



# LinkedIn als Vertriebschannel

Ein praxisnaher Leitfaden für Kleinunternehmer und Vertriebler

## 1. Warum LinkedIn?

LinkedIn ist kein Social Media im klassischen Sinne, sondern eine **B2B-Vertriebsplattform**.

- Entscheider sind direkt erreichbar
- Klare Zielgruppenfilter (Branche, Position, Firma)
- Kein Gatekeeper wie Telefonzentrale oder Sekretariat
- Hohe Aufmerksamkeit bei relevanten Themen

**Kurz:** Du erreichst genau die Leute, die kaufen können.

---

## 2. Für wen funktioniert das?

LinkedIn funktioniert besonders gut für:

- Dienstleistungen (Agenturen, Beratung, IT, Marketing)
- B2B-Produkte
- erklärungsbedürftige Angebote
- hochpreisige Leistungen

Weniger geeignet:

- reine B2C-Produkte
  - günstige Impuls-Käufe
- 

## 3. Die Grundlage: Dein Profil



Dein Profil ist deine **Landingpage**.

Checkliste:

- Klare Positionierung („Ich helfe X bei Y“)
- Kein Buzzword-Gelaber
- Profilbild + Banner professionell
- Call-to-Action (z. B. Termin buchen)
- Social Proof (Kunden, Ergebnisse, Zahlen)

Beispiel:

„Ich helfe Pflegediensten planbar neue Anfragen zu gewinnen – ohne abhängig von Empfehlungen zu sein.“

---

## 4. Die Strategie (einfach erklärt)

LinkedIn-Vertrieb besteht aus 3 Bausteinen:

### 1. Zielgruppe definieren

- Branche
- Unternehmensgröße
- Rolle (z. B. Geschäftsführer)

### 2. Kontakte aufbauen

- 10–30 neue Kontakte pro Tag
- keine random Leute – nur Zielgruppe

### 3. Gespräche starten

Nicht verkaufen.

Sondern:



- Interesse wecken
  - Probleme ansprechen
  - Dialog öffnen
- 

## 5. Outreach: So schreibst du richtig

✗ Schlechte Nachricht:

„Hi, ich biete Marketing an, wollen Sie mehr Leads?“

✓ Gute Nachricht:

„Hi [Name], kurze Frage: Gewinnen Sie aktuell neue Kunden eher über Empfehlungen oder aktiv über Systeme?“

Warum das funktioniert:

- kein Pitch
  - einfache Frage
  - Einstieg ins Gespräch
- 

## 6. Content als Verstärker

Du brauchst kein Influencer zu sein.

Aber etwas Content hilft massiv.

Einfach starten mit:

- kurze Insights aus deinem Alltag
- Ergebnisse (z. B. „Kunde X → +30% Anfragen“)
- Meinungen zu deinem Markt

Frequenz:



- 2–3 Posts pro Woche reichen
- 

## 7. Typischer Ablauf (Praxis)

1. Kontaktanfrage senden
2. Kurze Einstiegsfrage
3. Antwort → Dialog
4. Problem identifizieren
5. Termin anbieten

Wichtig:

- 👉 Kein Copy-Paste Spam
  - 👉 Jede Nachricht minimal personalisieren
- 

## 8. Tools & Skalierung

Manuell starten → dann optimieren:

- CRM für Nachverfolgung
  - Automatisierungstools (vorsichtig einsetzen)
  - Templates für Nachrichten
  - Tracking von Antworten
- 

## 9. Häufige Fehler

- Direkt pitchen
- Zu lange Texte



- falsche Zielgruppe
  - kein klares Angebot
  - Profil nicht optimiert
- 

## 10. Realistische Ergebnisse

Wenn sauber umgesetzt:

- erste Antworten: nach 1–3 Tagen
  - erste Termine: nach 1–2 Wochen
  - planbare Pipeline: nach 4–8 Wochen
- 

## Fazit

LinkedIn ist einer der effizientesten Kanäle für B2B-Vertrieb – wenn man es richtig nutzt.

Der Unterschied ist einfach:

- Die meisten spammen
- Die wenigen bauen echte Gespräche auf

👉 Und genau dort liegt der Vorteil.