

FÜR HEAD OF SALES
UND GESCHÄFTSFÜHRER

JUST CLOSE

Sell IT the smart way



DAS LINKEDIN IT-SALES PLAYBOOK



Du willst
schnell
Resultate?

Quicktipp
auf Seite 22!

IT-LINKEDIN KUNDENGEWINNUNG

Forecasts
erreichen

A-Player-Team
aufbauen

Winrate im
Team steigern



WARUM ES JETZT IM IT-SALES ENTSCHEIDEND IST, NEUE WEGE ZU GEHEN – UND WIE DU ALS HEAD OF SALES UND GESCHÄFTSFÜHRER DEN UNTERSCHIED MACHST

- ✖ Investitionen werden von Kunden **zurückgehalten**
- ✖ Alles was nicht **unbedingt nötig** ist oder für die Geschäftsführung strategische Priorität hat, wird **eingespart**
- ✖ **Projekte werden** auf unbestimmte Zeit **verschoben**
- ✖ IT-Leiter schaffen es aktuell oft nicht **das Budget** für das Projekt zu **organisieren**
- ✖ Dein Team bekommt keinen Zugang zu den **C-Level-Entscheidern**.



Projekte werden nicht umgesetzt

Einige Projekte fallen komplett durch



Verbrannte Zeit

Zeit und Ressourcen werden in Projekte investiert, die letztlich keine Aussicht auf Erfolg haben.

GRÜNDE DAFÜR SIND...



...DIE PRIORITÄTEN DER GF LIEGEN AKTUELL WOANDERS

In gesamtwirtschaftlich schwierigen Zeiten liegt der **Fokus** auf Projekten, die für das Unternehmen **überlebenswichtig** sind (z.B. IT Security) und auf Projekten die signifikant **Geld sparen** und Produktivität steigern.

...im Moment läuft damit nahezu alles auf Unternehmenssicherung heraus und auf harte Effizienzsteigerung, die man auch vorrechnen kann heraus.

(Wird von den wenigsten so ausgesprochen, aber dahinter stehen dann meistens Stellenkürzungen oder zumindest Einstellungsstopps).



Was wir immer beobachten:

Die Bedarfsanalyse ist nicht standardisiert bzw. zielgerichtet oder fehlt sogar komplett.

Oder es werden Detailfehler bei den Fragen zu Budget, Entscheidungsverantwortung und strategischer Bedeutung des Projekts gemacht.

Dein Team erkennt dann nicht früh genug, welche Projekte tatsächlich eine Chance haben, und welche nur Zeit und Ressourcen verbrennen.

Wichtige Fragen bleiben unbeantwortet. Wer entscheidet wirklich?
Gibt es ein Budget? Ist das Projekt strategisch genug für die Geschäftsleitung?

Der Zugang zum C-Level fehlt. Wenn dein Team nicht bis in die obere Entscheidungsebene vernetzt ist, kann es die strategische Relevanz des Projekts mit dem IT-Leiter gemeinsam nicht überzeugend platzieren.



Diese Schwächen führen zu sinkenden Abschlussquoten, längeren Sales-Cycles und verschwendeter Zeit.

DIE BEDARFSANALYSE

Mit einer sauberen **Bedarfsanalyse** erkennt Dein Team schon früh, auf welches Pferd es setzen muss, welche Punkte dem Kunden absolut wichtig sind und wer alles mitentscheiden muss, um den **Deal einzutüten**.

Und oft mangelt es dann noch an **Vertrauen** auf **(C-Level-)Entscheider-Ebene**.

Weil mal ehrlich:

Bei welchem Prozentsatz deiner Kunden ist Dein Team bis ins C-Level rauf sehr gut vernetzt?

Sodass sie den Entscheider anrufen und die **strategische Relevanz** herausheben können, wenn ein Projekt auf der Kippe steht?



Die Lösung?

Zur **Lösung** vieler der oben genannten Themen ist **LinkedIn** eine absolut **essenzielle Säule**.

LinkedIn ist eine der fünf Säulen, die Du und Dein Team braucht, um in den **Ziel-Accounts** schneller **Vertrauen** zu gewinnen, schneller einen Zugang zum (C-Level) **Entscheider** zu gewinnen und schneller mehr **Umsatz** machen zu können.

Als **Head of Sales und Vertriebsverantwortlicher** bist Du derjenige, der sicherstellt, dass dein Team diese Säule optimal nutzt, um schneller bessere Ergebnisse zu erzielen.

**Du brauchst
schnell Resultate?
Quicktipp auf
Seite 22!**

WAS DU ALS HEAD OF SALES UND VERTRIEBS- VERANTWORTLICHER ERWARTEN KANNST

Viele unterschätzen die Bedeutung von LinkedIn als strategisches Werkzeug, um gezielte Touchpoints für das Vertriebsteam zu schaffen.

Es ist nicht nur ein weiterer Kanal, um potenzielle Kunden zu erreichen, sondern eine Möglichkeit, Vertrauen aufzubauen und die Zielgruppe regelmäßig an eure Lösungen und **euer Angebot** zu erinnern.



LinkedIn ist ein starkes Tool, um deinem Team zu helfen, nicht nur neue Kontaktpunkte zu generieren, sondern auch direkt relevante Gespräche mit Entscheidungsträgern auf C-Level zu führen.

Wenn **die Profile deines Teams** überzeugend sind, die Inhalte relevant und die Kontakte gezielt ausgewählt wurden, kann LinkedIn ein sehr effektiver Weg sein, um strategisch an die richtigen Entscheider heranzukommen – auch im Bereich LinkedIn Ads gibt es gerade im IT-Sales heute **noch** unfassbar gute Möglichkeiten (mehr dazu auf Seiten 11 und 21).

Deshalb möchte ich heute mein bestes Wissen mit dir teilen, wie du LinkedIn als Hebel für dein Team einsetzen kannst.

Natürlich kann LinkedIn auch genutzt werden, **um ganz kalt Zugang zu wichtigen Zielkunden zu finden.**

In diesem Playbook werden wir das Thema "Kaltakquise" jedoch nur oberflächlich behandeln, da wir davon ausgehen, dass du bereits die Grundlagen beherrschst und dein Team weiß, wie es den ersten Fuß in die Tür setzt.

Du brauchst
schnell
Neukundentermine?
Quicktip auf
Seite 22!



Falls nicht, lade ich dich ein, dich für unseren Newsletter anzumelden. Wir informieren dich, sobald unser Neukundengewinnungs-Playbook für die Community bereitsteht.

Alternativ kannst du direkt einen Termin mit uns buchen, um deine individuelle Strategie zu besprechen, wie du dein Team befähigen kannst, planbar mehr Neukunden zu gewinnen.

**Kostenfreies Strategiegelgespräch
mit Frederik vereinbaren**

WER WIR SIND, UND WARUM DU AUF UNS VERTRAUEN KANNST?

#1 Praxiserprobte Systeme und Frameworks

Wir haben dieses Playbook geschrieben, um zu zeigen, dass unsere Erkenntnisse aus meinen über **14 Jahren Erfahrung im Vertrieb & Marketing** und **hundert gewonnenen Projekten im IT-Vertrieb** beruhen.

Mein Mitgründer, Andreas, hat schon über **90 LinkedIn-Accounts** aufgebaut, optimiert und anschließende Kampagnen darüber gefahren, sodass wir selbst und unsere Kunden damit **herausragende Ergebnisse** erzielt haben.

#2 Ein Team aus Machern in Sales & Marketing



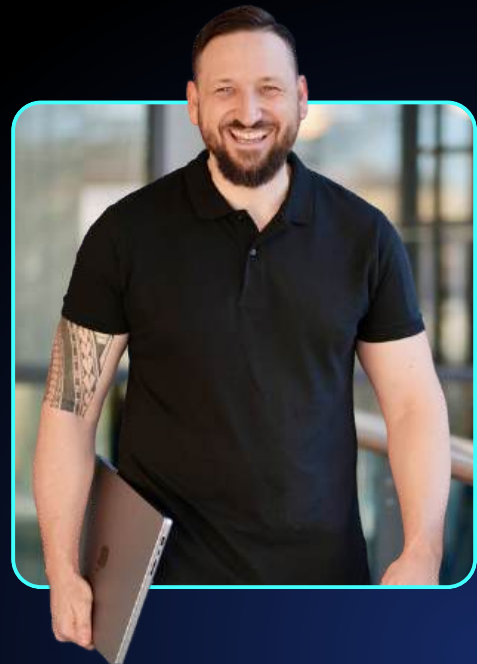
Frederik Jaegers, MBA gewann mehrere Auszeichnungen, u.a. „New Business Account Manager of the Year“ und wurde innerhalb von 2 Jahren nach seinem Start im IT-Vertrieb direkt von der AMD abgeworben.

Dort wurde er mehrfach mit der bestmöglichen Leistungsbewertung „Exceptional“ ausgezeichnet. Frederik verdiente über 150.000€ Brutto + mehrfach 5-stellige Aktienpakete und gewann den „CSO Spotlight Award“ und erhielt regelmäßig 5-stellige Boni.

Mit gerade mal 29 Jahren übernahm er die Position Head of Sales und entwickelte Sales-Youngster zu echten Salesraketen.

Andreas May gründete 2019 seine erste eigene GmbH mit Fokus auf Leadgewinnung über Performance Marketing & Sales.

Bis heute hat er selbst über 250.000 € in diverse Coachings investiert, über 5,5 Mio. Euro auf Meta und Google an Werbebudget verwaltet – dabei etwa 95.000 Leads generiert und einen Umsatz von über 85 Mio. Euro erzielt.



Wir beide verfolgen stets das Motto:
Win-Win or nothing

#3 Kleiner Ausschnitt von Referenzen & Coachees



Jonas Rech

Geschäftsführender Gesellschafter von IT Studio Rech

"Unsere Ansprache war am Anfang 'individuelle Software einfach gemacht'. So war unsere Ansprache am Anfang, und ja, wer kauft individuelle Probleme? Durch eure Hilfe haben wir unser Messaging verfeinert und sprechen jetzt die tatsächlichen Pain Points unserer Kunden an.

Durch das persönliche Sparring mit euch konnten wir unsere Ansprache deutlich optimieren und unsere Zielgruppe jetzt besser ansprechen. Schon innerhalb von einer Woche haben wir die ersten positiven Ergebnisse gesehen.

Unternehmen wie wir, die ihre IT- oder Softwareentwickler-Expertise in andere Unternehmen verkaufen, sollten definitiv mit euch zusammenarbeiten."

#Sales Cycle verkürzt

#Ansprache Verbessert

#Zielgruppe Verstanden



Alex Ulbricht

Strategic Lead & Evangelist for AI von Fujitsu

"Frederiks Methoden sind auf den Punkt, direkt aus der Praxis und funktionieren einfach. Gerade der Fokus auf klare Strategien und die Kundenperspektive macht den Unterschied und führt zu nachhaltigem Erfolg.

Gerade, wie man heute bei Kunden Vertrauen aufbauen und damit Deals gewinnen kann macht in der IT den Unterschied – und das kann er nicht nur selbst, sondern auch weitergeben. Egal ob an gestandene Sales-Profis oder Youngster. Von cleverem Story-Selling über die richtige Kundenansprache bis hin zur langfristigen Kundenbindung – hat er einfach den Dreh raus und dafür Frameworks in der Tasche.

Und er ist nicht nur fachlich stark, sondern auch menschlich schwer in Ordnung. Er nimmt sich Zeit, geht individuell auf jeden ein und schafft es, dass sich alle im Team weiterentwickeln können."

#Vertrauen aufgebaut

#Großkunden gewonnen

#Sales Cycle verkürzt



Pascal Amon

Storage Sales Specialist bei Hewlett Packard Enterprise
(heute: Head of Vertical Sales bei enthous)

"Er findet gerne neue Wege um Ziele zu erreichen und neue Ideen umzusetzen. Auch seine konzeptionelle und strategische Herangehensweise hilft dabei, Themen zu strukturieren und in kürzester Zeit zum Abschluss zu bringen."

#Planbare Umsätze

#Langfristige Kundenbeziehungen

#Vertriebserfolg



Heiko Brenner

Account Executive bei LinkedIn
(heute: Geschäftsführer bei FYRE Advisory)

"Sein Coaching und seine Unterstützung haben den entscheidenden Unterschied gemacht. Fachlich wie menschlich absolut empfehlenswert – Freddy ist jemand, der immer hilft, wenn man ihn braucht."

#Planbare Umsätze

#Langfristige Kundenbeziehungen

#Vertriebserfolg



Wieso erzählen wir Dir das?

Wir erzählen dies, um zu zeigen, dass wir aus erster Hand wissen, **was im IT-Vertrieb funktioniert.**

Mit unserer langjährigen Erfahrung und nachweislichen Erfolgen bei unseren Kunden — und über 600 abgeschlossenen Deals bei AMD, Fujitsu & SanData — möchten wir anderen IT-Sellern helfen, **Ihre Ziele zu erreichen, Entscheider ins Boot zu holen** und ihre **Abschlussrate zu verdoppeln.**



Vernetze Dich jetzt mit mir...

Frederik Jaegers, MBA · 1.

Geschäftsführer | Sales & Marketing Consulting für IT-Seller | Top-Kunden anziehen, Entscheider ins Boot holen und Abschlussrate verdoppeln | Ex-AMD & Fujitsu mit +600 Deals closed

Nürnberg, Bayern, Deutschland · [Kontaktinfo](#)

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

Lennert Bewernick, Vera Wolber und 13 weitere gemeinsame Kontakte

[Nachricht](#) [In Sales Navigator speichern](#) [Termin buchen](#) [Mehr](#)

Hier geht's zu meinem Profil

DER STATUS QUO

Viele IT-Sales-Teams in **Systemhäusern** und **IT-Dienstleistern** sind der Meinung, dass es reicht, einfach nur auf LinkedIn präsent zu sein. **Doch echtes Wachstum braucht mehr als nur "auch da auf LinkedIn sein".**



Es geht darum, dein Netzwerk in vorhandenen Accounts strategisch auszubauen, über die **traditionellen Empfehlungs- & Bestandskundennetze** hinauszuwachsen – und so einen wirklich **verlässlichen** und vorhersagbaren Kanal für deine Kundenentwicklung und deine **Neukundengewinnung** zu etablieren.

Stelle dir die Frage:

Holst Du und dein Team **wirklich alles** aus LinkedIn heraus, oder schöpfst Du nur einen **Bruchteil** dessen aus, was möglich ist?

Wenn du wirklich auffallen willst, musst du dich von der **Masse** abheben. Es reicht nicht, einfach nur dabei zu sein – du solltest derjenige sein, der vorausgeht und den Ton angibt.

Wie sonst soll die IT- und Geschäftsleitung deiner Kunden dich und dein Team als **Trusted Advisor** sehen und sich vor anderen mit den Ergebnissen und der Connection zu dir brüsten?

Und heute ist einfach mehr Druck da als je zuvor, denn alte Strategien sind nicht mehr so effektiv wie früher und die Konkurrenz wird immer besser. Jetzt ist der richtige Moment, die Entscheidung zu treffen und auf den **LinkedIn-Zug** aufzuspringen, bevor es zu spät ist. Aber mit Fahrplan und mit **Qualität**.

Gewöhnliche **Massenansprachen** führen heute oft zu **verbrannter Erde** oder im besten Fall zu **unqualifizierten Interessenten**, die du und dein Team am Ende kaum abschließen können. Wie bei allen anderen **Kanälen** verlieren die First-Mover-Effekte auf LinkedIn nach und nach an Wirkung, besonders für diejenigen, die später einsteigen.

Deshalb ist es jetzt wichtig, LinkedIn aktiv zu nutzen und alle seine Funktionen voll auszuschöpfen.



Gehe über ein einfaches **Profil-Update** hinaus, setze gezieltes **Content-Marketing** ein, organisiere **LinkedIn-Events** und denke vielleicht sogar mal über **Anzeigen** nach, um strategische Kontakte aufzubauen und **mehr Umsatz** zu machen.

5 FATALE FEHLER, DIE DICH VIELE DEALS IM MONAT KOSTEN...



Fehler #1: Fehlende Strategie & Fehlender Plan

Ohne einen klaren Plan ist es schwierig, LinkedIn effektiv zu nutzen. Ohne eine **Strategie** bewegen sich viele Sales Teams von IT-Dienstleistern und SaaS-Unternehmen ziellos auf der Plattform, **verschwenden wertvolle Zeit** und **verpassen wichtige Gelegenheiten**.

Eine durchdachte Strategie hilft dabei, konkrete Ziele zu setzen und gezielte Maßnahmen zu ergreifen, die zu messbaren Ergebnissen führen.

Fehler #2: Wenig professionelles LinkedIn-Profil

Ein unzureichend **gepflegtes Profil** kann potenzielle Kontakte eher abschrecken als sie anziehen. Sorge dafür, dass dein LinkedIn-Auftritt **professionell**, ansprechend und stets aktuell ist.

Dein Profil sollte **sofort vermitteln, wer du bist und welchen Mehrwert du bietest**.

Fehler #3: Unpersönliche Massen-Nachrichten

Standardisierte **Massen-Nachrichten** wirken eher abschreckend als überzeugend. **Personalisiere** deine Kommunikation, um echte **Verbindungen** aufzubauen.

Eine **Ansprache auf Augenhöhe** zeigt echtes **Interesse** und fördert das **Engagement** deiner Kontakte.

Fehler #4: Keinerlei Content-Marketing

LinkedIn ist eine Goldgrube für Vertrauensaufbau über **Content**, aber viele schöpfen diese Chance leider nicht aus.

Hochwertiger und relevanter Content ist entscheidend, um deine **persönliche Marke** zu stärken und **Vertrauen** bei deinem Publikum zu gewinnen.

Anstatt nur allgemeine **Updates** (oder noch schlimmer: Werbung) zu teilen, entwickle eine Strategie, die Mehrwert bzw. nützlichen Inhalt bietet. Das ist tatsächlich weniger aufwändig, als du vielleicht denkst.

Fehler #5: LinkedIn Events werden vernachlässigt

LinkedIn-Events sind eine hervorragende Möglichkeit, ein interessiertes Publikum zu erreichen, ohne in **Werbung** zu investieren. Viele übersehen diese Chance und verlassen sich ausschließlich auf herkömmliche **Beiträge** (oder teilweise bezahlte Anzeigen). Wenn du die Vorteile von Events richtig nutzt, kannst du dein Netzwerk erweitern und deine Expertise unter Beweis stellen.

DEIN SCHLÜSSEL ZUM ERFOLG IM IT-SALES

Die Ausgangsbasis bestimmen

Stell dir eine wichtige Frage: **Wie schnell brauchst du Ergebnisse?**

Je nachdem gibt es **zwei Wege** und die damit verbundenen strategischen Überlegungen.

Wenn du den organischen Weg wählst, dann musst du damit rechnen **6-12 Monate aktiv zu sein**, relevanten Content zu posten und mit potenziellen Zielkunden zu interagieren.

Wenn du **schnell Ergebnisse erzielen** willst und **in etwa 14 Tagen bereits erste Anfragen mit echtem Interesse** gewinnen willst, sind LinkedIn-Ads der passende Weg.

Organisch (ohne LinkedIn Ads)

Du kannst dir hier **nachhaltig eine große Reichweite aufbauen** – ohne für deine Sichtbarkeit etwas zu bezahlen.

Nachteil:

Es braucht viel Zeit, die richtigen Maßnahmen und Disziplin um nachhaltig Ergebnisse zu erzielen.

Vorteil:

Organische Reichweite ist ein starkes Asset um kosteneffizient Leads zu gewinnen.

Paid (mit LinkedIn Ads)

Du möchtest **am liebsten gestern schon neue Termine mit deinen Zielkunden** im Kalender haben?

Dann sind **Paid Ads** die Variante um schnell Sichtbarkeit aufzubauen und Termine zu generieren.

Nachteil:

Du musst immer wieder Geld in Form von Werbeausgaben bezahlen um für deine Zielgruppe sichtbar zu sein. Deswegen ganz wichtig:
Die Kampagne muss **zielgerichtet** erstellt werden. **Sonst verbrennst du nur Geld.**

Vorteil:

Innerhalb kürzester Zeit haben du und dein Team **Entscheider Termine** im Kalender.

Die unschlagbaren Vorteile von LinkedIn

Auf keiner anderen Plattform kannst du deine Entscheider so genau targetieren und ansprechen, wie auf LinkedIn.

Warum? **Weil sich auf keiner anderen Plattform User freiwillig mit ihren kompletten Daten und Lebenslauf anmelden und aktuell halten.**

So erreichst du genau die Personen und Unternehmen die du erreichen möchtest.

Wenn du dich für den organischen Weg entscheidest, lies einfach weiter.

Für LinkedIn Ads kannst du direkt zur Seite 22 springen.

DEIN SCHLÜSSEL ZUM ERFOLG IM IT-SALES

Fehler #1 beheben: mit Strategie & Plan

Wenn du LinkedIn ernsthaft nutzt, kann es dein entscheidender Vorteil im B2B-IT-Sales sein.

Es bietet dir die Möglichkeit, neue Kontakte für dich zu gewinnen, deine Vertriebspipeline auf ein neues Niveau zu heben und Zugang zu Chancen zu erhalten, die du sonst nicht bekommen würdest.

Die Plattform ist weit mehr als nur ein soziales Netzwerk — sie ist **der Ort**, um mit den Entscheidern, bei deinen Accounts, in Kontakt zu treten.

Hier zeigt jeder, was er kann und was er sucht — der ideale Platz, um potenzielle Kunden zu identifizieren, Vertrauen aufzubauen, um dann **Abschlüsse** zu erzielen.



Vorteile von Organic LinkedIn

Mit organischen Outreach-Maßnahmen auf LinkedIn kann dein Team täglich **50 bis 100 potenzielle Partner** erreichen und damit pro Woche ein bis zwei Termine generieren.

Dieses enorme Potenzial beschleunigt deinen Weg zu **hundertprozentiger Zielerreichung** und mehrfach sechsstelligen Monatsumsätzen durch vorhersehbare Kundengewinnung & dem Ausbau deines Netzwerks ins C-Level.

Um das noch zu beschleunigen können **LinkedIn Ads** der Turbo sein, der euch auch **fünf oder sogar zehn Neukundentermine pro Woche** ermöglicht.

Du brauchst schnell Resultate?
Quicktipp zu Ads auf Seite 21!

Gezielte Kundengewinnung

Nutze LinkedIn, um **präzise** neue Kunden zu **finden** und **anzusprechen**. Viele Nutzer hinterlegen sogar ihre Telefonnummer und E-Mail-Adresse direkt in ihrem Profil.

Netzwerke aufbauen

IT-Entscheider und GFs nutzen LinkedIn oft, um sich als erstklassige Arbeitgeber und ideale Kooperationspartner zu präsentieren. Die Themen, die sie teilen oder liken, **erleichtern es** dir, wertvolle Beziehungen aufzubauen und dich als Trusted Advisor zu positionieren.

Expertenstatus festigen

LinkedIn erhöht **deine Sichtbarkeit** und positioniert dich vor der Konkurrenz im Kopf deiner Kunden. Du zeigst der Außenwelt, warum du ein anerkannter Experte in deiner Branche bist.

UNSER FAHRPLAN ZUM ERFOLG

Fehler #2 beheben: Attraktives LinkedIn-Profil

Schritt 1: Optimierte dein LinkedIn-Profil

Ein **starkes LinkedIn-Profil** ist die **Grundlage** für deinen Erfolg. Es ist dein Aushängeschild und sollte auf einen Blick zeigen, wer du bist und welchen Mehrwert du bietest.

Stelle dich und deine Fähigkeiten **in kurzen und klaren Worten** vor, damit potenzielle Kunden **sofort verstehen**, warum sie eine Zusammenarbeit mit dir nicht verpassen sollten.

Am wichtigsten ist ein gutes, **professionelles Bild**, wo dein Gesicht und Lächeln unschwer zu erkennen sind.

Der Standard-Profilslogan darunter ist "Ich zeige ...(Zielgruppe) wie sie ihr ... (Problem) lösen" oder "Ich helfe ... (Zielgruppe) wie sie ... (Ziel) erreichen".

Mein persönlicher Favorit des Profilslogans baut sich nach folgendem Muster auf: "Kategorie | Tätigkeit für wen | Ergebnis | Trust"

Als Beispiel:

**"IT Advisor | IT Beratung für IT-Leiter & CIOs in mittelständischen Unternehmen |
Ø 20% Kosteneinsparung & mehr freies Budget für strategische Projekte | Trusted Advisor
von Trigema, Flyeralarm und weiteren Marktführern"**

Das ist grundsätzlich eine gute Vorlage. Trotzdem empfehlen wir:



Sei einzigartig

Sei einzigartig und hebe dich von der Masse ab. Das bleibt im Gedächtnis.



Professionelles Image

Stelle sicher, dass dein Profil und dein Auftritt professionell und ansprechend sind. Sei dabei authentisch und habe keine Angst vor Fehlern.



In unserem Videokurs zum Playbook, habe ich dir in einem 20min-Video noch einmal zusammengefasst, auf was du bei deinem Profil (als deine digitale Visitenkarte) achten solltest.

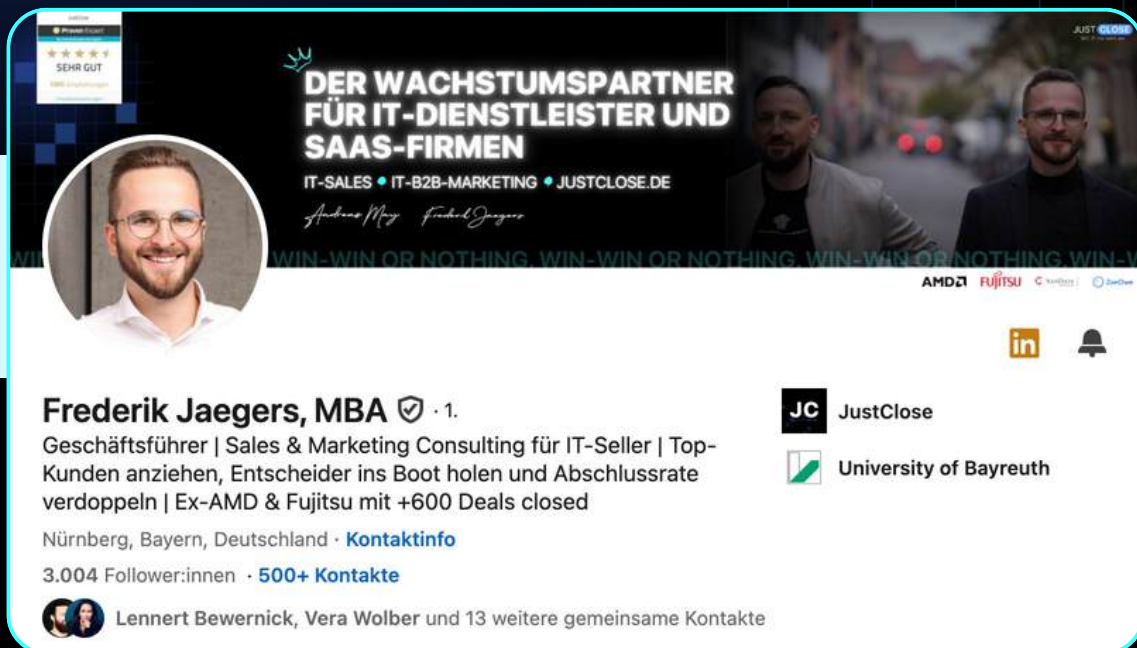
**Kostenfreies Strategiegelgespräch
mit Frederik vereinbaren**

PROFILOPTIMIERUNG ZUSAMMENGEFASST

Optimierung des LinkedIn-Profiles für professionelle Außenwirkung

Profilbild und Header

- Hochauflösendes, professionelles **Profilbild**.
- **Hintergrundbild** (Header) mit klarem Slogan und Trust-Logos.
- Verwende **Canva** für Design und Größenanpassung (1128 x 191 Pixel).
- **Slogan** und **Beschreibung**.
- Definiere klar deine **Kategorie** und **Tätigkeit**.
- Erwähne, **für wen** du arbeitest und welches Ergebnis du lieferst.



Beispiel:

„IT Advisor | IT Beratung für IT-Leiter & CIOs in mittelständischen Unternehmen | Ø 20% Kosteneinsparung & mehr freies Budget für strategische Projekte | Trusted Advisor von Trigema, Flyeralarm und weiteren Marktführern“.

Profilbeschreibung

- Nutze den **Infobereich** für einen prägnanten Elevator Pitch.
- Beschreibe, **wem du wie hilfst und warum**.

Positionsbeschreibung

- Nutze die Felder sinnvoll, um **Klarheit** zu schaffen.
- Hinterlege **relevante Dokumente** (z. B. Pitch Deck).
- Füge **Trust-Elemente** wie Kundenlogos hinzu.

Referenzen und Empfehlungen

- Sammle **Feedback** und **Empfehlungen** zur Vertrauensbildung.
- Ermögliche potenziellen Kunden damit, sich bei **Referenzen** über dich zu erkundigen.

SCHRITT 2: DEIN ZIELERREICHUNGS-BOOSTER HEISST COMMITMENT

Committe dich und nutze LinkedIn als deinen Hauptkanal neben den bestehenden, um dich in deinen Zielaccounts zu vernetzen, durch die „Tür zu kommen“ und stabile Monatsumsätze im **sechsstelligen Bereich** zu erzielen.

Als solides **Fundament** ermöglicht dir dein Commitment langfristiges Wachstum auf LinkedIn, eine bessere Vernetzung mit Bestands- und Neukunden und mehr Vertrauen bei Entscheidern.

Das **strategische Investment in deine Personenmarke, deine Referenzen und dein Netzwerk** wird sich auszahlen.

3 wichtige Schritte sind:

1

Ernsthaft & aktiv Netzwerken

Bleibe kontinuierlich im Austausch mit deinem Netzwerk und baue es aus. Notiere dir vor allem die **Geburtstage** wichtiger Kontakte und pflege mindestens einmal jährlich den Austausch. **Kontinuität fällt auf!**

2

Strategischen Content veröffentlichen

Veröffentliche hochwertigen **Content**, der deine **Expertise** unterstreicht. Du musst das Rad nicht neu erfinden aber biete deinen Kunden echten Mehrwert und teile dein bestes Wissen.

3

Zu relevanten Events einladen

Organisiere gemeinsam mit deinem Unternehmen **Events**, um Beziehungen zu den IT-Entscheidern zu stärken. Persönliche Einladungen & persönliche Treffen sind unschlagbar für **nachhaltige Beziehungen**.

**Kostenfreies Strategiegeläch
mit Frederik vereinbaren**

UNSER FAHRPLAN ZUM ERFOLG

Den LinkedIn-Kanal meistern

LinkedIn gezielt zu nutzen, heißt auch, eine **präzise Ansprache** für die **Entscheider** zu entwickeln. Der erste Schritt ist, die richtigen Personen herauszufiltern und ihnen einen klaren **Mehrwert** zu bieten.

Auch wenn das **LinkedIn-Netzwerk** immer dichter wird, gibt es weiterhin viele **Möglichkeiten** herauszustechen.

Der LinkedIn-Sales-Navigator ist hier dein Schlüssel, um den Zugang zu deinen **Zielkontakten** deutlich zu beschleunigen und so das Beste aus deinem Netzwerk herauszuholen.

Suchen und finden deiner Entscheider

1 Finden

Finde die relevanten **Entscheider und Target-Accounts**. Vergiss nicht nach Entscheidern und Champions, bei denen Bestandskunden zu suchen.

2 Informiert bleiben

Behalte deine Timeline im Blick bzw. nutze "die Glocke", um **Veränderungen** bei Geschäftskontakten sicher mitzubekommen.

3 Ansprechen

Setze gewonnenes Wissen aus den Postings und **Insights** geschickt ein, um das Interesse deiner potenziellen Kunden zu wecken.



Meine Empfehlung:

Nutze den Sales Navigator. Sollte dir dein Unternehmen den Sales Navigator nicht zahlen, kannst du Frederik direkt anschreiben – er kann dir zeigen, wie du den Sales Navigator für unter 20€ im Monat bekommen kannst.

Für diejenigen, die zunächst **ohne** den Sales Navigator arbeiten möchten, gibt es ebenso effektive und **kostenlose** Methoden, um die passende Zielgruppe zu identifizieren.

Hier findest du weitere Tools für LinkedIn

News Feed Eradicator ([Link](#)) – voller Fokus auf das was zählt

Loom ([Link](#)) – schnell personalisierte Videos aufnehmen

Calendly ([Link](#)) – effizient Termine buchen

Link-Match ([Link](#)) – Kontakte in CRM exportieren

Textblaze ([Link](#)) – Textvorlagen in einfach

Dripify ([Link](#)) – Drip-Kampagnen für LinkedIn

Lusha / Signalhire ([Link](#) - [Link](#)) – Telefonnummern und Mailadressen finden

UNSER FAHRPLAN ZUM ERFOLG

Zielgruppe ansprechen

Sobald du deine Zielgruppe ermittelt hast, ist der nächste Schritt entscheidend: die **Ansprache**. Um im dichten **LinkedIn-Pool** aufzufallen, ist die richtige Herangehensweise entscheidend.

1

Individuelle Ansprache

Stand. Nachrichten wirken oft robotisch. Personalisiere deine **Kommunikation**, um Interesse zu wecken.

2

Nutzen- versprechen

Biete deinem Kontakt einen klaren **Mehrwert**, z.B. durch Beratung oder wertvolle Freebies.

3

Vertrauen und Beweise

Nutze **Testimonials**, **Expertisenachweise** und **Erfolgsgeschichten**, um Vertrauen zu schaffen.



WICHTIG

Passe deine Kommunikation an die spezifischen **Probleme** und **Herausforderungen** deines Kunden an. Die Anliegen variieren oft je nach Branche und **Position**.

Verwende **InMails** nur als letzten Schritt; ein **Multi-Kanal-Ansatz** bietet meist bessere Möglichkeiten, um verschiedene Kommunikationswege zu nutzen.

Extra-Tipp

Nutze **aktuelle Trends**, um die Relevanz deines Angebots zu verdeutlichen.

Beispiel: Wenn Tools wie **ChatGPT** zwar weit verbreitet sind, jedoch beruflich aus Datenschutzgründen nicht genutzt werden dürfen – und du eine **datenschutzkonforme KI-Lösung** (z.B. Fujitsu PrivateGPT) anbietest, zeige deinem Kunden, wie dein Produkt genau dessen Herausforderungen löst.

Verknüpfe dein Angebot mit **aktuellen Entwicklungen** ("Door-Opener-Themen"), um zu zeigen, warum Kunden gerade jetzt auf dich setzen sollten – das macht dein Angebot besonders ansprechend.

FEHLER #4 BEHEBEN: TOP CONTENT-MARKETING

Effektives LinkedIn Content-Marketing

Aufmerksamkeit ist deine stärkste Währung auf **Social Media** – und kontinuierlicher (auch wenn einigermaßen seltener) **Content** ist ein zentraler Faktor für langfristigen Erfolg auf LinkedIn.

Auch wenn die Ergebnisse nicht sofort sichtbar sind, führt regelmäßiger Content-Aufbau langfristig zu größerer **Reichweite** und einem stärkeren **Expertenstatus**.

So kannst du die **Bindung** zu deiner Zielgruppe stärken und **Vertrauen** aufbauen.

Der Schlüssel zum Erfolg sind Inhalte, die speziell auf **IT-Leiter** und **CEOs** abgestimmt sind und **Aufmerksamkeit** erregen.

Ob durch Beiträge, die zur **Interaktion** anregen, oder durch wertvollen Content, der deine Zielgruppe **begeistert** – beides bringt dich näher an deine Ziele.

Warum LinkedIn deine Content-Bühne sein sollte



Aufmerksamkeit ist entscheidend

Täglich warten hunderte oder tausende aktive Nutzer gespannt auf **guten**, neuen Content. Diese **aufmerksame Masse** ist dein Schlüssel zum Erfolg. Aber auf was für Content warten sie? Sicher nicht auf stumpfe Werbung. Das diskreditiert dich am Ende noch und kostet Reichweite.



Die richtige Balance finden

Eine gute Mischung erreichst du mit einem **Verhältnis von 80/20** – 80 % deiner Beiträge sollten **puren Mehrwert** bieten, während 20 % gezielte Werbebotschaften oder Aufmerksamkeit für eigene Veranstaltungen enthalten können.

**Kostenfreies Strategiegelgespräch
mit Frederik vereinbaren**

FEHLER #4 BEHEBEN: TOP CONTENT-MARKETING

Leitfaden für LinkedIn-Content

Ein großer Vorteil von regelmäßigem **Content** ist, dass du – ähnlich wie bei LinkedIn-Events – **neue Kunden** anziehen und Vertrauen bei deiner Zielgruppe aufbauen kannst, ohne Werbebudget einsetzen zu müssen.

Der Schlüssel zum Erfolg: Inhalte, die IT-Leiter und CIOs begeistern

Der Erfolg deines Content-Marketings hängt maßgeblich davon ab, wie gut du die spezifischen **Bedürfnisse** und **Herausforderungen** deiner Zielgruppe adressierst.

Nochmal: Ob durch Beiträge, die zur Interaktion anregen, oder durch wertvollen Content, der dein Netzwerk und deine Zielgruppe begeistert – beides bringt dich näher an deine Ziele.

Wichtig ist, dass du die aktuellen Themen und Pain Points von IT-Leitern und CIOs aufgreifst.

Leitfaden für LinkedIn-Content

Identifiziere die Pain Points deiner Zielgruppe

Beispiele:

- **Cybersecurity**-Bedrohungen und deren Abwehr
- Integration von Legacy-Systemen mit neuen Technologien
- Effizienzsteigerung und **Kostenreduzierung** in der IT-Infrastruktur
- **KI Einsatz** im Unternehmen
- Anpassung an Trends wie Cloud Computing vs. On-Premises oder auch Remote-Arbeit

Erstelle wertvollen Content, der diese Herausforderungen adressiert

Drei Arten von Content

Awareness Content

Generiert **Reichweite** und macht auf aktuelle Themen aufmerksam.

Beispiele:

„Die Auswirkungen von KI auf die IT-Infrastruktur“

„Cybersecurity-Trends für 2024“

Value Content

Bietet konkreten **Mehrwert** und praktische Tipps.

Beispiele:

„10 Schritte zur erfolgreichen Cloud-Migration für CIOs“

„Best Practices für die Integration von Legacy-Systemen“

Conversion Content

Fordert zu **Handlungen** auf, z. B. Teilnahme an Webinaren oder Downloads.

Beispiele:

„Melden Sie sich zu unserem Webinar über IT-Kostensenkung an“

„Kostenloser Leitfaden zur Cybersecurity für mittelständische Unternehmen“

FEHLER #5 BEHEBEN: LINKEDIN EVENTS NUTZEN

Kostenlose Kundengewinnung mit LinkedIn-Events

LinkedIn Events sind eine extrem wirkungsvolle Methode, um Kunden zu gewinnen – ganz ohne Werbebudget. Die Webinar- oder Event-Teilnehmer sind automatisch an dir und deinem Angebot interessiert, da sie sich ja aktiv anmelden.

Zusätzlich helfen dir diese Events, deine persönliche **Reichweite** und die Reichweite deines Unternehmens zu erweitern und gezielt potenzielle Kunden aus deinem Netzwerk (und außerhalb) anzusprechen.

So konnten unsere Partner mit bis zu **1.000 Einladungen pro Woche** und Profil innerhalb von **90 Tagen** stolze **3.000 aktive Anmeldungen** erzielen und **du kannst das auch**.

5 Tipps, die du für erfolgreiche LinkedIn-Events beachten solltest:

1

Spannendes, wirklich aktuelles Thema

Nutze **aktuelle Trends**, um die Relevanz deines Events zu verdeutlichen.

Beispiel: Wenn Tools wie **ChatGPT** zwar weit verbreitet sind, jedoch beruflich aus Datenschutzgründen nicht genutzt werden dürfen – und du eine **datenschutzkonforme KI-Lösung** (z.B. PrivateGPT) anbietest, zeige deinem Kunden, wie dein Produkt genau dessen Herausforderungen löst.

Verknüpfe dein Event möglichst mit **aktuellen Entwicklungen** ("Door-Opener-Themen"), um zu zeigen, warum Kunden gerade jetzt auf dich setzen sollten – das macht dein Angebot besonders ansprechend.

2

Aussagekräftiger Event-Titel

Ein prägnanter Titel zieht **Aufmerksamkeit** auf sich und kann den Erfolg des Events maßgeblich beeinflussen. Etwa **80 %** des Erfolgs hängen von gutem **Copywriting** ab! Tools wie ChatGPT können inspirieren, die Hauptarbeit liegt jedoch weiterhin bei dir.

3

Optimales Event-Setup

Verwende Plattformen wie **Webinarjam** ([Link](#)) oder **Zoom** ([Link](#)) (beachte das Limit von 500 Personen bei Zoom) und Sorge dafür, dass alle wichtigen Materialien und Inhalte vorab bereitstehen.

FEHLER #5 BEHEBEN: LINKEDIN EVENTS NUTZEN

4

Strategisches Erinnerungsmanagement

Plane **mindestens sechs Erinnerungen** für alle Teilnehmer ein. Beginne eine Woche im Voraus und erhöhe die Frequenz bis zum Event-Tag, um die Teilnahmequote deutlich zu steigern.

5

Umfassende Durchführung und Nachbereitung

Führe das Event mit einem durchdachten **Pitch** und einem überzeugenden **Call-to-Action**.

Um das Engagement der Teilnehmer hochzuhalten und sie in zahlungsbereite Kunden zu verwandeln, bleibe nach dem Event im **Austausch**, stelle gezielte Fragen und zeige Interesse.

**Kostenfreies Strategiegeläch
mit Frederik vereinbaren**

Vermeide diese häufigen Fehler bei LinkedIn-Events:

- **Unattraktives Thema oder unattraktiver Titel:** Ein unscharfer Titel kann Interesse mindern. Er sollte präzise und einladend sein.
- **Kein klarer Pitch:** Ein klarer Pitch hat bei uns und unseren Partnern eine Terminquote von bis zu 30 % erreicht – ohne klare Ansprache sinkt die Erfolgsquote schnell.
- **Fehlende Werbung für's Event:** Stelle sicher, dass du ausreichend Interessenten einlädst und informierst – dann ist es auch okay, dass nicht jeder teilnehmen wird.
- **Limiting Beliefs:** Stelle Überzeugungen wie „Für IT-Leiter gibt es kein interessantes Webinar-Thema“ infrage. Solche Annahmen blockieren dich – sei offen für neue Ansätze und nutze die Möglichkeiten deines Events voll aus.

DER DIREKTE WEG ZU NEUEN ZIELKUNDEN: MESSERSCHARFE LINKEDIN ADS

IT-Dienstleister und **SaaS-Unternehmen** mit einer professionellen LinkedIn-Präsenz kommen an LinkedIn-Ads nicht vorbei.

Warum?

Weil du hier direkt **C-Level-Entscheider** und IT-Verantwortliche ansprichst – **ohne Streuverluste und ohne nervige Kaltakquise**.

Du kannst auf LinkedIn so **messerscharf** genau dein **Zielkunden** **targetieren** wie auf keiner anderen Plattform.



Warum LinkedIn-Ads für IT-Dienstleister unverzichtbar sind:

- **Hochpräzises Targeting** – Erreiche genau die Unternehmen und Entscheider, die IT-Budgets haben und aktiv nach Lösungen suchen.
- **Weniger Konkurrenz als auf Meta** – Deine Ads werden nicht zwischen viralen Memes untergehen, sondern in einem geschäftlichen Kontext wahrgenommen.
- **Perfekt für erklärungsbedürftige IT-Lösungen** – Nutzer sind auf LinkedIn aktiv, um sich über neue Technologien und Dienstleistungen zu informieren.

Unsere Ergebnisse für IT-Dienstleister:

Mit einem Ad-Budget von 29.951,77 € konnten wir in 3 Monaten 512 hochrelevante B2B-Leads generieren – bei nur 58 € pro Lead.

Die Qualität? Übertreffend: extrem niedrige Bad Data Quote & 9x ROAS innerhalb von 90 Tagen.

Möchtest du mit LinkedIn-Ads planbar IT-Zielkunden gewinnen?

Buche dir jetzt eine unverbindliche Beratung und erfahre, wie wir dein Wachstum mit LinkedIn-Ads skalieren!

Kostenfreies Strategiegelgespräch
mit Frederik vereinbaren



DEINE ULTIMATIVE SCHRITT-FÜR-SCHRITT ANLEITUNG FÜR LINKEDIN ADS

Schritt 01

Vorbereitung deiner Kampagne

📌 Zielgruppenanalyse

- Definiere exakt deine idealen Kunden (Position, Unternehmensgröße, Branche).
- Erstelle einen detaillierten Kunden-Avatar, um maßgeschneiderte Inhalte zu entwickeln.

📌 Themenfindung

- Finde relevante Themen, die deine Zielgruppe ansprechen & echten Mehrwert bieten.
- Nutze gezielt Keywords, um deine Autorität zu stärken & Sichtbarkeit zu maximieren.

📌 Wettbewerbsanalyse

- Identifiziere erfolgreiche Strategien deiner Konkurrenz mit dem Wettbewerbs-Workbook.
- Erkenne Lücken im Markt und nutze diese für deine Positionierung.

Schritt 02

Erstellung deiner LinkedIn-Kampagne

📌 Indirekter VSL Funnel

- Entwickle ein hochwertiges Playbook mit Nischenthemen als unwiderstehliches Freebie.
- Baue einen smarten Funnel, um qualifizierte Leads zu generieren.

📌 Kreative Anzeigenentwicklung

- Setze auf hochwertige Bilder & Videos, die sofort Aufmerksamkeit erzeugen.
- Kommuniziere dein Angebot glasklar, um maximale Conversion zu erzielen.

📌 Headline-Optimierung & A/B-Tests

- Teste verschiedene Überschriften, um die beste Performance zu identifizieren.
- Nutze psychologische Trigger wie FOMO („Fear of Missing Out“), um Handlungsdruck zu erzeugen.

in

in

in

in

in

in

in

in

in

Schritt 03

Kampagnendurchführung

CRM-Integration für max. Effizienz

- Nutze ein LinkedIn-optimiertes CRM, um Leads professionell zu verwalten & nachzuverfolgen.
- Automatisiere Prozesse, damit kein potenzieller Kunde verloren geht.

Schnelles Follow-Up für höhere Abschlüsse

- Reagiere zeitnah auf Anfragen – ein schneller Anruf steigert deine Erfolgsquote erheblich.
- Pflege den persönlichen Kontakt, um Vertrauen aufzubauen & Abschlüsse zu sichern.

Vermeide die 3 größten Fehler

- 1 Unklare Angebote:** Achte darauf, dass dein Angebot deutlich und ansprechend ist.
- 2 Falsche Anzeigen-Einstellungen:** Nutze die richtigen Einstellungen im LinkedIn Anzeigenmanager und behalte deine Kosten immer im Überblick.
- 3 Anzeigen kopieren:** Individuelle und maßgeschneiderte Strategien sind entscheidend. Lass dich gerne von anderen inspirieren, aber bleibe einzigartig.

Schritt 04

Nachbereitung & Optimierung

Ergebnisanalyse für datengetriebene Entscheidungen

- Prüfe regelmäßig die Performance deiner Anzeigen – welche Taktiken funktionieren am besten?
- Identifiziere Optimierungspotenziale & reagiere flexibel auf Marktveränderungen.

Kontinuierliche Anpassung für bessere Conversion-Rates

- Verfeinere Anzeigen, Texte & Zielgruppen, um deine Kampagne stetig zu verbessern.
- Entwickle eine langfristige Strategie, die dich Schritt für Schritt zum Marktführer macht.

Nutze bewährte Ressourcen für deinen Erfolg

- Greife auf unsere Anzeigen-Bibliothek zu & analysiere erfolgreiche Kampagnen.
- Empfehlung: LinkedIn Sales Navigator für präzise Lead-Generierung & besseres Targeting.



DU HAST JETZT 2 OPTIONEN

Linkedin Ads alleine umsetzen...

- ✗ **Unsichere Vorgehensweise:** Erlebst du oft Frustration bei der Suche nach der richtigen Strategie durch Trial-and-Error?
- ✗ **Kostspielige Fehler:** Überschreitung des Budgets durch ineffiziente Anzeigen-Einstellungen.
- ✗ **Minderwertige Daten:** Hohe "Bad-Data"-Quoten führen zu uninteressierten oder unpassenden Kontakten.
- ✗ **Verpasste Chancen:** Wenig bis keine Abschlüsse aus den Anzeigen, was den ROI schmälert.

Linkedin Ads mit JUST CLOSE!

- 💡 **Strategische Expertise:** Nutze unser erprobtes Wissen für maß-geschneiderte, effiziente Kampagnen.
- 💡 **Kostenoptimierung:** Profitiere von optimalen Anzeigen-Einstellungen, die dein Budget schonen und steigern.
- 💡 **Erstklassige Leads:** Sichere dir hochwertige Leads mit relevanten, konvertierenden C-Level-Kontakten.
- 💡 **Maximierte Abschlüsse:** Erhöhe deine Abschlussrate signifikant durch unsere zielgerichteten Methoden.



**Klicke jetzt auf den Button
und sichere dir deinen Termin**



**Kostenfreies und unverbindliches
Strategiegespräch vereinbaren**

