wir bereiten unsere Kunden vor, indem wir ihr Profil erstellen oder optimieren, indem wir den "idealen Kunden" im Detail beschreiben Scripts für die erste Kontaktaufnahme aber natürlich auch für die laufende Kommunikation mit den prospects - bis hin zur Einladung auf eine Messe oder zur Vereinbarung eines Gesprächstermins vorbereiten.

Darüber hinaus suchen wir nach den für die Produkte und Branche passenden LinkedIn Gruppen, die uns Zugang zu weiteren, potentiellen Kunden ermöglichen.

Wenn wir das ideale Kundenprofil erarbeiten, dann definieren wir im Detail den geografisch Raum wo sich die potentiellen Kunden befinden, die Zielbranche, die Unternehmensgröße und Details zum Ansprechpartner im Unternehmen mit dessen Funktion und Senioritätslevel.

Nach genau diesen Kriterien können wir im Anschluss sehr treffgenau über die Advanced Search unser targeting durchführen.

Ein weiterer Schritt in der Vorbereitung betrifft das LinkedIn Profil unseres Kunden. Das Profil soll eine spannende Geschichte erzählen und klar zum Ausdruck bringen, welches Kundenproblem gelöst werden kann. Ein LinkedIn Profil funktioniert grundsätzlich wie ein Inserat, das durch unsere Kampagnen bis zu 1000x im Monat gesehen wird.



“Wir waren völlig überrascht was LinkedIn in den USA bewirken kann, wenn man diese Plattform professionell bespielt. Inmotion hat für uns mehrere Hundert spannende Prospects identifiziert und in sehr kurzen Zeit Gefertec als Experten für generative Fertigung positioniert. In Vorbereitung auf einen Kongress konnten wir rund 20 Termine mit Top-Firmen wie Boeing, LAI oder SSL vereinbaren, vier davon hatten konkrete Projekte am laufen. Und wenn wir Artikel veröffentlichen, werden diese rund 1000 Mal gesehen, eine unglaubliche Breitenwirkung nach so kurzer Zeit!”

Tobias Röhrich, CEO gefertec.de

GEFERTEC
Generative Fertigungstechnik

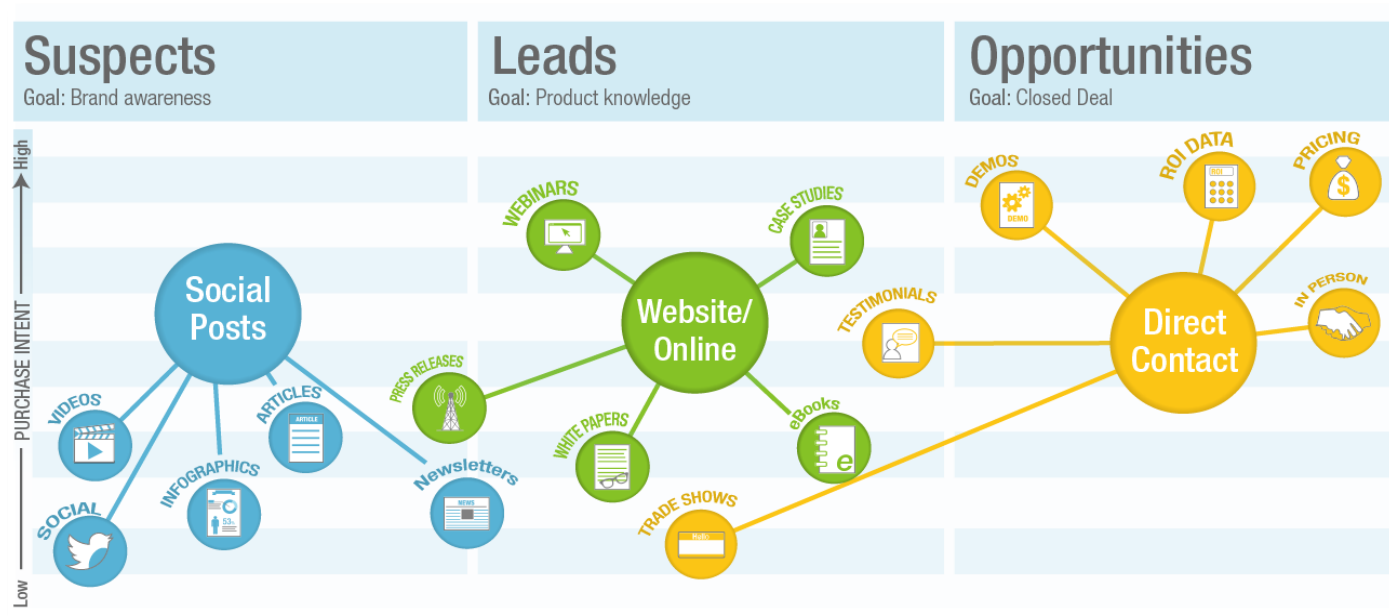
Der letzte Schritt in der Vorbereitungsarbeit betrifft die **LinkedIn Gruppen**. Auf LinkedIn gibt es mehr als 2 Millionen Gruppen, wobei die beliebtesten Gruppen mehrere Hunderttausend Mitglieder haben. Sobald man Mitglied in einer Gruppe ist, kann man in die Gruppe Inhalte posten. Zur Zeit kann man in maximal 100 Gruppen Mitglied sein, wenn man hier die richtige Auswahl getroffen hat und einen guten Content Plan hat, kann damit eine sehr große Anzahl von interessierten Leuten erreicht und eine Marke optimal positioniert werden.

Weiters können Sie mit allen Gruppen Mitgliedern direkt Kontakt über die “Message“ Funktion aufnehmen, auch wenn man nicht mit der Person verbunden ist. LinkedIn hat diese Funktion kürzlich auf 15 Messages/Monat eingeschränkt.

2. Target & Build: Sobald die Vorbereitungsarbeiten abgeschlossen sind, also sobald wir ein professionelles Profil aufgesetzt haben, die Zielgruppe klar definiert ist und wir wissen auf welchen Gruppen wir aktiv werden sollen – beginnen wir, die LinkedIn Connections aufzubauen.

Die meisten Kunden mit denen wir arbeiten kommen zu uns mit 100-200 LinkedIn Kontakten und können in einigen wenigen Monaten mehr als 1000 neue Connections aufbauen. Damit bekommen Sie Zugang zu handverlesenen potentiellen Kunden, die genau den Kriterien eines idealen Kunden entsprechen.

Vom Aufbau der Markenbekanntheit, Vertrauen und Kompetenz bis zum Erstkontakt per Email, Telefon oder „live“ auf einer Messe...



3. Engage: Sobald die ersten rund 100 connections aufgebaut sind, starten wir mit den sogenannten "Top-of-Mind" Kampagnen. Ziel dieser Kampagne ist es, über relevanten Content Vertrauen und Kompetenz aufzubauen und die Marke beim potentiellen Kunden sichtbar zu machen. Auf Wunsch bieten wir auch retargeting über Google oder Facebook auf Basis der zum LinkedIn Profil gespeicherten Email-Adresse an. Damit können wir der Marke zu noch mehr Visibilität beim potentiellen Kunden verschaffen.

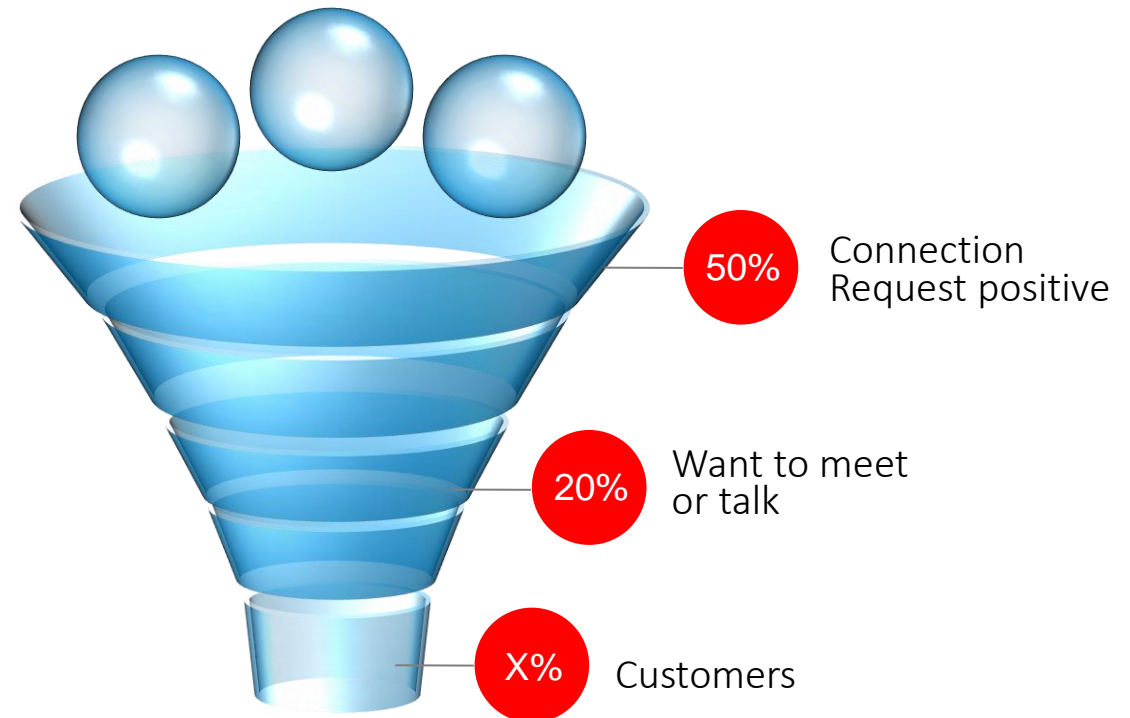
Der den Zielpersonen angebotene Content muss ausgewogen sein. Dazu hören wir uns im Vorfeld der Content-Planung in den relevanten Gruppen um und eruiern, welche Themen den Mitgliedern am Herzen liegen und gerade "heiss" sind. In einer Woche werden nach Abstimmung mit dem Kunden zwischen 3 und 5 Postings abgesetzt. Die Inhalte werden monatlich geplant und mit dem Kunden abgestimmt. Auf diese Weise positionieren wir hier unsere Kunden als Meinungsführer und Experten.

4. Connect: Am Ende des Nurturing Prozesses steht die Kontaktaufnahme, wofür wir unterschiedliche Strategien anbieten, zB Teilnahme an einem Webinar, ein Treffen auf einer Messe oder ein kurzes Telefonat.

Über alle Branchen hinweg zeigt unsere Projekt-Erfahrung, dass zwischen 30 und 50% der LinkedIn User einem Connection Request positive gegenüber stehen und zwischen 20 und 25% dieser Prospects nach einer Phase der Vertrauensbildung den persönlichen Erstkontakt suchen.

Das heisst, wenn 2.000 handverlesene potentielle Kunden über die LinkedIn Suche identifiziert und selektiert wurden, können bis zu 100 "high level" Kontakte zu Interessenten aus einer Kampagne entstehen. Die Anzahl der Interessenten ist natürlich in hohem Maße von der Wettbewerbsfähigkeit und Attraktivität des Produktangebots abhängig.

Nach dem Erstkontakt über LinkedIn versuchen wir die Kommunikation auf das Business-Email des potentiellen Kunden zu verlagern. Insbesondere in den USA ist ein Follow Up über mehrere Email-Sequenzen und Monate erfolgskritisch.



Unsere ENGAGEMENT MODELS oder „Wie wir Sie bei der Umsetzung der LinkedIn Strategie in Marketing und Verkauf unterstützen können“

Do It YOURSELF

Initial 4-day onsite Training with LIN profile and sample campaign set up plus comprehensive toolbox with procedures and scripts

Do It WITH You

4-day onsite training session + initial LinkedIn project setup and execution support through ongoing concierge service (max 3 month duration)

Do It FOR You

100% Outsourced Services with ongoing LeadGen and Content Marketing Support based on annual targets, budgets and plans.

Um die Plattform LinkedIn für das Internationale Marketing und die Neukunden-Gewinnung effektiv zu nutzen, bieten wir Ihnen unterschiedliche Wege, um in das Thema einzusteigen.

Für LinkedIn Einsteiger empfehlen wir ein umfassendes Training über die Funktionalitäten, Strategien und die notwendigen vorbereitenden Maßnahmen für das erfolgreiche Arbeiten mit diesem vielseitigen Werkzeug. Dazu kommen wir gerne zu Ihnen ins Haus für ein Training mit Ihren Mitarbeitern aus Marketing und Verkauf.

In unserem LinkedIn Training werden Sie Schritt für Schritt an die Software herangeführt und Sie erarbeiten gemeinsam mit unseren Trainern Ihr Profil und die LinkedIn Unternehmensseite. Weiteres definieren wir das ideale Kundenprofil, üben live in der Anwendung wie Ihre vielversprechendsten Prospects gefunden werden und wie Sie mit Ihren zukünftigen Kunden in Kontakt treten.

Jedes Trainingsmodul wird um entsprechende Vorlagen und Templates ergänzt, mit denen Sie nach dem Training sofort arbeiten können.

Auf Wunsch begleiten wir Sie nach dem Training mit unserem LinkedIn Concierge Service und helfen Ihnen bei der Implementierung der neuen LinkedIn Strategien, zum Beispiel bei der Formulierung von effektiven "Invite Messages", beim Verfeinern der Suchstrategien oder bei einer langfristigen Planung von Content Strategien auf LinkedIn.

Outsources Services: Gerne übernehmen wir mit unserem Do-It-For-You Programm die gesamte Planung, Umsetzung und Erfolgskontrolle Ihrer LinkedIn Aktivitäten. Insbesondere dann, wenn Sie die Stärken von LinkedIn in mehreren Ländern gleichzeitig nutzen wollen, oder fokussiert in einem kurzen Zeitraum Markenbekanntheit aufbauen und Interessenten gewinnen wollen (zB im Vorfeld einer Messe) unterstützen wie Sie gerne mit unserem Team bei Ihrem Vorhaben.

Sie können je nach Wunsch und Bedarf das Engagement Model wechseln – vom Outsourced Service zum Concierge Service oder vice versa.

Der Startpunkt sollte in jedem Fall ein LinkedIn Training sein, um die Akzeptanz im Unternehmen für dieses leistungsfähige Werkzeug sicher zu stellen und um die Kooperation von Marketing und Verkauf gleich vom Start einzuleiten.

Start LinkedIn with our **Onsite Training**



Mit unseren LinkedIn Intensiv-Trainings optimal durchstarten! Profile gemeinsam erstellen, Kampagnen vorbereiten, die ersten Erfolge feiern!



Mit unserem LinkedIn Training haben Sie die Möglichkeit unser praxiserprobtes System der Interessenten-Gewinnung und des Aufbaus von Markenbekanntheit über LinkedIn aus erster Hand zu erlernen. Dieses System funktioniert in jeder B2b Branche, überall dort wo LinkedIn verbreitet ist. (nicht in Russland)

Sie lernen wie Sie systematisch Beziehungen zu mehreren Tausend potentiellen Kunden aufbauen können und wie Sie daraus Umsatz generieren. Nach dem Training werden Sie mit einem Aufwand von 30 Minuten pro Tag laufend Interessenten gewinnen können, entweder für den Eigenbedarf oder für Ihre Vertriebspartner.

Neben neuen Kunden können Sie LinkedIn auch für Mitarbeiter-Recruiting, Employer Branding, Suche nach Vertriebspartnern und Stärkung der Beziehung zu internationalen Medien einsetzen. Die Plattform ist für Marketing UND Verkauf gleichermaßen ein Muss, vor allem wenn Sie Ihr Angebot international vermarkten.

LinkedIn Trainingskurse, Outline

LinkedIn Basic Training
2 day onsite training + tools & templates

I. THE BASICS

Inhalt und Ziel: Die Teilnehmer lernen mit LinkedIn zu arbeiten und erstellen unter Anleitung der Trainer ihr eigenes Profil.

Schwerpunkte:

In LinkedIn navigieren, Aufbau eines LinkedIn Profils, Arten von LinkedIn Connections, Invitations und Connection Requests, Arbeiten mit der LinkedIn Inbox, Vorteile LinkedIn Premium

II. BUILDING THE FOUNDATION

Inhalt und Ziel: Die Teilnehmer definieren ihr Ideales Kundenprofil für die Suche nach potentiellen Kunden und erstellen eine LinkedIn Company Page.

Schwerpunkte:

Das Ideale Kundenprofil erstellen, Aufbau einer LinkedIn Unternehmensseite, Auswahl von und erfolgreich Beitreten zu relevanten LinkedIn Gruppen

III. BUILDING THE NETWORK

Inhalt und Ziel: Die Teilnehmer lernen wie man potentielle Kunden findet und wie sie sich erfolgreich mit ihnen verbinden.

Schwerpunkte:

Aufspüren von erfolgversprechenden, potentiellen Kunden über Suchstrategien, Ansprache potentieller Kunden mit praxiserprobten Messages

10
11

LinkedIn Advanced Classes
2 day onsite training + tools & templates

IV. LEAD GENERATION

Inhalt und Ziel: Aufbau eines Systems zur laufenden Neukunden-Gewinnung auf LinkedIn, in 4 Stufen zum Erst-Kontakt mit dem Neukunden

Schwerpunkte:

Proaktives Kommunizieren mit bestehenden LinkedIn Kontakten, Konzipieren von mehrstufigen Message-Kampagnen zur Interessenten-Gewinnung, mit dem Prospect in Kontakt treten

V. ENGAGING YOUR NETWORK

Inhalt und Ziel: Content kuratieren, Content richtig auf LinkedIn posten, LinkedIn Pulse richtig einsetzen.

Schwerpunkte:

Content effizient und qualitativ kuratieren, Tools für Content Curation, Content effektiv auf LinkedIn platzieren, auf LinkedIn Groups kommunizieren, Contentpläne erstellen

VI. CREATING BRAND AWARENESS

Inhalt und Ziel: effizient Bekanntheit aufbauen, die LinkedIn Company Page effektiv einsetzen, Aufbau von Followers auf der Company Page.

Schwerpunkte:

Content taktisch richtig einsetzen und posten, Tipps für den Aufbau von Company Page Followers, Influencer auf LinkedIn finden und für die Marke begeistern

Unser Angebot

Vertriebspartner Strategie, Programm und Webportal

Vertriebspartner Strategie Health Check, Programm Design und Marketing Kit

Vertriebspartner Portal Auswahl und Setup

Vertriebspartner Enablement Programme

Erstellen Trainings-Kit und Aufsetzen der globalen Partner Trainingsinfrastruktur mit digitalen Assets

Vertriebspartner Marketing Programme

Content Marketing Strategien, Pläne und Umsetzung, Webinar Marketing, Video Marketing, Email Marketing, LinkedIN Neukundengewinnungs-Programm

Inmotion ist ein Technologie Marketing- und Vertriebsunternehmen mit Standorten in den USA und Europa. Wir unterstützen seit mehr als 15 Jahren Technologie-Start Ups und etablierte KMUs bei der Internationalisierung über Vertriebspartner mit dem Ziel, die Performance der Vertriebspartner zu optimieren und das Potential der uns anvertrauten Produkte optimal auszuschöpfen.



Inmotion Technology Distribution LLC
711 Beach blvd, Suite 1306
32250 Jacksonville, USA
Inmotion Dr. Robert Lang GmbH
Zappestrasse 20, A-4040 Linz