

**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:**

<b>Wo Ihre Story beginnt</b>	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>