

Neukundenquote steigern mit XING & Co.



Erfolgreiche Makler haben oft eine Gemeinsamkeit: Sie verfügen über zahlreiche Netzwerkkontakte und verfolgen eine klare Strategie, wie sie diese systematisch zu Neukunden machen.

Die sozialen Medien sind aus unserem heutigen Leben nicht mehr wegzudenken und insbesondere die Businessnetzwerke XING und LinkedIn sind als Informations- und Kommunikationsinstrumente im modernen Vertrieb unentbehrlich geworden. Mit der richtigen Strategie können über die sozialen Netzwerke zahlreiche Netzwerkkontakte innerhalb individueller Zielgruppen aufgebaut werden und diese Kontakte dann systematisch in Kundenkontakte umgewandelt werden. XING, LinkedIn & Co. bieten bei richtiger Nutzung ein riesiges Potenzial für eine effektive Neukundengewinnung. Alleine XING hat mittlerweile über 14 Millionen registrierte Nutzer.

Erfolgreiche Makler sind deswegen heutzutage nicht nur in den sozialen Medien präsent, sondern positionieren sich in den Businessnetzwerken als glaubwürdige und kompetente Experten. Denn heute startet fast jeder die Suche nach einer Dienstleistung oder einem Experten nicht mehr in den Branchenbüchern, sondern im Web. Deswegen ist es gerade auch für Makler besonders wichtig, sich mit den relevanten Suchbegriffen vor dem Wettbewerb zu platzieren. XING hat eine sehr hohe Domainautorität und deshalb sind die Chancen gut, sich mit den richtigen Suchwortkombinationen im eigenen XING-Portfolio in den Suchergebnissen bei Google & Co. ganz oben zu platzieren.

Erster Schritt: Erstellen Sie eine Keyword-Liste

Die für Sie wichtigen Suchwortkombinationen können Sie über die Autovervollständigung von Google ermitteln. Wenn Sie bei Google das Suchwort „Betriebshaftpflichtversicherung“ eingeben, dann sehen Sie, dass viele Nutzer auch nach „Betriebshaftpflichtversicherung Vergleich“, „Betriebshaftpflichtversicherung Test“ und „Betriebshaftpflichtversicherung Freiberufler“ suchen. Über die Seite keywordtool.io finden Sie weitere Keyword-Kombinationen, die Sie im Rahmen Ihres XING-Profiles in der Rubrik „Ich biete“ und Ihrem XING-Portfolio platzieren sollten.

Mit Kundenfokus das XING-Profil optimieren

Beantworten Sie hierfür mit der inhaltlichen und visuellen Gestaltung Ihres Profils Ihrem Besucher folgende Fragen:

- Wer ist das und was wird mir angeboten?
- Welchen Mehrwert und welchen Nutzen habe ich davon?
- Worin unterscheidet sich dieses Angebot von anderen?

- Was macht dieses XING-Profil/diese Person vertrauenswürdig?
- Was soll ich jetzt als Nächstes tun?
- Wie kann ich jetzt ganz einfach in Kontakt treten?

Bei der Gestaltung des eigenen Profils gilt die sogenannte „Drei-Sekunden-Regel“. Das ist der Zeitraum, in der ein Profilbesucher entscheidet, ob die angebotenen Leistungen für ihn grundsätzlich interessant sind oder ob er weiterklickt. Nutzen Sie deswegen bereits das Profilstatement in Ihrem Profilkopf und wecken Sie mit folgendem Schema Interesse:

1. Problemschilderung
2. Leistungsversprechen
3. Mehrwert (Beispiel: Checkliste)
4. Handlungsaufforderung
5. Kontaktdaten

Spezialisieren Sie sich hierbei auf eine klar definierte Zielgruppe oder ein bestimmtes Wissensgebiet. Eine Spezialisierung führt automatisch zu einem höheren Kundennutzen, denn Spezialisten können naturgemäß deutlich bessere Leistungen bieten als der Generalist. Eine Spezialisierung ermöglicht eine klare Abgrenzung zum Wettbewerber und lässt sich auch deutlich einfacher und ohne Streuverluste kommunizieren. Beispiel:

Schützen Sie sich vor Sachschäden an vermietetem Wohneigentum und senken Sie Ihre Betriebskosten durch Abgabe der Frequenzschäden an das Schadenmanagement von Makler Mustermann. Informieren Sie sich jetzt über die „Mietnomadenversicherung“ und fordern Sie den Gratis-Ratgeber „Kostenoptimierung für Hausverwaltungen“ sowie ein Vergleichsangebot an. Tel.: 0123/45678

Vertriebsmarketing auf der Basis von Wissenstransfer

Positionieren Sie sich als Experte und schärfen Sie Ihr Profil, indem Sie einer klar definierten Zielgruppe Mehrwerte über Checklisten, Whitepapers und E-Books bieten (zum Beispiel: „Die besten 10 Tipps beim Abschluss einer Betriebshaftpflicht“ oder „Worauf Sie beim Abschluss einer Berufshaftpflichtversicherung unbedingt achten sollten“). Der angebotene Nutzen sollte so spezifisch wie möglich formuliert werden:

- Ihre Berufshaftpflicht durchschnittlich XY Euro günstiger als bei Ihrem derzeitigen Anbieter
- Unbegrenzte Nachhaftung bei Ihrer Berufshaftpflicht

Nach der Profilloptimierung kann nun gezielter Kontakt zur Zielgruppe aufgenommen werden. Mit der Funktion Erweiterte Suche können die rund 14 Millionen XING-Profile nach unterschiedlichen Kriterien durchsucht werden. Auch können hierbei verschiedene Parameter miteinander verknüpft werden, indem zum Beispiel gezielt nach Geschäftsführern aus der Maschinenbaubranche in Niedersachsen gesucht wird.

Als Premium-Mitglied ist es möglich, täglich 20 Nichtkontakte anzuschreiben. Bei monatlich 20 Arbeitstagen pro sind das 400 Neukontakte zur individuellen Zielgruppe. Zusätzlich sind immer 100 offene Kontaktanfragen möglich. Mitglieder in den Businessnetzwerken sind zwar grundsätzlich immer dankbar und aufgeschlossen für hilfreiche Informationen, reagieren aber oft allergisch auf werbliche Ansprachen. Bei der Kontaktaufnahme innerhalb der Businessnetzwerke ist deshalb die oberste Netzwerkregel: „Erst geben und dann nehmen“. Bieten Sie zunächst Mehrwerte, indem Sie beispielsweise Kontakte aus Ihrem Netzwerk weiterempfehlen oder Ihren Netzwerkkontakten hilfreiche Informationen bieten.

Bei der Formulierung von XING-Nachrichten sind folgende Punkte zu beachten:

- Bieten Sie eine zielgruppenrelevante Neuigkeit (zum Beispiel Informationen zur aktuellen Rechtsprechung

etc.), sodass sich Ihr potenzieller Kunde sagt: „Darüber möchte ich mehr erfahren.“

- Bieten Sie konkrete Mehrwerte und Vorteile (Checklisten, E-Books, Vergleichsrechner etc.)
- Kommunizieren Sie, was Sie als Nächstes für Ihren XING-Kontakt tun können, und verbinden Sie das mit einer Handlungsaufforderung.

Neukundengewinnung über klassische Netzwerke

Es gibt auch zahlreiche Offline-Netzwerke, bei denen eine aktive Mitgliedschaft gewinnbringend sein kann – zum Beispiel die Marketing Clubs, Wirtschaftsjuvenen, Toastmasters, und auch Round Tables. Auch XING bietet zahlreiche interessante Veranstaltungen. Auf jeder Netzwerkveranstaltung sollte man sich das klare Ziel setzen, mindestens fünf Neukundenkontakte zu knüpfen.

Der beste Weg für einen Gesprächseinstieg und eine gute Beziehungsebene ist das Suchen und Finden von Gemeinsamkeiten – zum Beispiel mit folgenden Fragen:

- „Wie hat Ihnen der Vortrag gefallen?“
- „Wie schmeckt Ihnen der Wein?“
- „Was machen Sie beruflich?“

Mit der Einstellung „Ein ‚Nein‘ als Antwort ist okay“ können Sie entspannt und souverän jeden alles fragen – Beispiel:

„Ich würde Ihnen gerne ein innovatives Deckungskonzept vorstellen, mit dem Ihr Unternehmen m. E. viel Geld einsparen kann – wann darf ich Sie hierzu nächste Woche zum Mittagessen einladen, damit Sie das prüfen können?“

Lenken Sie das Thema gezielt auf die Berufsfrage und entwickeln Sie für sich einen kurzen Elevator-Pitch, mit dem Sie Ihre Dienstleistungen prägnant und in wenigen Sätzen auf den Punkt bringen – Beispiel:

„Ich bin Ansprechpartner in allen Finanzfragen. Meine besondere Stärke ist die ganzheitliche Nettolohnoptimierung, sodass Sie als Unternehmer Ihre Lohnkosten reduzieren und Ihre Mitarbeiter ein höheres Nettogehalt erzielen.“

Durch eine derartige Differenzierung vom Mitbewerber können auch Sie erfolgreich Neukunden gewinnen und bestehende Kunden enger an Ihr Unternehmen binden. ■