

**Flurin Capaul  
Marc Schwitter**

# **Let's Link!**

**Kunden gewinnen  
mit Social Selling  
und Storytelling  
auf LinkedIn**

*Versus · Zürich*

# Inhalt

**Einleitung** 9

**Das LinkedIn-Profil** 13

Foto 15

Hintergrundbild 17

Headline 19

Akademische Titel 22

Ausbildung und Arbeitgeber 23

Summary & Medien 25

Kontakte und Follower 27

Mehrsprachige Profile 29

Vanity URL 31

Wozu der ganze Aufwand? 32

Die ersten zehn Schritte 33

**Storytelling: Machen Sie noch Werbung  
oder erzählen Sie schon?** 35

Vom Lagerfeuer zum LCD-Display 37

Wie lautet Ihre Geschichte? 39

Was macht eine gute Geschichte aus? 42

Spannungsbrücke: Was Ihr Unternehmen  
mit Star Wars zu tun hat 45

Fallhöhe: Gegensätze ziehen sich  
(und Umsatz) an 48

### **Social Selling: Übersicht 51**

Online Beziehungen knüpfen 53

Aufmerksamkeit wecken 54

Die Netzwerke Ihres Netzwerks  
aktivieren 55

Beziehungen statt Content! 57

Engagement 59

Algorithmen 60

### **Positionierung & Vision:**

**Wo Ihre Story beginnt 63**

Das Warum: Der wunderbare Morgen 65

Das Wie: Inhalte statt Worthülsen 68

Vision: Begeistern Sie sich, Ihre Kunden  
und die Welt 71

### **LinkedIn konkret 75**

Likes, Kommentare und Shares 76

Posts 78

Artikel 80

Crossposting 81

Hashtags 82

Firmenprofil 83

SSI – Social Selling Index 84

<b>Werkzeugkasten: So feilen Sie an Ihren Texten</b>	<b>85</b>
Kurz, kürzer, besser?	87
Platzieren Sie die Bombe im Titel	90
Der Klassiker: Die sechs W	93
So wecken Sie Interesse	96
Unterhalten Sie, weil: Carpe diem!	99
Vermitteln Sie neue Einsichten	103
Der Spagat: Treffen Sie den richtigen Ton	105
Immer: Seien Sie glaubwürdig	107
<b>Social Selling angewandt</b>	<b>109</b>
Inhalte, die Engagement auslösen	110
Kontakte knüpfen	114
Kunden suchen	116
Gezielte Interaktion mit dem Sales Navigator	117
Zusammenfassung	118
<b>Schlusswort</b>	<b>121</b>
<b>Über die Autoren</b>	<b>123</b>
<b>Danksagung</b>	<b>125</b>