

# Webinar

LinkedIn & Sales Navigator -  
Systematisch zu neuen Kunden



# Freddy Hüsler Digital Marketing

- Seit 2016 bin ich selbständiger Marketing Berater
- Seit 2020 Dozent für Digital Marketing an zwei Hochschulen (BFH & HSO)
- Seit 2022 darf ich regelmässig Referate halten, u.a. für marketing.ch
- Seit 2016 habe ich mit meinen Mitarbeitern über 350 deutschsprachige Unternehmen betreut & vermarktet
- Seit 2021 kreierte ich zusammen mit SEO-Experte Musti clevere B2B-Vertriebssysteme für KMUs & Startups
- Fokus Google & LinkedIn




# Ziel von heute

Du wirst nach diesem Webinar den Mehrwert aus der Kombination LinkedIn & Sales Navigator erkennen und wissen, wie zu nutzen.


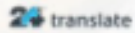

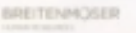
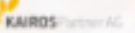
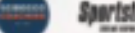
**LinkedIn...**




**LinkedIn ist die grösste  
Sammlung persönlicher &  
geschäftlicher Landingpages...**


<https://www.linkedin.com/in/freddyhuesser-marketing>  
<https://www.linkedin.com/company/freddyhuesser>


Dozent & Referent   marketing  freddyhuesser.ch

Wir machen effizientes **B2B-Marketing** ohne BlaBla für KMUs via **Google & LinkedIn** und generieren so **regelmässig neue Kunden**.

350+ betreute KMUs      



  

**Freddy Hüsler** (Marketing ohne BlaBla) · 1.  **Freddy Hüsler - Digital Marketing**



 B2B Marketing mit System - ohne BlaBla | Fokus: Google + LinkedIn | Berater & Dozent

Themen: #seo, #leadgenerierung, #digitalmarketing, #linkedinmarketing und #marketingstrategie

Zürich, Zürich, Schweiz · [Kontaktinfo](#)

 [Mehr zu unserem System](#) 

2.894 Follower:innen · [500+ Kontakte](#)

  Imelda Breitenmoser, Erich Wohlwend und 18 weitere gemeinsame Kontakte

[Nachricht](#) [Mehr](#)

**Serviceleistungen**  
Marketingstrategie, Digitales Marketing, Marketingberatung, Lead-Generierung, Content-Strategie, Suchmaschi...  
[Details anzeigen](#)

Das Profil auf LinkedIn ist nicht nur ein Social Media Profil, sondern

- deine digitale Visitenkarte
- deine digitale Verkaufslandingpage
- dein digitaler CV
- dein digitales Netzwerk
- dein digitales Schaufenster
- u.v.m.

# LinkedIn hat trotzdem einen schlechten Ruf...



Voller Machos, Erfolgstypen,  
Alleskönner, Selbstbeweihräucherer,  
u.v.a (m/w)

Wenn **99%** inaktiv sind, dann ist das  
aber keine Überraschung...

**Nur 1% aktiv!**



# LinkedIn-Content ist *nicht*...



... "Ich habe einen neuen Job"  
... "Wir haben ein neues Produkt"  
... "Wir suchen dich"

und dann 6 Monate Stille.



+ Brachland

# LinkedIn-Content *ist*...



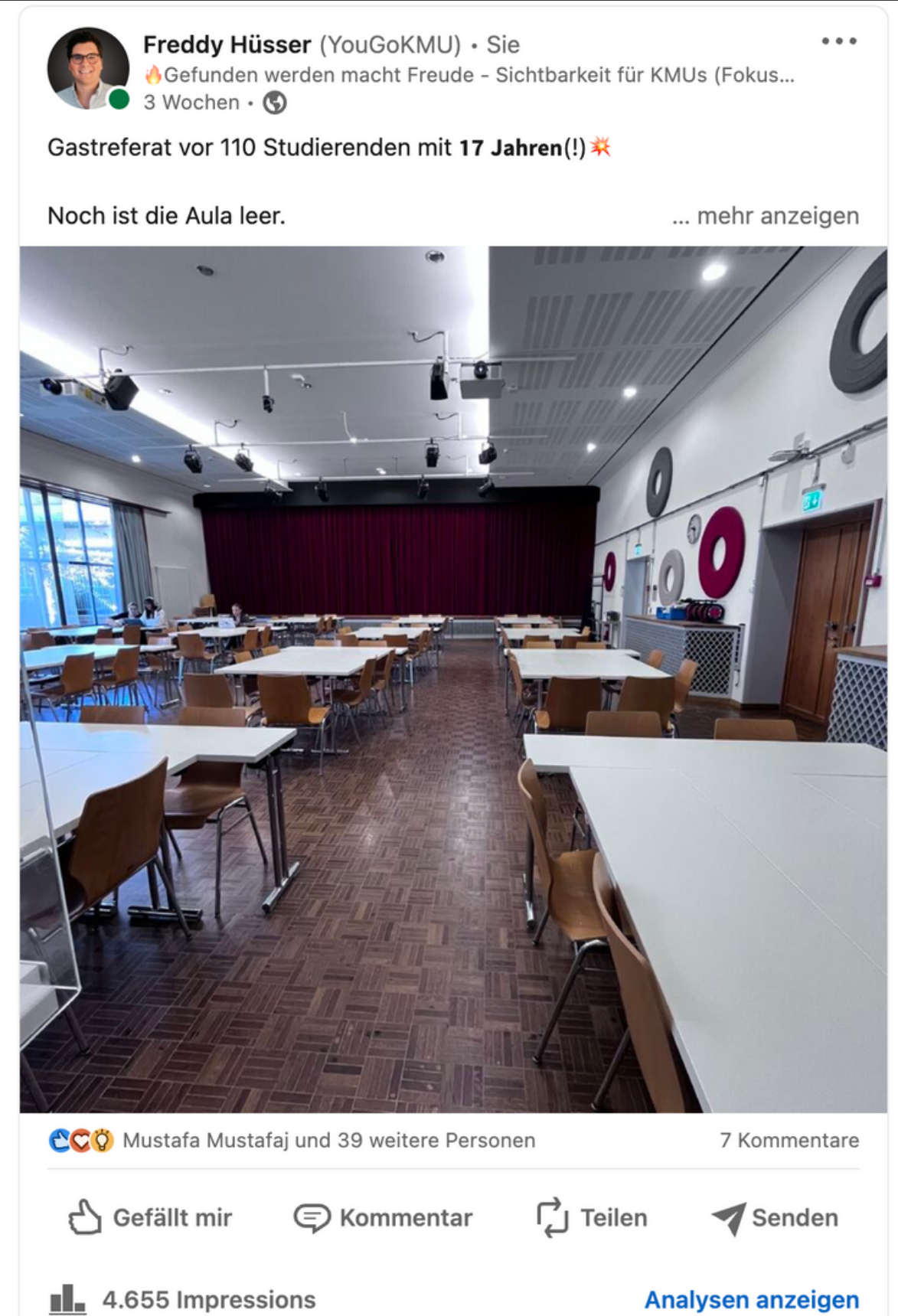
... "Wusstest du schon, dass..."  
... "Dies hat uns extrem geholfen..."  
... "Einer der häufigsten Fehler..."

und zwar regelmässig.

# Eigene Beiträge

- Eigener Gedanke
- Eigener Text
- Eigenes Bild

LinkedIn schätzt eigene Gedanken, weil diese bringen das Netzwerk vorwärts und bringen Mehrwert für alle.



**Freddy Hüsser** (YouGoKMU) · Sie  
🔥 Gefunden werden macht Freude - Sichtbarkeit für KMUs (Fokus...  
3 Wochen · 🌐

Gastreferat vor 110 Studierenden mit **17 Jahren(!)** 🌟

Noch ist die Aula leer. [... mehr anzeigen](#)

Mustafa Mustafaj und 39 weitere Personen 7 Kommentare

👍 Gefällt mir    💬 Kommentar    ↻ Teilen    📧 Senden

📊 4.655 Impressions [Analysen anzeigen](#)

# LinkedIn ist *Interaktion*...



- Kommentare
- Teilen
- Liken

# Kommentare

- Fremder Beitrag
- Eigener Gedanke
- Eigener Text

Kommentare sind eigene Gedanken in fremden Beiträgen.



The screenshot shows a Facebook post interface. At the top, it says "Sie und 12 weitere Personen" and "6 Kommentare". Below this are interaction buttons: "Gefällt mir", "Kommentar", "Teilen", and "Senden". A comment input field is visible with the placeholder text "Kommentar hinzufügen ..." and icons for emojis and images. The comments section is titled "Relevanteste" and shows two comments from "Freddy Hüsser (YouGoKMU) · Sie". The first comment, posted 3 hours ago, reads: "🔥 Gefunden werden macht Freude - Sichtbarkeit für KMUs (F... 100% Agreed! Das ist Absolut richtig. Liken, teilen, kommentieren ist zwar hübsch, aber die Power die X-Personen Marken für ein Unternehmen habe ... mehr anzeigen". It has 2 likes and 2 replies. The second comment, posted 2 hours ago, is partially visible and reads: "🔥 Gefunden werden macht Freude - Sichtbarkeit für ...".

# Teilen

- Fremder Beitrag
- Eigener Gedanke
- Eigener Text

Geteilt wird zwar im eigenen Profil, aber der Inhalt ist von jemand anderem.



# Liken

- Fremder Beitrag
- Wertschätzung

Eine Empfehlung an dein Netzwerk und Wertschätzung, Boost für das gelikete Profil.

Freddy Hüsser gefällt das

**Roman Tschäppeler** • Follower:in  
Autor, Beobachter, Zeitgenosse  
5 Tage · 🌐

Hatten Sie auch schon mal das Problem, dass Sie das Ketchup nicht aus der Flaschen brachten?  
(Notaben: Wir reden hier von Glasflaschen, nicht diese ... mehr anzeigen)

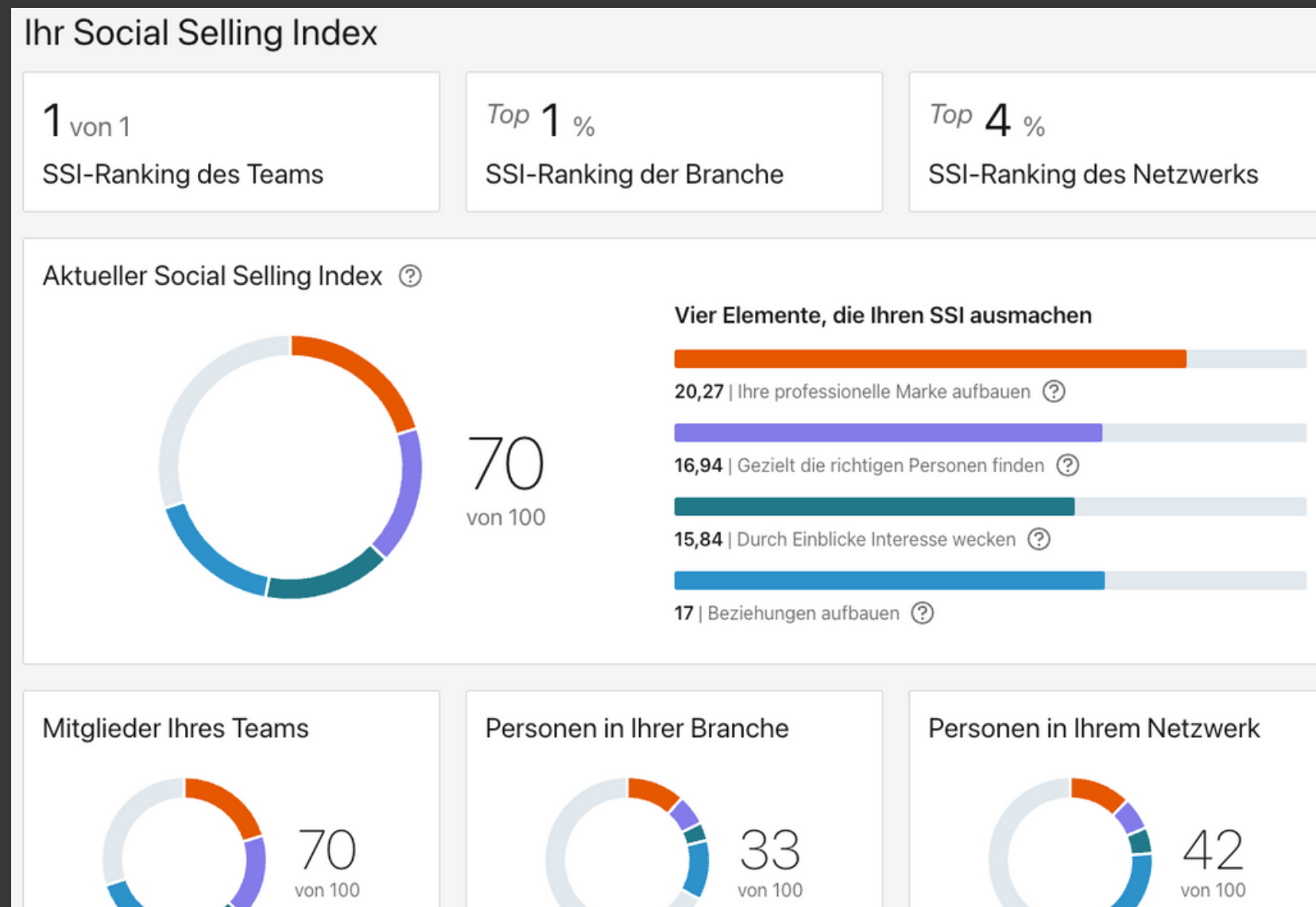


426 33 Kommentare · 20 direkt geteilte Beiträge

Gefällt mir Kommentar Teilen Senden



# Social Selling Index



Dein SSI gibt dir eine Einschätzung, wie du aktuell von LinkedIn wahrgenommen wirst.

# **Sales Navigator**

**Wichtig!**

Sales Navigator ist nicht gleich LinkedIn

**Leads**

**Leads**

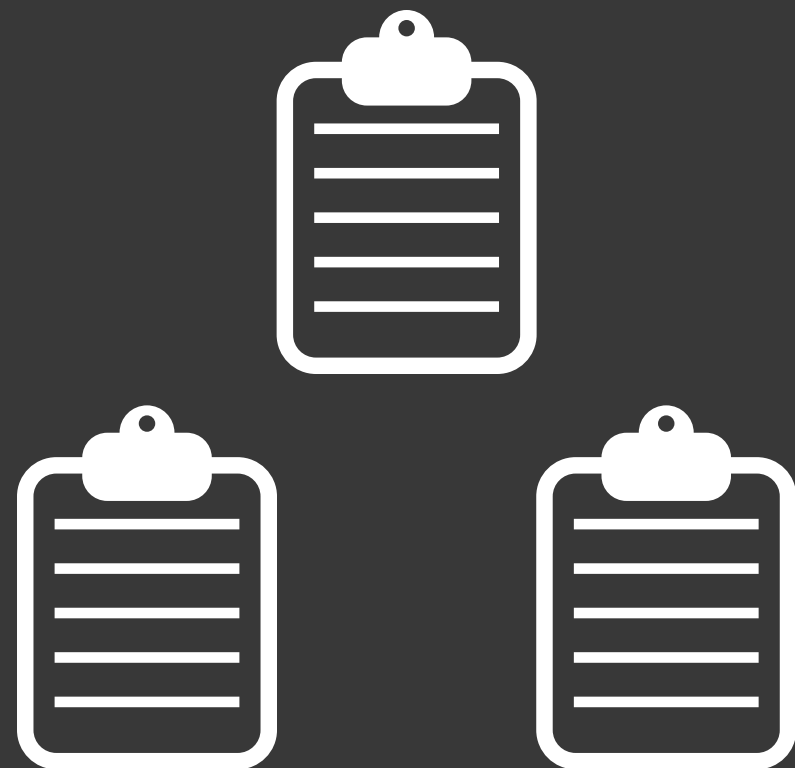
**Leads**

# Sales Navigator ist

- ein gewaltiges **CRM** voller **potenzieller Kunden**,
- mit denen wir entweder **direkt, indirekt** oder gar **nicht** vernetzt sind (Grad 1-3) und
- die nur etwas **für uns tun** oder **von uns kaufen**, wenn wir ihnen einen **Mehrwert schaffen**.

# LinkedIn Sales Navigator Grundprinzip

**Leadlisten &  
Accountlisten  
= Zielgruppen**



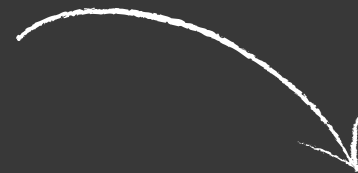
**Passive  
Interaktion  
mit Leads**



**Aktive  
Interaktion  
mit Leads**



**Leadlisten &  
Accountlisten  
= Zielgruppen**



Accounts sind Firmenprofile auf LinkedIn.

Leads sind Einzelpersonen, welche (meist) auch einem Account zugehörig sind.

Wir schauen heute in das **Lead-basierte** Marketing via Sales Navigator.

# Lead-basiertes Marketing

The screenshot shows the LinkedIn Sales Navigator interface. The search bar at the top contains 'Keywords für Suche'. On the left, there are several filter categories: 'Persönlich' (Personal), 'Unternehmen' (Company), and 'Rolle' (Role). Under 'Persönlich', filters for 'Region' (Schweiz), 'Branche' (Marketing), and 'Aktuelle Position' (Marketing) are applied. Under 'Unternehmen', the filter 'Kapitalgesellschaft (AG, GmbH, UG et...)' is applied. Under 'Rolle', the filter 'Marketing' is applied. The search results list several profiles, each with a checkbox, a 'Speichern' (Save) button, and details about their current position, company, and shared contacts/groups. A red box highlights the text '10 Tsd. + Ergebnisse' in the top right corner of the results area.

Wir **filtern** so exakt wie nur möglich nach unseren Zielkunden.

Je genauer wir unseren Zielkunden kennen, desto erfolgreicher, günstiger & effektiver wird die Akquise (Positionierung).

**Vorteil:** Extrem starke Filter, im Verhältnis zu LinkedIn. Suchvolumen 500-1000 als Richtwert.



# Lead-basiertes Marketing

The screenshot displays the LinkedIn Sales Navigator interface. On the left, there is a sidebar with various filters: 'Persönlich', 'Kontakt', 'Region' (Schweiz), 'Branche', 'Berufserfahrung', 'Unternehmen', 'Personalbestand', 'Unternehmenstyp' (Kapitalgesellschaft), 'Rolle', 'Aktuelle Position' (Marketing), 'Frühere Position', 'Spotlights', 'Aktivitäten und Gemeinsamkeiten', 'Workflow', 'Lead-Listen', and 'Personen im CRM-System'. The main area shows a search results page for 'Keywords für Suche' with 'Gespeicherte Suchen' and '18 Tsd.+ Ergebnisse'. A list of six leads is visible, each with a 'Speichern' button highlighted in a red box. The leads are: René ab Egg (Director Marketing - Mitglied der Geschäftsleitung - SIGG Switzerland Bottles AG), Cedric Laforge (Marketing Operations Project Manager - Vacheron Constantin), Arnaud Jolif (Chief Marketing Officer - DeinDeal AG), Lukas Vasvary (Marketing Transformation Manager - Die Schweizerische Post), Roman A. Müller (Head of Marketing and Communication - CKW), and Christoph Brenner (Head of Marketing - Jua).

Jetzt beginnt der wichtigste Teil der Vorarbeit:

Suche wird gemerkt und alle für uns relevanten Leads werden einer Leads-Liste gespeichert!

Mit dieser Leads-Liste wird im Anschluss gearbeitet.

## Passive Interaktion mit Leads



Der riesige Vorteil des Sales Navigators beginnt jetzt:

Unser Feed ist kein "Social Media Feed" mehr, sondern beinhaltet nur wirklich relevanten Leads.

# Home - Dashboard

The screenshot displays a CRM dashboard with a left sidebar and a main content area. The sidebar shows navigation options like 'Alle Mitteilungen' and 'Mitteilungen mit Lesezeichen (0)'. The main content area is divided into two columns. The left column contains a feed of shared posts from various users, each with a profile picture, name, and a brief description of the shared content. The right column contains several sections: 'Kundenportfolio' with a dropdown menu for account lists, a tip about loading the portfolio, and a 'Personas' section with a list of accounts and their details. The bottom section shows 'Ihre priorisierten Accounts' with a list of companies and their employee counts.

**Alle Mitteilungen** | Mitteilungen mit Lesezeichen (0)

Stöcklin x | Sortiert nach: Aktuell

Leads x | Lead-Mitteilungen filtern 1 | Zurücksetzen

**Philip Jung** hat einen Beitrag geteilt.  
UNIQA Insurance Group AG - General Representative Switzerland  
45 Minuten  
Neu in Zürich gesucht: Lead Underwriter Motor-Fleet 80 - 100%!

**Dr. Andreja Wirz** hat einen Beitrag geteilt.  
Dr. Andreja Wirz - Executive & Leadership Coach (Themen: Selbstführung & Resilienz)  
45 Minuten  
Für alle, die diese Woche etwas Glück benötigen. Du schaffst da...

**Kiki Maeder** hat einen Beitrag geteilt.  
Selbstständig - Trainerin für Auftrittskompetenz  
46 Minuten  
Spannende Menschen von einer etwas anderen Seite...  
Roger Welti  
Du willst wissen, warum Belinda Bencic ihren Freund Martin mi...

**Michael Witkowski** hat einen Beitrag geteilt.  
digital sun - Gründer  
46 Minuten  
5 Blöcke sollte dein Tag haben:  Zeit für dich  Kundentermin...

**Cristian HOFMANN** hat einen Beitrag geteilt.  
Leadership Executive Coaching | Leadership Excellence & Management Development | SUPERGROUP AG - Leadership Executive Coach (Zurich)  
12 Stunden  
Bist du bereit, deine Führungskompetenz auf das nächste Level ...

**Francois Cochard** hat einen Beitrag geteilt.  
Francois Cochard - Der Markenmentor - Speaker, Trainer und Experte für

**Kundenportfolio**  
Wählen Sie eine Account-Liste als Ihr Kundenportfolio  
Freddy Hüsler's Account-Liste (0)

Laden Sie Ihr Kundenportfolio hoch, um Sales Navigator bestmöglich zu nutzen. Sie erhalten Updates in Echtzeit unter anderem zu neuen Finanzierungsrunden, Führungswechseln und gesteigertem Kaufinteresse.  
Accounts hochladen

**Personas**  
Definieren Sie Ihre Personas und identifizieren Sie so Leads, die Ihren Käufer:innen entsprechen

24translate\_persona\_2 Aktualisiert: 5.6.2023  
Bearbeiten  
Tätigkeitsbereich: Buchhaltung, Finanzwesen; Karrierestufe: Manager, Berufserfahren; Aktuelle Position: Assistent Buchhaltung, ...  
958 Personas  
In Ihren gespeichert

Alle 3 Personas anzeigen

**Ihre priorisierten Accounts**

21-3 GmbH  
Baugewerbe · Umsatz: 500.000 USD – 1 Mio. USD  
Schweiz  
BESCHÄFTIGTE  
3 0%

Entscheider:innen anzeigen

Admara HR GmbH  
Personalberatung und -vermittlung  
BESCHÄFTIGTE

Im oder via Sales Navigator Feed kannst du:

- die **Nachrichten** sehen,
- das **Profil** anzeigen lassen,
- den Account des Leads prüfen
- und natürlich gewohnt **interagieren**.

# Wozu der Aufwand?

Wir **wärmen** unsere potenziellen Kunden **auf**, indem wir noch vor dem ersten Kontakt eine "Beziehung" aufbauen.

Durch die **Interaktion** wird unser Gegenüber auf uns aufmerksam und die natürliche **Abwehrhaltung** beginnt zu verschwinden.

Wenn dann die Ansprache kommt, ist es keine Kaltakquise mehr, sondern viel mehr die logische Folge...

## Aktive Interaktion mit Leads



Nun gehen wir die nächsten Schritte in Richtung einer möglichen Geschäftsbeziehung:

- Profil Besuchen & Folgen
- Vernetzungsanfrage
- Austausch
- und Mehrwert

# Mehrwert?

- Einfach willkommen heißen im Netzwerk
- Content erledigt schon einiges
- Nachricht mit kostenlosem Download (Checkliste, Trends, Schulung, etc.)
- Macht ihr Webinare? Podcast? YouTube Videos?
  - Wenn ja, teilt dies euren Leads mit
- Infoveranstaltung
- Einladung Newsletter
- ...

# Strategie Sales Navigator - Lead-Basiertes Marketing

1. Zielkunden & Positionierung erstellt
2. Lead Filter auswählen
3. Suche speichern
4. Leads einzeln checken
5. Spannende Leads als Lead-Liste speichern
6. Im Anschluss interagieren & Mehrwert schaffen
7. **Sales: Erstgespräch/Austausch vereinbaren**

# Jetzt ist unser Gegenüber bereit

Nach diesen drei Schritten ist die Zeit spätestens reif eine Geschäftsbeziehung anzugehen:

- Erstgespräch vereinbaren
- Austausch (Kaffeepause)
- Konkrete Mängel und Lösung aufzeigen
- E-Mail mit konkreter Offerte
- ...



Unsere Praxis-Kurse gehen im Oktober in die nächste Runde (demnächst online):

- Marketing Basics
- SEO Basics
- LinkedIn & Sales Navigator

Informiert werden?

🔥 <https://freddyhuesser.ch/kontakt>

🔥 [fragen@freddyhuesser.ch](mailto:fragen@freddyhuesser.ch)



## Weitere Webinare by Freddy Hüsser

- Eine klare Positionierung
- Design, Technik & Inhalt funktionierender Webseiten
- Social Media Marketing
- **LinkedIn & LinkedIn Sales Navigator (Morgen, 27.7.)**

Bei Interesse an den Slides einfach bei mir melden.

hallo@freddyhuesser.ch

