

**Flurin Capaul
Marc Schwitter**

Let's Link!

**Kunden gewinnen
mit Social Selling
und Storytelling
auf LinkedIn**

Versus · Zürich

Inhalt

Einleitung 9

Das LinkedIn-Profil 13

Foto 15

Hintergrundbild 17

Headline 19

Akademische Titel 22

Ausbildung und Arbeitgeber 23

Summary & Medien 25

Kontakte und Follower 27

Mehrsprachige Profile 29

Vanity URL 31

Wozu der ganze Aufwand? 32

Die ersten zehn Schritte 33

**Storytelling: Machen Sie noch Werbung
oder erzählen Sie schon?** 35

Vom Lagerfeuer zum LCD-Display 37

Wie lautet Ihre Geschichte? 39

Was macht eine gute Geschichte aus? 42

Spannungsbrücke: Was Ihr Unternehmen
mit Star Wars zu tun hat 45

Fallhöhe: Gegensätze ziehen sich
(und Umsatz) an 48

Social Selling: Übersicht 51

Online Beziehungen knüpfen 53

Aufmerksamkeit wecken 54

Die Netzwerke Ihres Netzwerks
aktivieren 55

Beziehungen statt Content! 57

Engagement 59

Algorithmen 60

Positionierung & Vision:

Wo Ihre Story beginnt 63

Das Warum: Der wunderbare Morgen 65

Das Wie: Inhalte statt Worthülsen 68

Vision: Begeistern Sie sich, Ihre Kunden
und die Welt 71

LinkedIn konkret 75

Likes, Kommentare und Shares 76

Posts 78

Artikel 80

Crossposting 81

Hashtags 82

Firmenprofil 83

SSI – Social Selling Index 84

Werkzeugkasten: So feilen Sie an Ihren Texten	85
Kurz, kürzer, besser?	87
Platzieren Sie die Bombe im Titel	90
Der Klassiker: Die sechs W	93
So wecken Sie Interesse	96
Unterhalten Sie, weil: Carpe diem!	99
Vermitteln Sie neue Einsichten	103
Der Spagat: Treffen Sie den richtigen Ton	105
Immer: Seien Sie glaubwürdig	107

Social Selling angewandt	109
Inhalte, die Engagement auslösen	110
Kontakte knüpfen	114
Kunden suchen	116
Gezielte Interaktion mit dem Sales Navigator	117
Zusammenfassung	118

Schlusswort 121

Über die Autoren 123

Danksagung 125