

Das Potenzial von XING und LinkedIn

Ein professioneller Auftritt auf LinkedIn oder XING ist in der heutigen Zeit genauso wichtig wie die eigene Unternehmens-Homepage. Und auch hier gilt: Je effizienter und nachhaltiger Sie hier agieren, umso höher sind Ihre Erfolge und Resonanzen in den führenden Business-Portalen der DACH-Region.




Bereich / Erläuterung	LinkedIn (www.linkedin.com)	XING (www.xing.de)
Anzahl Mitglieder weltweit	Ca. 600.000.000	Ca. 19.500.000
Anzahl Mitglieder in der DACH-Region	Ca. 12.500.000	Ca. 16.000.000
Gruppen-Aktivität	Internationale Gruppen im deutschsprachigen Raum sehr aktiv – deutschsprachige Gruppen sind jedoch im Verhältnis dazu sehr inaktiv und auch nicht so mitgliederstark.	Es gibt fast 80.000 XING-Gruppen – dabei viele auch mit mehr als 5.000 Mitgliedern – davon viele Branchen- und Themen-Gruppen. In vielen Gruppen gibt es dabei die Option, in Foren oder Marktplätzen auch Produkt-Informationen zu platzieren.
Anzahl Artikel-Aufrufe in Gruppen (DACH-Region)	200 – 2.000 Aufrufe (Basis: Veröffentlichung eines Artikels in 10 verschiedenen LinkedIn-Gruppen)	1.000 – 10.000 Aufrufe (Basis: Veröffentlichung eines Artikels in 10 verschiedenen XING-Gruppen)
Resonanzen auf Kontaktanfragen	10 – 35 % (Kontaktanfrage auf 300 Zeichen begrenzt)	15 – 40 % (Kontaktanfrage auf 600 Zeichen begrenzt)

Beispiel 1 – erfolgreiche Kunden-Reaktivierung

Die Ausgangssituation:

Ein Unternehmen aus dem Bereich Büroartikel, welches bereits seit über 20 Jahren auf dem Markt ist, hat in den letzten Jahren aus verschiedenen Gründen den Kontakt zu ca. 5.000 Interessenten und Kunden verloren.

Die Folge:

Kaum eines dieser Unternehmen bestellt noch bei dem Büroartikel-Hersteller, obwohl regelmäßig Print- und E-Mail-Werbung versendet wird. Der Hauptgrund für die fehlende Reaktion: Es besteht kein persönlicher Kontakt mehr zu einem aktuellen Entscheider im jeweiligen Unternehmen.

Mit XING kam die Wende ...

Wir erhielten seitens des Unternehmens eine erste Liste mit 1.000 Unternehmen und suchte im Vorfeld nach passenden Entscheidern auf XING. In ca. 700 Fällen wurde man fündig und kontaktierte im Anschluss diese Entscheider über eine Kontaktanfrage u.a. mit dem Hinweis auf die ehemalige Geschäftsverbindung.

Das Ergebnis

Nach nur 3 Monaten war der Kontakt zu 320 Entscheidern wieder hergestellt – und es konnten gezielt neue Angebote versendet und Termine mit den jeweiligen Außendienst-Mitarbeitern vor Ort vereinbart werden. Bedeutet: **Aus Karteileichen, die nur Geld gekostet haben, wurden wieder aktive und umsatzbringende Kunden.**



Beispiel 2 – erfolgreicherer Vertriebs-Team

Die Ausgangssituation:

Ein europaweit agierender IT-Dienstleister verfügt in der DACH-Region über ca. 40 Vertriebs-Mitarbeiter, die in den Bereichen Inside Sales, Vertrieb und Partner-Betreuung arbeiten. Doch bei weitem nicht alle Vertriebs-Mitarbeiter erreichten ihre Umsatz-Ziele.

Die Folge:

Sowohl etablierte wie auch neue Mitarbeiter suchten sich in kürzester Zeit (6 bis 15 Monate) neue Jobs – verbunden mit der Folge, dass das Unternehmen viel zusätzliches Geld für Headhunter „in die Hand nehmen musste“, um diese Vakanzen neu zu besetzen. Und auch die teilweise längere Einarbeitungszeit neuer Mitarbeiter sorgte nicht für Umsatzzuwachs.

XING als Antriebs-Turbo im Vertrieb

Durch die Zusammenarbeit mit uns konnten die Vertriebs-Mitarbeiter gezielt dort beim Kontaktaufbau unterstützt werden, wo es gerade notwendig war:

- **Key Account Manager** für mehr Kontakte in TOP-Firmen
- **Inside Sales Mitarbeiter** bei der Reaktivierung von Kunden
- **Marketing-Entscheider** bei der Event-Vermarktung
- **Neue Vertriebler** beim Aufbau eines eig. Kundenstamms

Mit diesen Maßnahmen wurden nicht nur neue Kunden gewonnen und mehr Umsatzziele erreicht – die Mitarbeiter-Fluktuation im Vertrieb hat sich um mehr als 50 % reduziert, da diese sich gut unterstützt fühlen und erfolgreich sind.



Resonanzen von erfolgreich realisierten Social Media-B2B-Projekten

Branche + Zeitraum	Kontaktierte Zielgruppe	Anzahl Kontaktanfragen	Anzahl neuer Kontakte	Quote in Prozent
Logistik – März 2019	Entscheider aus Einkauf, Logistik, E-Commerce und Unternehmensführung von Betrieben ab 51 MA	213	100	46,95 %
Software – Februar 2019	CEOs, Marketingleiter, Vertriebsleiter, Leiter Kundenservice, Leiter IT von Firmen 201 – 5000 MA	93	27	29,03 %
Technische Übersetzungen – März 2018	Entscheider F&E und Geschäftsführer aus der Pharmaindustrie	200	60	30,00 %
IT (Hardware) – September 2018	CIOs, Bereichsleiter IT, Abteilungsleiter IT, Leiter IT, Administratoren IT, Projektmanager IT	312	63	20,19 %
Versicherungs-Makler – April 2018	Unternehmens-Entscheider aus Unternehmen mit 51 bis 1.000 Mitarbeitern	111	27	24,32 %