

Tipps und Tricks für die Akquise mit Xing, LinkedIn & Co.

Autor: Alexander Disler

Akquise ist für die meisten Unternehmen ein wichtigstes Thema. Aus diesem Grund war zu Beginn mit dem Aufkommen von digitalisierten Business-Netzwerken, wie Xing oder LinkedIn, die Begeisterung für das neue Tool gross. Schnell wurden Accounts eröffnet und auch Premium-Mitgliedschaften eingegangen, in der Hoffnung, dass mit diesem digitalisierten Netzwerk die Akquise einfacher und effizienter sein wird. Doch der Begeisterung ist einer Ernüchterung gewichen.

In der Zwischenzeit haben viele User eine Fülle von z.T. x-tausenden unterschiedlichsten Kontakten angehäuft, denn das Verknüpfen mit interessanten Personen ist einfach und schnell möglich. Deswegen hat man aber noch lange keine Neukunden gewonnen. Die Neukundengewinnung in der digitalisierten Welt ist bedeutend schwieriger, fehlt doch der direkte, unmittelbare Kontakt mit der Ansprechperson. Der Beziehungsaufbau zum potentiellen Kunden ist unabhängig der analogen oder digitalen Welt immer ein langfristiges Unterfangen.

Dabei sind diese Business-Netzwerk-Plattformen interessante, grosse Pools, um systematisch die richtigen Ansprechpersonen in Unternehmen zu finden, anzugehen und zu bearbeiten. Die Zahlen sind eindrucksvoll, so hat die deutsche Website Xing in der Zwischenzeit rund 1 Mio Schweizer-User auf ihrer Plattform, beim amerikanischen LinkedIn sind es über 2,3 Mio Schweizer-User und somit mehr als doppelt so viele wie Xing (Zahlen Stand Sommer 2018).

Nutzen Sie die folgenden Tipps um mit ihrem Account erfolgreich Neukunden zu gewinnen. Seien Sie sich aber auch bewusst, der erfolgreiche Akquise-Weg erfordert Engagement und auch viel Ausdauer.

Die vier häufigsten Fehler:

Tipps & Tricks zu den Fehlern:

Erwartungshaltung an die Kunden

Ein vielfach gemachter Fehler ist, dass man eine zu hohe Erwartungshaltung in den einzelnen Kontakt steckt.

Man erwartet vom Online-Kontakt einen ähnlichen Response, wie bei einer (echten) analogen Kundenbeziehung. Online-Kontakte sind flüchtiger, unbestimmter oder unklarer und können nicht mit der analogen Welt mithalten. Dies führt zwangsläufig dazu, dass selbst aus x-tausenden Kontakten nicht zwingend ein Neukunde entstehen muss.

Falsche inhaltliche Ansprache!

«*Ich möchte mich mit Ihnen vernetzen!*» - dieser inhaltsleere Text der Kontaktanfrage wird auch heute noch Millionenfach abgesetzt. Gerade bei intensiven User der Business-Netzwerke oder bei begehrten Mitglieder der Business-Netzwerke (Personen in interessanten Positionen und/oder Unternehmen) werden Sie mit diesem Anfragetext auf keine Beachtung stossen.

Kontakte allein sind wertlos

Seien Sie sich bewusst, dass ein Kontakt in einem Business-Netzwerk in der Regel nur ein flüchtiges «Hallo» ist und ein vages Okay zur Kontaktaufnahme.

Zu jedem Menschen, mit dem Sie nur einmal kurz telefoniert haben, haben Sie eine engere Beziehung!

Ein Online-Kontakt gewinnt erst dann an Wert, wenn Sie ihn zum Aufbau einer Kundenbeziehung nutzen. Dabei kann der Online-Kontakt im besten Fall ein Anknüpfungspunkt zu einem persönlichen Telefonat oder einem Treffen im richtigen Leben sein.

Individuelle Ansprache!

Individualisieren Sie jede Kontaktanfrage - keine Standardtexte!

Noch besser, suchen Sie immer einen «guten» Grund für Ihre Kontaktaufnahme. Dies bedeutet, dass

- das Profil des Gegenübers exakt prüfen
- recherchieren Sie nach Gemeinsamkeiten

So entsteht eine individuelle Anfrage, wie: «*Grüezi Herr XY, heute habe ich gesehen, dass*

Die vier häufigsten Fehler:

Solche Standard-Kontaktanfragen werden von den Angeschriebenen immer häufiger ignoriert, da es für die Betroffenen keinen sichtbaren Grund für eine Verknüpfung gibt.

Push-Strategie

Durch eine zu ausgeprägte Push-Strategie, d.h. einem zu hohen Verkaufsdruck nachdem Sie erst gerade einen Kontakt geknüpft haben, überrumpeln Sie den neuen Kontakt mit einer Verkaufs-/Produktpräsentation oder gar einem Angebot.

Zwar hat der neue Kontakt auf dem Business-Netzwerk sein Einverständnis erteilt, weiterhin mit Ihnen in Kontakt zu bleiben und sich allenfalls gegenseitig zu folgen.

Er hat aber nicht das «go» erteilt, eine Verkaufspräsentation zu starten oder gar ein konkretes Angebot zu zusenden.

Wer es trotzdem versucht und zu schnell verkaufen will, verscherzt es sich schnell mit einem möglicherweise interessanten Kontakt.

Zu schnell aufgeben

Die Meisten geben zu rasch auf - zu Beginn war man mit grossem Elan dabei, hat oft über Stunden Kontakte geknüpft, aber spätestens nach einigen Monaten ist die ganze Sache mit den sozialen Netzwerken «eingeschlafen».

Einerseits, weil die Response nicht die Gleiche wie im analogen Leben ist und andererseits, weil der Aufwand nicht zu unterschätzen ist.

Der Beziehungsaufbau zu einem Kunden und im Besonderen bei den Business-Netzwerken über die Distanz benötigt seine Zeit, dies gilt übrigens auch für das analoge Leben.

Tipps & Tricks zu den Fehlern:

Sie mit UU ZZ in Kontakt stehen, mit dem ich schon seit vielen Jahren auf dem Gebiet AA zusammenarbeite. Auf Ihrem Profil habe ich gelesen, dass Sie sich mit dem Thema der Digitalisierung befassen. Diese gehören aktuell auch zu meinen Schwerpunkten. Wenn Sie mich als Kontakt in Ihr Netzwerk aufnehmen, haben wir die Chance, Erfahrungen auszutauschen!»

Erst eine Beziehung aufbauen

Für den neuen Kontakt bei einem Business-Netzwerk sind Sie in der Regel ein Fremder! Mit Fremden lassen wir uns nicht gerne in ein persönliches Verkaufsgespräch ein, d.h. wir sind vorsichtig und zurückhaltend.

Bauen Sie deshalb vorab eine Beziehung auf, wie zum Beispiel:

- Suchen Sie den fachlichen Austausch.
- Liefern Sie dem neuen Kontakt interessante und wertvolle Informationen.
- Netzwerken Sie selbstlos und öffnen Sie Türen für den neuen Kontakt.

So kommt der Verkauf oft schnell und automatisch, weil Sie sich als wertvoller Gesprächspartner erwiesen haben.

Regelmässige Updates

Planen Sie feste Zeiten für das Update der Business-Netzwerke ein, wenn Sie diese sinnvoll nutzen wollen.

Hierzu reichen bereits täglich 15min als Routinejob beim Start in Ihren Arbeitstag. Mehr benötigen Sie nicht, um neue Kontakte anzubahnen und einen guten Anlass zu finden, um diese anzurufen.

Arbeiten Sie konsequent Ihre eingegangenen Kontaktanfragen, Ihre Profilbesucher und die möglichen Aktivitäten ab. Sie werden feststellen, bereits nach 2 Monaten ist Ihr Engagement spürbar.