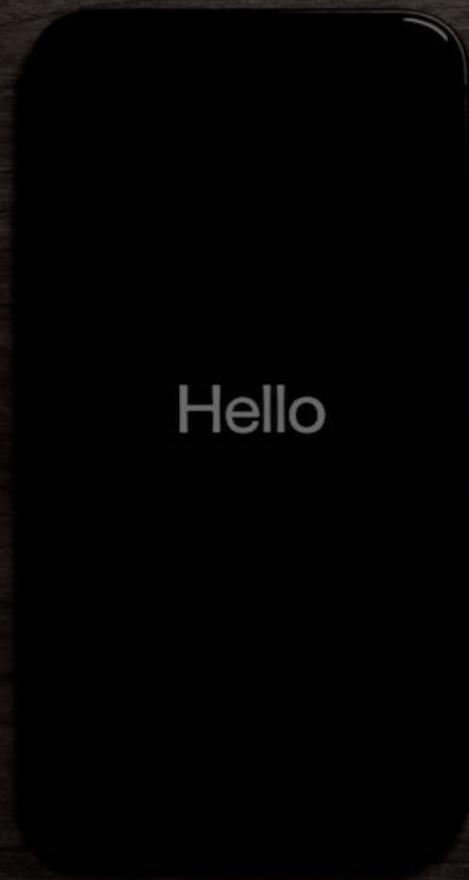


Ihre LinkedIn-Strategie.



DIGITALIZATION
PARTNERS

Alles auf einen Blick



SOCIAL SELLING GRUNDLAGEN

S. 3



ZIELGRUPPEN ERARBEITUNG

S. 5



CONTENTPLAN

S. 8



TRACKING

S. 11

A black and white photograph of a hand holding a credit card over a payment terminal. The card has 'Capital One' and 'ISA' visible. The terminal has a contactless payment symbol. The background is a dark surface with various tools like a ruler and a screwdriver.

SOCIAL SELLING GRUNDLAGEN.



SOCIAL SELLING GRUNDLAGEN

I. Bewertung Ihres derzeitigen Social Selling Scores

LinkedIn bewertet seine Profile anhand des sogenannten Social Selling Scores. Dieser Score nimmt einen großen Einfluss darauf, ob Ihr Profil anderen Mitgliedern ausgespielt wird, und wie dieses auf die Besucher wirkt. Es gilt ab einem Wert von 60 wird Ihr Profil nicht mehr von LinkedIn eingeschränkt und ab einem Wert von 70 aktiv unterstützt. Ihren eigenen Score können Sie unter folgendem Link auslesen:
<https://www.linkedin.com/sales/ssi?src=or-search&veh=www.google.com>

Dieser Score bemisst sich anhand von vier Bereichen. Im folgendem erfahren Sie, wie Sie Ihren Score in den einzelnen Bereichen steigern können.

II. Profilloptimierung

Folgende Elemente müssen auf Ihrem Profil integriert sein, um einen möglichst hohen Score zu erreichen:

1. Ausbildung
2. Lebenslauf
3. Kenntnisse & Fähigkeiten
4. Ehrenamt
5. Empfehlungen
6. LinkedIn Artikel
7. Videopost
8. Bildpost
9. Slideshow

III. Profilsuche

Folgende Vorgehen bei der Profilsuche und Betrachtung führen zu einem möglichst hohen Score:

1. Regelmäßige und detaillierte Nutzung der LinkedIn Suche
2. Eine hohe Anzahl von angesehenen Profilen
3. Ansichten und Interagieren der Geburtstage der Profile
4. Nutzung des LinkedIn Sales Navigators

IV. Interaktion

Folgende Interaktionen mit anderen Profilen müssen Sie regelmäßig tätigen:

1. Postings von Links zu externen Artikeln
2. Teilen von Beiträgen anderer Profile
3. Liken von Beiträgen anderer Profile
4. Kommentieren von Beiträgen anderer Profile

V. Vernetzungen

1. Sie müssen mindestens 100 Vernetzungsanfragen pro Woche versenden.



ZIELGRUPPEN ERARBEITUNG.



ZIELGRUPPEN ERARBEITUNG

- I. Welche drei Hauptmerkmale hat Ihre Zielgruppe?**
- II. Welche Position / Stellung hat Ihre Zielgruppe?**
- III. Welche Interessen hat Ihre Zielgruppe?**
- IV. Mit welchem Content interagiert Ihre Zielgruppe?**
- V. Welche Wünsche kommuniziert Ihre Zielgruppe?**
- VI. Welche Ängste kommuniziert Ihre Zielgruppe?**
- VII. Welche Werte verkörpert Ihre Zielgruppe?**
- VIII. Was wird Ihrer Zielgruppe bei einer Zusammenarbeit wichtig sein?**
- IX. Welche Emotionen und Aussagen sind im Content Ihrer Zielgruppe erkennbar?**
- X. Welchen Mehrwert können Sie Ihrer Zielgruppe bringen?**
- XI. Welche Hashtags verwendet Ihre Zielgruppe?**



ZIELGRUPPEN AVATAR

Alter & Geschlecht

Beruf, EK & Position

Wohnort

Interessen

In-/ Extrovertiert

Bildungsgrad

Ergänzende Anmerkungen:

CONTENT- PLAN.





CONTENTPLAN

	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
Woche 1							
Woche 2							
Woche 3							
Woche 4							

Zu Verfügung stehender Content:

Videos	Bilder	Sonstiges

TRACKING.





TRACKING

Beitrag	Ansichten	Kommentare	Interaktionen	Chats	Termine