

Checkliste

„Der Xing Akquise Workflow“



XING

WiPeC - Experten für Vertrieb & Marketing 2.0

„Der Xing Akquise Workflow“

Für den erfolgreichen Aufbau eines B2B-Netzwerkes ist die Plattform Xing dringend zu empfehlen.

Mittlerweile hat Xing über 14 Millionen Mitglieder. Das rein deutschsprachige B2B-Netzwerk für berufliche Kontakte gründete sich 2003 mit Sitz in Hamburg. Der Name ist eine Abkürzung vom englischen Wort Crossing, was Kreuzung bedeutet, und steht für die Begegnung von Geschäftskontakten.

Die relevante Zielgruppe besteht vor allem aus Berufstätigen, Selbständigen und Unternehmen, die dort ihr Kontaktnetzwerk pflegen, ihr Unternehmen darstellen oder Personal rekrutieren.

Wir selbst haben zahlreiche erfolgreiche Erfahrungen damit gemacht, direkt über Xing unsere Zielgruppe zu erreichen und darüber auch Kunden zu gewinnen.

Die wichtigsten Schritte, die wir dabei gehen, haben wir Ihnen für Ihren Alltag im Folgenden als Workflow zusammengestellt. Das hilft Ihnen auch einschätzen zu können, wieviel Zeit die regelmäßige Pflege des eigenen Xing-Profiles und das Xing-Marketing braucht.

Einmalige Aufgaben

Positionierung klären

Als erstes muss die Positionierung geklärt werden.

Wer ist Ihre Zielgruppe?



Wofür sind Sie Experten?

Welches Kernproblem lösen Sie (wie)?

Was habe ich davon, mit Ihnen auf Xing vernetzt zu sein?

Welchen Mehrwert bieten Sie?

Xing-Profil anlegen und optimieren

Dazu gehören die Einrichtung sowie die damit verbundene Optimierung eines Xing-Profiles. Bei der Optimierung orientieren wir uns an folgenden 10 Punkten:

- Expertenstatus und Zielgruppe**
klären und inhaltlich im Profil wiederkehren lassen.
- Foto**
Freundlich lächelnd, Gesicht nah & etwas Schulter, Größe passend, „aussagekräftig“ – also zu Ihrem Business passend, „spiegelnd“ – also Ihre Zielgruppe darin wiederfindend (z.B. Anzug vs. T-Shirt), Farbe/schwarzweiß (authentischer vs. edler), nach rechts schauend (sonst distanzierend vom eigenen Profil), neutraler Hintergrund (soll nicht ablenken, muss zum Thema passen)
- Die Kurztitel (rechts neben dem Foto)**
sehr wichtig wegen der Sichtbarkeit, ist das Erste, was gelesen / gesehen wird! Firmenname allein sagt oft nix aus, „Geschäftsführer“ ist auch nicht so spannend; klarer Expertenstatus und idealerweise Nutzen; anstelle akad. Abschluss etwas aussagekräftiges nutzen; ideal: Link
- Kurzbeschreibung (unter dem Bild)**
What’s in it for me? Schreiben Sie eine kurze Message, was ich davon habe mit Ihnen vernetzt zu sein. Oder: Ein Hinweis mit Link zu einem Gratis-Element, um mehr Interessenten für Ihr E-Mail-Marketing zu gewinnen
- Portfolio: freie Beschreibung**
Was habe ich als Xing-Besucher davon, mit Ihnen vernetzt zu sein?; Expertenstory!
Niemand hat Lust auf lange Texte: Texte + Bilder
Formatierungshilfen:
kursiv | ****fett**** | *****kursiv und fett*****
- Liste | 1. Liste

- Lebenslauf**
Klarheit: wer ist das, um was geht es; auf wichtige Episoden beschränken; keine Links zu ehem. Arbeitgeber
- Ich suche / ich biete**
nicht verzweifelt rüber kommen; Tipp für „ich suche“: lieber nur 1-2 aktuelle Aspekte; Tipp für „ich biete“: keine leeren Floskeln, Mehrwert (möglich: eine Kombination aus Beschreibung und Schlüsselbegriffen / Keywords)
- Privatsphären-Einstellungen**
unter „Einstellungen“ und „Privatsphäre“ die korrekten Einstellungen überprüfen (wichtig: vor großen Änderungen abschalten, dass nicht alle Kontakte jede kleine Änderung von Ihnen mitverfolgen!)
- Xing-Impressum anlegen**
- Adressdaten kontrollieren und weiter Profile ergänzen**
- Textvorlagen schreiben**
Nur einmaligen Aufwand erfordert das Schreiben von Textvorlagen für Ankontakten, Kontaktbestätigungen, Bedanken für Kontaktbestätigungen, Geburtstagsgrüße o.ä. Das spart Zeit!
- RSS-Feed einrichten**
Damit werden Ihre Blogartikel automatisch auf Xing gepostet.

Geschätzter Zeitbedarf: ca. einmalig 1 Tag

Einmal pro Woche

Offene Kontaktanfragen löschen

Zunächst sollten offene Kontaktanfragen gelöscht werden. Das geht bei Xing (Stand Mai 2015) immer erst nach einer Woche, vorher können Ihre Kontaktanfragen, die Sie verschickt haben, nicht gelöscht werden.

Hier empfiehlt sich ein fester Rhythmus – zum Beispiel: immer montags 100 Kontakte anschreiben und eine Woche später immer montags die löschen, die noch nicht bestätigt haben und neue anschreiben.

Unsere Erfahrung zeigt, dass wer nach einer Woche nicht bestätigt hat, ist in der Regel auch auf Xing zu wenig aktiv ist. Das Löschen ist außerdem notwendig, dass Sie wieder neue Kontakte anschreiben können, weil Sie nur 100 offene Anfragen pro Profil (in der Premiummitgliedschaft!!) besitzen dürfen.

100 neue Kontakte anschreiben

In dieser Regelmäßigkeit sollte man circa 100 neue Kontakte anschreiben – zum Beispiel immer montags. (Den Tool-Tipp *XiButler* zur Automatisierung dieses Schrittes empfehlen wir nicht mehr, weil dieser nicht mehr funktioniert). Hierfür benötigen Sie Klarheit über Ihre Zielgruppe, um diese (als Premiummitglied!) genau filtern und dann als Kontaktanfrage in Ihr Netzwerk einladen können.

Ohne diesen Netzwerkaufbau ist Xing als Akquise-Kanal nicht sehr zielführend.

Filterkriterien können sein: Region, Interesse, Position, Person sucht / bietet, Gruppenmitgliedschaft, etc.

Für Kontaktbestätigungen bedanken

Für Kontaktbestätigungen sollten Sie sich direkt bedanken und dafür den entsprechenden Textbaustein nutzen.

Persönliche Nachrichten beantworten

Sonstige persönliche Nachrichten sollten beantwortet werden. Dafür empfehlen wir mindesten einmal die Woche auf Xing zu gehen und die persönlichen Nachrichten zu beantworten. Sollten Sie feststellen, dass immer wieder ähnliche Fragen oder Anmerkungen geschrieben werden, lohnt es sich, auch dafür einen Textbaustein zu formulieren, um dauerhaft Zeit zu sparen.

Events löschen, eigene Events bearbeiten

Auch das gehört zur Pflege Ihres Xing-Accounts. Eventeinladungen müssen gelöscht werden, um den Überblick zu wahren. Ebenso – sollten Sie eigene Events einstellen – müssen Sie diese bearbeiten. Damit meinen wir: das Event einstellen, Ihre Kontakte dazu einladen, ggfs. Kommentare beantworten, das Event beobachten o.ä..

Sonstige Postings veröffentlichen.

Ab und zu lohnt es sich mit gezielten kurzen Xing-Nachrichten (Postings) auf sich aufmerksam zu machen. Sie können zum Beispiel eine Einladung zu Ihrem Newsletter versenden, auf Gratis-Geschenke auf Ihrer Webseite aufmerksam machen, ein Tageszitat posten etc. Natürlich können Sie auch manuell Ihre Blogbeiträge posten (wohingegen wir den RSS-Feed empfehlen).

Geschätzter Zeitbedarf: ca. 2h pro Woche

Täglich / regelmäßig

Geburtstagsgratulationen

Versenden Sie Geburtstagsgratulationen nach deren Fälligkeit. Das ist eine schöne Möglichkeit, auf sich aufmerksam zu machen. Nutzen Sie dafür die oben erstellte Textvorlage.

Entscheider o.ä. persönlich kontaktieren

Regelmäßig kann man – wenn das zur Akquise-Strategie gehört – gezielt und sehr persönlich Entscheider in Firmen kontaktieren.

Geschätzter Zeitbedarf: ca. 1h pro Tag



Über die Autoren

Elisabeth & René Penselin

Elisabeth und René Penselin sind Gründer und Begleiter zahlreicher Unternehmensprojekte, die sie in den letzten 15 Jahren in unterschiedlichen Funktionen, ob als Geschäftsführer, Marketingleiter, Trainer, Unternehmensberater oder Vertriebsmanager erfolgreich unterstützt haben.



Ursprünglich kommt René Penselin aus der Betriebswirtschaft und dem klassischen Verkauf, wo er lange Jahre als Manager in Handel und Industrie tätig und für 24 Millionen Euro Umsatz verantwortlich war. Elisabeth Penselin kommt aus der Kommunikationspsychologie und spezialisierte sich schnell für das Onlinemarketing.

Sie selbst haben 2009 das Unternehmen WiPeC gegründet und von heute auf morgen komplett über das Internet aufgebaut. Mittlerweile gewinnen sie 80% Ihrer Kunden online, besitzen mehrere florierende Internet-Projekte, ein erfolgreiches Mitgliederprojekt sowie ein fünfköpfiges Mitarbeiter-Team.



Als Unternehmensberater, Trainer und Coaches unterstützen sie heute kleine und mittelständische Unternehmen sowie Freiberufler bei der Kundengewinnung im Internet – deutschlandweit, sowie in der Schweiz und Österreich.

Ihre Kunden schätzen zum einen ihren großen Erfahrungsschatz im Online Marketing und Verkauf, als auch ihre herausragenden und professionell ausgebildeten Beraterfähigkeiten, mit Kunden gemeinsam die passende

Onlinestrategie zu entwickeln und dann auch in die Praxis umzusetzen.

Mit ihrem Team aus Social Media und Content Managern, IT-Experten und Webdesignern bieten sie die optimale strategische Beratung sowie deren professionelle Umsetzung für mehr neue Kunden über das Internet.



Eine detailliertere Beschreibung der WiPeC-Dienstleistungen finden Sie auf ihrer Website www.kundengewinnung-im-internet.com.

Wenn Sie Fragen zu ihren Dienstleistung haben, dann rufen Sie das WiPeC-Team an unter 0351. 843 58 41 an oder schicken Sie ihnen eine E-Mail an info@wipec.de

Das Team freut sich, wenn sie auch Ihre Unternehmensentwicklung positiv stärken kann!

Impressum

WiPeC – Experten für Vertrieb & Marketing 2.0
Elisabeth & René Penselin
Kronenstraße 61
D-01129 Dresden

Fon: +49 (0) 351. 843 58 41
info@wipec.de

www.kundengewinnung-im-internet.com
www.wipec.de
www.facebook.com/wipec

