

LinkedIn für Unternehmen

Erste Schritte

Inhalt

01	Einleitung	03	04	Vermarkten: Beziehungen zu Fachkräften auf der ganzen Welt aufbauen	20
02	Die ersten Schritte müssen Sie machen	09	05	Verkaufen: Entscheidungsträger ansprechen	28
03	Einstellen: Neue Impulse durch neue Talente	14	06	Warum LinkedIn?	34

Einstellen, Vermarkten und Verkaufen auf neue Weise

Die Arbeitswelt hat sich verändert.

Wie Menschen miteinander kommunizieren, Informationen konsumieren und Beziehungen aufbauen – all das hat sich mit dem Internet grundlegend gewandelt.

Dieses Phänomen ist weltweit zu beobachten und hat auch dazu geführt, dass die Welt ganz anders funktioniert:

- Fach- und Führungskräfte müssen schneller reagieren.
Sie müssen schneller und fundierter Entscheidungen treffen, um in diesem schnelllebigen Arbeitsumfeld mithalten zu können.
- Wichtige geschäftliche Informationen sind über viele digitale Kanäle verteilt, darunter auch in beruflichen Netzwerken im Internet.
- Die Art und Weise, in der Inhalte konsumiert und mitgeteilt werden, wandelt sich schnell und dauerhaft.

Online-Plattformen bieten den Menschen die Möglichkeit, sich untereinander zu vernetzen und Informationen und Einblicke effektiver mitzuteilen.

In eben diesen Netzwerken liegt die Zukunft der Arbeitswelt.



20 % bis 25 %

Schätzungen des McKinsey Global Institute zufolge können Unternehmen die Produktivität von Interaktionsarbeitern, also von hochqualifizierten Wissensarbeitern, einschließlich Managern und Fachkräften, um 20 bis 25 % erhöhen, indem sie Technologien rund um soziale Medien vollständig implementieren.

Hier kommt LinkedIn ins Spiel

Es gibt eine weltweite Plattform für Fach- und Führungskräfte, die eine Fülle neuer Daten bereitstellt. Mit über 225 Millionen Mitgliedern in mehr als 200 Ländern und Regionen ist LinkedIn das weltweit größte Netzwerk für Fach- und Führungskräfte im Internet, und jede Sekunde kommen etwa drei neue Mitglieder hinzu. Während Sie dies hier lesen, fügen Millionen Mitglieder Informationen zu ihren LinkedIn Profilen hinzu, teilen wichtige Einblicke mit und vernetzen sich untereinander.

Dieser Erfolg von LinkedIn ist auf zwei Faktoren zurückzuführen:

1. Eine skalierbare Infrastruktur, die unzählige Menschen innerhalb weniger Sekunden miteinander vernetzt.
 2. Die wachsende Bedeutung von Online-Marken für Fach- und Führungskräfte und Unternehmen gleichermaßen. Fachkräfte wissen, dass sie durch den Aufbau ihrer Netzwerke, das Mitteilen von Informationen und das Finden der richtigen Experten nicht nur ihre Karriere, sondern auch den Einfluss ihrer Unternehmen verändern können. Und genau da liegt der Fokus von LinkedIn: *Wir wollen die Art und Weise, in der die Welt arbeitet, grundlegend verändern.*
-

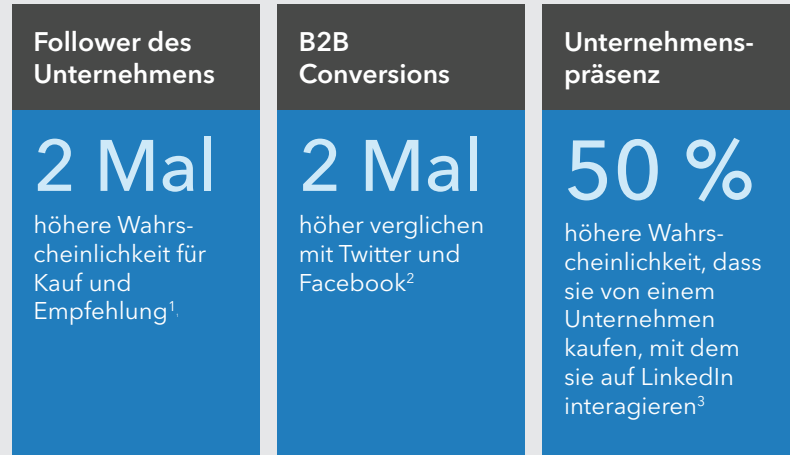
Beziehungen sind wichtiger denn je

Auf Beziehungen kommt es an. Und zwar online und offline. Für Unternehmen sind Beziehungen heute wichtiger denn je.

Seit Jahren unterstützt LinkedIn Fachkräfte dabei, zu anderen Fachkräften Beziehungen aufzubauen, die beiden Seiten Vorteile bieten. Sie erhalten so die Möglichkeit, ihren Markenwert auszubauen und aus ihren sozialen Aktivitäten neue Geschäftschancen zu entwickeln.

Ihre Mitarbeiter gehören zu Ihren wertvollsten Botschaftern. Durch die Verbreitung relevanter Informationen und Neuigkeiten an Mitarbeiter können Unternehmen die Spannung in traditionellen Kommunikationskanälen reduzieren und auf diese Weise dafür sorgen, dass die richtigen Botschaften zur richtigen Zeit mit den richtigen Zielgruppen geteilt werden.

Vorteile für Unternehmen, die auf LinkedIn präsent sind: mehr Beziehungen und bessere Ergebnisse.



Beziehungen sind wichtig – der Kontext aber auch

Die Einstellung von Nutzern von privaten und professionellen sozialen Netzwerken unterscheidet sich sehr stark.

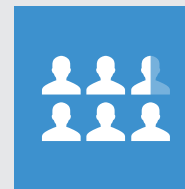
Private Netzwerke: Die Nutzer suchen Inhalte, die sofort ein Bedürfnis befriedigen, z. B. Coupons, Spiele oder Unterhaltung.

Professionelle Netzwerke: Die Mitglieder wünschen sich Inhalte und Informationen, die ihnen helfen, effizienter zu arbeiten und bessere Entscheidungen zu treffen.

Berufstätige sind in der Regel aktiv, wenn es um Networking und die Suche nach neuen Geschäftschancen geht. Dabei stehen Aspekte wie Erfolg, Zufriedenheit, Ziele und Sicherheit im Mittelpunkt.

In professionellen Netzwerken sammeln die Mitglieder Wissen, um ihr Profil zu stärken und so ihren beruflichen Weg zielstrebig und entschlossener zu gehen. In diesem Umfeld erwarten die Mitglieder Updates, Informationen und Hilfsmittel von den Unternehmen und Marken, für die sie arbeiten oder mit denen sie Geschäfte tätigen möchten. Die Wahrscheinlichkeit, dass sie in einem geschäftlichen Umfeld von einem Unternehmen hören möchten, ist sogar 26 % höher.

Quellen: 1. LinkedIn Audience 360 Studie, Dezember 2011.



83 %

der Nutzer trennen zwischen professionellen und privaten Netzwerken



2x

Nutzer vertrauen LinkedIn 2 Mal mehr als anderen Netzwerken¹

LinkedIn hat 2013 bereits eine Mitgliederzahl von 225 Millionen erreicht und zählt pro Monat etwa 6 Millionen neue Mitglieder.

Unser Ziel

01

„Fach- und Führungskräfte weltweit miteinander verbinden, damit sie produktiver und erfolgreicher sein können.“

Wir bieten die Möglichkeit, eine Online-Identität aufzubauen, Einblicke mitzuteilen und überall erreichbar zu sein und helfen Berufstätigen – also Ihren Mitarbeitern – so dabei, ihre Arbeit besser denn je zu erledigen.

Was heißt das für Ihr Unternehmen?

Nutzen schaffen

Personalbeschaffung, Marketing und Verkauf sind entscheidende Funktionen für den Erfolg eines jeden Unternehmens, unabhängig von der Größe.

Es spielt keine Rolle, ob es darum geht, geeignete Kandidaten zu finden, einem Zielkunden durch eine bekannte Person vorgestellt zu werden, genau die richtigen Experten mit der richtigen Markenbotschaft anzusprechen oder den Verkauf abzuschließen – die Anforderungen sind gleich. Sie müssen:

- die richtige Person finden.
- diese mit interessanten Inhalten ansprechen.
- diese veranlassen, zu handeln.

LinkedIn ist genau der richtige Ort dafür.

LinkedIn ändert nicht nur, wie Unternehmen Kandidaten finden, sondern auch, wie sie ihre Produkte und Serviceleistungen vermarkten und verkaufen. Das LinkedIn Netzwerk mit hunderten Millionen Fach- und Führungskräften und die grafische Darstellung, wie diese untereinander verbunden sind, stellt eine wichtige Basis dar, auf der Unternehmen aufbauen können, um Geschäftschancen zu finden, die Umsätze zu steigern und Impulse zu geben.

Einstellen

Erreichen Sie die besten passiven Kandidaten weltweit.

Vermarkten

Sprechen Sie Fach- und Führungskräfte effektiver als je zuvor an.

Verkaufen

Treten Sie mit Entscheidungsträgern in Kontakt.

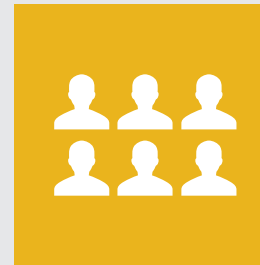
Die ersten Schritte müssen Sie machen

Ihre Mitarbeiter = Ihre Markenbotschafter

Mit LinkedIn können Sie ganz leicht Ihre wertvollsten Meinungsbildner und Botschafter für Ihre Zwecke einspannen. Dabei handelt es sich um Ihre Mitarbeiter, die verstärkt auf LinkedIn aktiv sind. Über Ihre Mitarbeiter können Sie potenziellen Kandidaten und Kunden Ihre Marke präsentieren.

Ihre Mitarbeiter fungieren als Kanäle, über die Sie relevante und nützliche Neuigkeiten und Informationen viral an die richtigen Zielgruppen leiten können. Immer, wenn ein Mitarbeiter sein Profil bearbeitet oder ein Update mitteilt, werden alle in seinem Netzwerk darüber informiert. Das gibt Ihnen die Möglichkeit, wichtigen Entscheidungsträgern und potenziellen Kandidaten Ihre Markenbotschaft näherzubringen.

Am Anfang aber stehen SIE selbst. Gehen Sie mit gutem Beispiel voran und erstellen Sie ein eigenes LinkedIn Profil oder vervollständigen Sie Ihr vorhandenes Profil. So schaffen Sie die Voraussetzungen, damit die Botschafter in Ihrem Unternehmen auf LinkedIn aktiv werden und Ihr Unternehmen, Ihre Produkte und Ihre Marke präsentieren können.



Zu den Mitgliedern von LinkedIn gehören Führungskräfte aller im Jahr 2012 auf der Fortune 500 Liste aufgeführten Unternehmen.

Ein vollständiges LinkedIn Profil hilft Ihnen, Ihre Marke online zu positionieren.

Mit einem vollständigen Profil ist Ihre Marke auf LinkedIn präsent. So ist es leichter, Fachwissen zu teilen, wertvolle Kundenbeziehungen zu pflegen, nützliche Geschäftsinformationen zu sammeln und beruflich produktiver zu werden.

Personalbeschaffung, Informationsrecherche und Pflege von Kundenbeziehungen – all das spielt sich heute verstärkt online ab. LinkedIn ist das wichtigste Netzwerk für Fach- und Führungskräfte und eine vielseitige Online-Plattform, die Unternehmen dabei unterstützen kann, auf dem freien Markt noch wettbewerbsfähiger zu werden.

LinkedIn ist eine zuverlässige Ressource im beruflichen Umfeld, die Sie nutzen können, um

- Ihre professionelle Marke zu präsentieren
- ein eigenes Netzwerk aufzubauen und geschäftliche Informationen zu erhalten
- berufliche Kontakte zu verwalten und zu festigen
- Kollegen und Kunden über Qualifikationen und Referenzen zu informieren
- einfacher mit internen und externen Geschäftskontakten zu kommunizieren und zusammenzuarbeiten

Ein starkes Netzwerk aufbauen

Qualität ist wichtiger als Quantität. Ihr Netzwerk ist ein wichtiger Bestandteil Ihrer beruflichen Identität. Intensive Beziehungen zu relevanten Kontakten führen zu besseren Ergebnissen als ein breites, aber oberflächliches Netzwerk mit unbedeutenden Kontakten oder entfernten Bekannten. Sorgen Sie dafür, dass Ihr Netzwerk sinnvoll und effektiv bleibt, indem Sie sich mit Menschen vernetzen, die Sie kennen und denen Sie vertrauen.

Es ist wichtig, ein gutes Verhältnis zu bestehenden und potenziellen Kunden aufzubauen, bevor Sie ihnen eine Kontaktanfrage senden. So wirken Kontaktanfragen natürlich und nicht wie eine reine Verkaufsstrategie.

Bedenken Sie, wie Ihre Mitarbeiter auf LinkedIn vernetzt sind. Wie weitreichend oder verzweigt sind Ihre Netzwerke? Wie stark sind sie vernetzt? Werden ihre Profile angesehen? Veröffentlichen Ihre Mitarbeiter geschäftliche Einblicke für andere? Mit wem sind sie vernetzt?

Vernetzte Mitarbeiter

- haben engere Beziehungen
- geben Wissen kontinuierlich weiter
- ermöglichen schnelleren Zugriff auf wertvolle Kontakte für die Geschäftsentwicklung oder den Aufbau von Talent-Pipelines
- arbeiten verstärkt zusammen
- können die Unternehmensmarke besser vertreten

Ideen fördern und Mitarbeitern eine Stimme geben

Der Aufbau Ihres Netzwerks und eine größere Reichweite Ihres Unternehmens setzen voraus, dass Sie aktiv auf LinkedIn präsent sind. Es ist wichtig, dass Ihre Mitarbeiter ihre LinkedIn Profile aktuell und relevant halten. Ebenso wichtig sind jedoch die Inhalte, die sie einstellen, da sie mit diesen Inhalten Ihre Unternehmensmarke wirksam positionieren.

Inhalte sorgen dafür, dass Mitarbeiter verbunden bleiben und sie fördern auch die Interaktion mit dem Netzwerk, einschließlich mit vorhandenen und potenziellen Kunden. Bestärken Sie Ihre Mitarbeiter darin, interessante Entwicklungen in Ihrem Unternehmen oder Brancheninformationen mitzuteilen oder für Veranstaltungen zu werben, die Sie organisieren, betreuen oder besuchen.

Mehr Gemeinschaftsgefühl

Aus unternehmensstrategischer Hinsicht ist es eine gute Idee, über Ihre Unternehmensseite, Mitarbeiterprofile und LinkedIn Gruppen ein gewisses Gemeinschaftsgefühl auf- und auszubauen. Insbesondere LinkedIn Gruppen bieten eine effektive Möglichkeit, sich mit Kollegen zu vernetzen, mit anderen Fachkräften zusammenzuarbeiten und potenzielle Kunden anzusprechen.

Einstellen: Neue Impulse durch neue Talente

Mit den besten passiven Kandidaten weltweit in Kontakt treten

Millionen qualifizierter Fachkräfte sind bei LinkedIn und 80 % davon sind passive Talente, d. h., sie befinden sich in einem Beschäftigungsverhältnis und suchen nicht aktiv nach einer anderen Stelle. Passive Kandidaten sind damit beschäftigt, in ihrer aktuellen Position etwas zu bewegen. Es ist also eine ganz andere Strategie erforderlich, um mit diesen Menschen in Kontakt zu treten.

LinkedIn bringt die richtigen Mitglieder und die richtigen Positionen zusammen und kann Ihrem Personalbeschaffungsteam so helfen, die besten Kandidaten zu finden. Mit LinkedIn steht Unternehmen das größte Netzwerk an Fach- und Führungskräften zur Verfügung. Hier erreichen Sie mit weniger Aufwand mehr und können z. B. die besten Kandidaten für Schlüsselpositionen ausfindig machen oder einen zuverlässigen Kandidatenpool aufbauen. Besser können Sie talentierte Kandidaten nicht schnell und kosteneffizient finden.

Mit den LinkedIn Lösungen für die Personalbeschaffung erhalten Sie außerdem in Echtzeit Zugriff auf aussagekräftige Daten sowie Analyse- und Berichtswerkzeuge, die Ihnen zeigen, wie Sie bei der Personalbeschaffung im Vergleich zu Ihren Konkurrenten abschneiden.



„Leistungsträger, die mit ihrem Job zufrieden sind, schauen von ihrer täglichen Arbeit erst dann auf und denken über einen Wechsel nach, wenn man Ihnen direkt eine attraktivere Stelle in Aussicht stellt.“

Jim Schnyder

Global Process & Tools Lead, PepsiCo

Talente sind entscheidend für den Unternehmenserfolg

Talente sind das wichtigste Kapital und die Basis eines jeden Unternehmens. LinkedIn hilft Ihnen, Top-Kandidaten zu finden und zu kontaktieren, selbst wenn diese gar nicht aktiv auf der Suche nach einer neuen Stelle sind.

Mit Recruiter, dem Vorzeigeprodukt von LinkedIn, können Unternehmen unter einer Vielzahl passiver Kandidaten unter mehr als 225 Millionen LinkedIn Mitgliedern genau die richtigen Kandidaten finden, egal ob diese derzeit aktiv auf Stellensuche sind oder nicht.

Noch mehr Mitglieder erreichen

LinkedIn Recruiter bietet leistungsfähige Suchfunktionen, mit denen Sie die Suche über Ihre persönlichen Kontakte hinaus auf das gesamte LinkedIn Netzwerk ausweiten können. Mit vielseitigen Filtern lassen sich gezielt die qualifiziertesten Kandidaten ermitteln und so selbst komplizierte Suchen ausführen.

Mit jedem Mitglied Kontakt aufnehmen

Sie können Kandidaten über InMail®, die bewährte Nachrichtenumgebung von LinkedIn, kontaktieren. Sie können Nachrichtenvorlagen nutzen und eine InMail an mehrere Empfänger senden und so noch effektiver arbeiten. Dabei erzielen Sie bessere Antwortquoten als mit Kaltakquise und E-Mails.

Pipeline verwalten

Erstellen, verfolgen und verwalten Sie Kandidaten, die Sie jetzt oder zu einem späteren Zeitpunkt einstellen wollen, mithilfe von Ordnern, Erinnerungen und intelligenten Aufgabenlisten. Stimmen Sie Teamaktivitäten mit gemeinsam genutzten Projekten, Suchen, Profilen und Kandidatenkommentaren ab.

Relevante Stellen für die qualifiziertesten Kandidaten

Helfen Sie Ihrer Personalabteilung, ineffiziente und nervenaufreibende Suchen zu vermeiden. Stellen Sie sich vor, Ihre Stellenanzeigen übernehmen die Personalsuche für Sie. Ein Traum, der mit LinkedIn Wirklichkeit wird!

LinkedIn hat neu definiert, was es heißt, Stellenanzeigen online zu veröffentlichen, und hilft Ihnen so, geeigneten Kandidaten genau die passenden Positionen anzubieten.

Mit dem LinkedIn Jobs Network steht Ihnen der weltweit größte Pool an qualifizierten Kandidaten zur Verfügung.

Bei anderen Online-Stellenbörsen haben Sie lediglich Zugriff auf 20 % aller Arbeitnehmer, nämlich auf die, die aktiv nach einer neuen Stelle suchen.

Passive Kandidaten, also Arbeitnehmer, die mit ihrer derzeitigen Position zufrieden sind, sind meist die beste Wahl – und sie machen 80 % aller Arbeitnehmer aus.

Diese passiven Kandidaten im LinkedIn Netzwerk bilden eine völlig neue Art von Talentpool. Sie können geeignete Kandidaten automatisch gezielt ansprechen und auf jedem LinkedIn Profil Berufserfahrung, Fähigkeiten und Karriereziele sehen.



Lassen Sie Ihre Stellenangebote die qualifiziertesten Kandidaten finden

80 % aller Arbeitnehmer sind beruflichen Veränderungen gegenüber aufgeschlossen, aber nicht aktiv auf der Suche. Mit den LinkedIn Anzeigenplätzen können Sie personalisierte Stellenangebote für Mitglieder anzeigen, wenn diese ihre Startseite, das Profil eines Ihrer Mitarbeiter oder das Register „Karrieren“ Ihrer Unternehmensseite besuchen. Anhand der Suchalgorithmen und Profildaten von LinkedIn können Sie automatisch und gezielt die relevantesten Kandidaten ansprechen.



Bessere Platzierung Ihrer wichtigsten Stellen

Nutzen Sie gesponserte Anzeigen, um die besten Kandidaten für besonders wichtige Positionen zu gewinnen. Sie können ein Gebot für eine Premium-Platzierung Ihrer Anzeigen abgeben und zahlen nur dann, wenn ein Kandidat tatsächlich auf diese Anzeige klickt.



Die besten Kandidaten überall erreichen

Mit den Karrierechancen-Anzeigen können Sie Ihre Anzeigen auf tausenden anderen Webseiten veröffentlichen und profitieren dabei von denselben Filterfunktionen, die Ihnen auch auf LinkedIn zur Verfügung stehen.

Eine Talentmarke, die Top-Kandidaten anspricht

LinkedIn unterstützt Sie dabei, Ihre Talentmarke zu entwickeln und zu zeigen, was Ihr Unternehmen als Arbeitgeber attraktiver als andere macht. Dies ist angesichts des harten Wettbewerbs um die klügsten Köpfe weltweit ein enormer Pluspunkt. In einer Zeit, in der Transparenz immer wichtiger wird, geht es für Ihre Talentmarke nicht mehr nur um die reine Personalbeschaffung.

Neben der Qualität Ihrer Produkte und Serviceleistungen beeinflussen auch andere Faktoren die Kaufentscheidung von Kunden. Mehr und mehr interessieren sich Kunden auch für das Unternehmen hinter dem Produkt - für die Ziele und Visionen, die Unternehmenskultur und firmeninterne Werte, dafür, wo und wie Produkte bezogen werden, für die Auswirkungen auf die Umwelt und das soziale Engagement.

Aspekte wie diese, die bisher in der Regel von der Personalabteilung an potenzielle Kunden kommuniziert wurden, sind mittlerweile wichtiger Bestandteil des gesamten Markenwerts. Das führt dazu, dass auch die Marketingabteilung für die Talentmarke mitverantwortlich ist und die Personalabteilung bei der Entwicklung der Marke stärker in den Mittelpunkt rückt. LinkedIn kann Ihnen bei der Ausarbeitung entsprechender Strategien zur Seite stehen.

03



Starker Online-Auftritt auf Ihrer Seite

Erstellen Sie eine Seite, auf der Sie Ihr Unternehmen mit Bildern, Filmclips, Mitarbeiteraussagen und mehr vorstellen. Halten Sie Kandidaten auf dem Laufenden, indem Sie sie bitten, Ihrem Unternehmen auf LinkedIn zu folgen.



Ihre persönliche Botschaft

Passen Sie die Botschaft für die Besucher dynamisch an deren LinkedIn Profil an. So erreichen Sie maximale Relevanz für Ihre primäre Zielgruppe.



Ihre relevantesten Stellenangebote

Mitglieder, die das Register „Karrieren“ Ihrer Unternehmensseite besuchen, sehen automatisch besonders relevante Stellenangebote.



„Mit einer starken Arbeitgebermarke lassen sich die Kosten pro Einstellung um bis zu 50 % senken.“

Quelle (Folie 4): <http://www.slideshare.net/linkedin-talent-solutions/employer-brand-playbook-sneak-preview>

Erwiesener Erfolg



Mithilfe von LinkedIn gelang es Dell, seine jährlichen externen Kosten für die Personalbeschaffung um 28,4 Millionen US-Dollar zu senken. Mit 8.000 Einstellungen pro Jahr war LinkedIn eine der wichtigsten externen Quellen, die diese Kostensenkung ermöglicht haben. Empfehlungen von Arbeitnehmern sind die wichtigste Quelle für Neueinstellungen (30 bis 40 %), weshalb Dell jetzt auf seine mehr als 107.000 Mitarbeiter als Markenbotschafter setzt.



Mit LinkedIn hatte Standard Chartered ein Komplettpaket an Lösungen, durch das letztendlich 40.000 neue Follower für die Karriereseite des Unternehmens gewonnen wurden. Standard Chartered verzeichnete einen Anstieg der Seitenaufrufe um 100 %, einen dreifachen Anstieg der Profilansichten, einen fünffachen Anstieg der Ansichten von Stellenanzeigen und einen achtfachen Anstieg der Bewerbungen verglichen mit seinen Mitbewerbern. Heute erzielt Standard einen um 24 % höheren Talent Brand Index Score und damit den höchsten Wert in Asien.

L'Oréal hatte dank LinkedIn die Möglichkeit, auch über die Namen in den internen Datenbanken hinaus neue Kandidaten zu kontaktieren, und konnte so sogar eine große Zahl passiver Kandidaten ansprechen. Die gefundenen Kandidaten waren besser qualifiziert und das Unternehmen erreichte so auch potenzielle neue Mitarbeiter, die sich normalerweise nicht direkt bewerben würden. L'Oréal verbesserte nicht nur seine LinkedIn Unternehmensseite und damit seinen Ruf, sondern konnte auch die richtigen Personen direkt ansprechen und schneller einstellen.



Mit LinkedIn beschreitet Banco Itaú bei der Personalbeschaffung ganz neue Wege. Banco Itaú, eine der größten Banken in Brasilien, setzte auf LinkedIn, um die Zeit bis zur Einstellung zu reduzieren, die Kosten für Vermittlungsagenturen zu senken und die Personalbeschaffung zu internalisieren und dabei Marktinformationen zu sammeln und Glaubwürdigkeit bei Personalentscheidern zu gewinnen.

Vermarkten: Beziehungen zu
Fachkräften auf der ganzen
Welt aufbauen

Nicht nur Kunden, sondern Beziehungen

LinkedIn schafft Beziehungen zwischen Marken und den Fach- und Führungskräften der Welt, um beide erfolgreicher zu machen.

Überall in der durch und durch vernetzten digitalen Landschaft von heute hat sich LinkedIn das Vertrauen von Fach- und Führungskräften auf der ganzen Welt erarbeitet. Dieses Vertrauen kann sich Ihre Marke jetzt zunutze machen, um Beziehungen aufzubauen und Marketingziele zu erreichen, z. B. Kunden zu sensibilisieren, eine Gemeinschaft aufzubauen, mehr Beachtung zu finden, mehr Besucherzahlen und Leads zu erzeugen und die Fürsprache für die eigenen Produkte zu erhöhen.

Möglich wird dies, weil die Resonanz auf Ihre Kampagnen stärker ist, wenn sie mit unseren zielgerichteten Werbelösungen präzise auf bestimmte Fach- und Führungskräfte zugeschnitten werden. Ihre Inhalte erzielen eine größere Wirkung und werden häufiger mitgeteilt, wenn sie in einem professionellen Kontext veröffentlicht werden. Und durch das Mitteilen, das ein ganz natürliches Element von LinkedIn ist, können Sie Ihre Botschaft weiterverbreiten und authentische LinkedIn Daten an Ihre Markenkanäle weiterleiten.

Marken nutzen LinkedIn zum gezielten Ansprechen, Veröffentlichen und Weiterverbreiten und bauen so Beziehungen auf:

- 1 Gezieltes Ansprechen, um eine hochwertige Zielgruppe zu erreichen
- 2 Veröffentlichen relevanter Inhalte in einem professionellen Kontext für bestimmte Mitglieder
- 3 Ausdehnen der Reichweite durch Mitteilen und Weiterleiten hochwertiger Besucher und Daten auf die Webseite einer Marke

Mit präziser Zielgruppenansprache zu einer hochwertigen Zielgruppe

Die Kombination aus einer großen Mitgliederzahl, korrekten Daten und präziser Zielgruppenansprache bildet die Grundlage der LinkedIn Plattform.

Mit den LinkedIn Marketinglösungen können Sie unsere gesamte Produktpalette nutzen, um eine weltweit einflussreiche, hervorragend ausgebildete und einkommensstarke Zielgruppe im Web anzusprechen. LinkedIn bietet Unternehmen die Möglichkeit, in beispielloser Weise mit Fachkräften in Kontakt zu treten, und zwar basierend auf Kriterien wie Karrierestufe, Tätigkeitsbereich, Art und Größe des Unternehmens, Region und auch anhand der Personen, die sie in ihrem Netzwerk kennen, und ihrer Aktivität auf der Plattform.

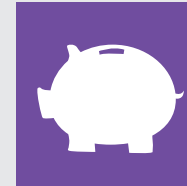
Die Zielgruppenansprache von LinkedIn basiert auf den Profildaten, die unsere 225 Millionen Mitglieder bereitstellen und kontinuierlich aktualisieren, und genau das macht sie so präzise.

Indem sie sich die LinkedIn Daten zunutze machen, können Marketingexperten mit den LinkedIn Marketinglösungen „den individuellen Menschen in der Fachkraft“ entdecken.

Damit steht Marken eine bewährte Methode zur Verfügung, um eine einkommensstarke, einflussreiche und bestens ausgebildete Zielgruppe im Social Web direkt anzusprechen.

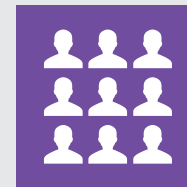
Quellen: 1. comScore US PlanMetric, Februar 2013; 2. comScore PlanMetric, Dezember 2012. Entscheidungsträger mit einem Budget von >1 Mio. US-Dollar; 3. Daten von comScore US Media Metrix, September 2012; 4. comScore US Plan Metrix, Dezember 2013

Die Premium-Zielgruppe auf LinkedIn im Überblick



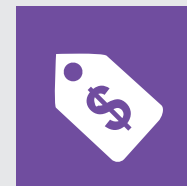
83.000 US-Dollar

mdurchschnittliches Haushaltseinkommen eines LinkedIn Mitglieds¹



5 Mio.

Entscheidungsträger in den USA²



2 Mal

Mitglieder haben 2 Mal mehr Kaufkraft als der Durchschnitt und damit mehr als bei den anderen Top 5 sozialen Netzwerken³



52 %

der monatlichen Besucher von LinkedIn sind Fachhochschul- oder Universitätsabsolventen⁴

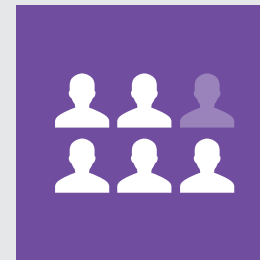
Zielgerichtete Updates

Wir wissen, dass Content Marketing für Marken eine wichtige Methode ist, um professionelle Zielgruppen anzusprechen. Fach- und Führungskräfte sind an Ideen der Menschen und Marken interessiert, denen sie vertrauen. Doch was bedeutet das genau für Ihr Unternehmen?

Content Marketing meint, ganz einfach formuliert, herauszufinden, was Kunden und potenziellen Kunden wichtig ist, dieses mitzuteilen und sich mit ihnen zu vernetzen.

Doch Zielgruppe ist nicht gleich Zielgruppe. LinkedIn hat weltweit mehr als 225 Millionen Mitglieder, die aktiv Inhalte in einem berufsbezogenen Umfeld suchen. Das macht LinkedIn zu einer erstklassigen Verbreitungsplattform für Fach- und Führungskräfte. Das Mitteilen von Inhalten für eine hochwertige professionelle Zielgruppe wie bei LinkedIn ist einzigartig. Unsere Mitglieder erhalten die relevantesten Inhalte von Marken und mehr als 1,3 Millionen Beitragenden und teilen diese Inhalte dann im gesamten Netzwerk mit.

Wir helfen Marken und Unternehmen dabei, die Interaktion zu intensivieren, indem wir die Relevanz ihrer Inhalte für ihre Zielgruppe maximieren. Marketingexperten nutzen unsere Daten und Content Marketing-Lösungen, um abgestimmte Inhalte und Botschaften zu veröffentlichen, die ideal für relevante Interaktionen sind. Und die mit einer Kombination aus kostenpflichtigen und kostenlosen Lösungen zum Aufbau von Beziehungen beitragen.



85 %

Mehr als 85 % der Marketingexperten bei Marken mit Schwerpunkt im B2B- und B2C-Bereich nutzen aktuell eine Form von Content Marketing.¹

Erfolgreiche Unternehmenspräsenz erstellen

Wenn es darum geht, Beziehungen zu Fach- und Führungskräften aufzubauen, kommt einer überzeugenden Unternehmensseite, also der Präsenz Ihres Unternehmens auf LinkedIn, zentrale Bedeutung zu.

Ihre Unternehmensseite ist das Bindeglied, das Ihr Unternehmen mit Millionen von Fach- und Führungskräften zusammenbringt. Sie ist die zentrale Anlaufstelle für Millionen von LinkedIn Mitgliedern, die sich über Neuigkeiten, Produkte und Serviceleistungen Ihres Unternehmens, über Geschäftschancen und Stellenangebote informieren möchten.

Weitersagen!

Ihr Team kann Status-Updates veröffentlichen, bei Followern präsent bleiben, Empfehlungen für Produkte oder Serviceleistungen sammeln und für Karrierechancen werben – alles über Ihre LinkedIn Unternehmensseite.

- Mit Status-Updates können Sie Bestandskunden und Interessenten direkt ansprechen. Teilen Sie mit, was es in Ihrem Unternehmen Neues gibt oder welche Angebote Sie haben, regen Sie eine Diskussion über ein aktuelles Thema Ihrer Branche an oder veröffentlichen Sie einen interessanten Artikel oder ein Video.
- Referenzen Ihrer Kunden sind eine zuverlässige Empfehlung Ihrer Produkte und Serviceleistungen und erleichtern potenziellen Neukunden die Entscheidung für eine geschäftliche Zusammenarbeit mit Ihnen.
- Karrierechancen können zusammen mit Mitarbeitern Ihres Unternehmens und einem Einblick in Ihre Unternehmenskultur präsentiert werden.

Relevante Beziehungen aufbauen

Anhand von Analysedaten sehen Sie, wer Ihre Unternehmensseite besucht hat, wer sich für Ihr Unternehmen interessiert und was Besucher und Follower über Ihr Unternehmen wissen möchten. Diese Erkenntnisse helfen Ihnen, Ihre Botschaft anzupassen, mehr Besucher auf Ihre Seite zu leiten und neue Interessenten und Kunden zu finden.

Mehr Interaktion auf LinkedIn - und darüber hinaus

Marken erzählen ihre Geschichte auf LinkedIn nicht einfach nur einmal. Diese Beiträge ziehen vielmehr eine kontinuierliche Interaktion und Steigerung der Markenbekanntheit im gesamten weltweit größten Netzwerk für Fach- und Führungskräfte nach sich.

Im Gegensatz zu traditionellen Medienträgern wurde LinkedIn gezielt mit Blick auf soziale Interaktion konzipiert. Nach der Veröffentlichung auf LinkedIn sprechen Ihre Inhalte, Anzeigen und Informationen spezielle Zielgruppen mit relevanten Botschaften an. Wenn sich Ihre Botschaften über das LinkedIn Netzwerk verbreiten, werden sie auf ihrem Weg von der Marke zu den Mitgliedern weiterempfohlen und im persönlichen Umfeld geteilt. Auf diese Weise bleiben sie für die Kontakte und Gruppen bei jedem Schritt relevant.

Darüber hinaus können Sie die Besucherzahlen für Ihre eigenen Webseiten erhöhen - und zwar mit ausgewählten LinkedIn Mitgliedern. Durch das Einbetten von Handlungsaufrufen in Ihren Anzeigen auf LinkedIn lässt sich ein kontinuierlicher Zugriff einflussreicher, einkommensstarker und gut ausgebildeter Fach- und Führungskräfte auf Ihre anderen Online-Angebote sicherstellen. Außerdem können Sie die LinkedIn API nutzen, um individuelle Markenerlebnisse zu erstellen, die es Mitgliedern erlauben, sich bei einer App mit ihren LinkedIn Anmeldedaten anzumelden. Dies gibt Ihnen die Möglichkeit, die Erfahrung gezielt anzupassen, und erleichtert den Mitgliedern den Zugang, für den sie keine zusätzlichen Daten eingeben müssen.



Gefällt mir



Kommentieren



Mitteilen

Analysieren und weiterentwickeln

Ihr Erfolg ist abhängig davon, ob Sie die Leistung messen und Ihre Aktivitäten optimieren können. Dafür gibt es Analysewerkzeuge von LinkedIn, die Ihnen genau die Einblicke geben, die Sie brauchen, um die Beziehung zu Ihren Followern weiter zu stärken.

Welche Inhalte fördern die Interaktion?

Die Interaktion mit und Weiterverbreitung von Inhalten lässt sich am besten intensivieren, indem man verschiedene Arten von Inhalten ausprobiert. Wenn Sie wissen, welche Inhalte funktionieren, können Sie Ihren Ansatz mühelos weiterentwickeln. Sie erhalten Statistiken (Interaktionsrate, Seitenaufrufe, „Gefällt mir“-Angaben, Mitteilungen und Kommentare), die 24 Stunden nach der Veröffentlichung unter jedem Status-Update angezeigt werden.

Interaktion messen

Eine wichtige Leistungskennzahl ist die Interaktionsrate eines Updates, das heißt, das Verhältnis von Klicks, „Gefällt mir“-Angaben, Kommentaren und Mitteilungen bezogen auf die Aufrufe insgesamt. Dieser wichtige Messwert gibt Aufschluss darüber, wie oft Mitglieder auf Ihre Updates reagieren. Wenn Sie einen Link in Ihre Updates einfügen, sollten Sie diesen unbedingt mithilfe von Kurzlink-Services wie bitly oder Ow.ly generieren. Auf diese Weise können Sie die Anzahl der Durchklicks verfolgen.

Weiterverbreitung messen

Wenn Sie Updates veröffentlichen, können Sie sehen, welche Themen und Formate die größte Resonanz finden und am häufigsten weiterverbreitet werden. Mit Einblicken in die Interaktion verstehen Sie, wie oft Mitglieder Ihre Inhalte weiterverbreiten. So fällt Ihnen vielleicht auf, dass Sie mit Updates zur gemeinnützigen Arbeit Ihres Unternehmens mehr Mitglieder erreichen. Dies könnte letztendlich ein Hinweis darauf sein, dass viele Ihrer Follower möglicherweise gern mehr über die Werte und die Kultur Ihres Unternehmens erfahren möchten

Erwiesener Erfolg



Samsung Mobile hat auf LinkedIn eine erfolgreiche Kampagne geschaltet, um Erstanwender und Meinungsbildner zu erreichen, die sich für Kommunikationstechnologie interessieren. Die LinkedIn Unternehmensseite und Status-Updates haben Samsung Mobile geholfen, wertvolle Beziehungen zu den gewünschten Zielgruppen aufzubauen, 165.000 neue Follower zu gewinnen und die Mundpropaganda für seine neuesten Produkte zu verstärken. 55 % dieser Follower folgen Samsung Mobile nur auf LinkedIn, nicht aber in anderen sozialen Netzwerken.



HP hat sich eine LinkedIn Follower-Gemeinschaft von mehr als einer Million Fach- und Führungskräften aufgebaut, viele davon Entscheidungsträger der obersten Entscheidungsebene, die besonders engagiert und aktiv sind. Das Unternehmen hält seine Follower mit neuen Markenbotschaften, angepassten Inhalten und Display-Anzeigen auf dem Laufenden. HP erreicht präzise festgelegte Zielgruppen in 15 Zielmärkten. Die Wahrscheinlichkeit, dass die Follower des Unternehmens HP Lösungen empfehlen, ist zweieinhalb Mal höher.



Connect: Professional Women's Network, Powered by Citi ist ein Kooperationsprojekt zwischen Citi und LinkedIn, mit dem Ziel, Frauen im Berufsleben erstklassige betreute Inhalte sowie Ressourcen zu Themen bereitzustellen, die für diese Zielgruppe besonders interessant sind. Es werden Diskussionen zu Themen rund um Business und Finanzen angeregt und so wird das Bewusstsein für die Marke Citi positiv beeinflusst. Die Gruppe konnte in nur vier Monaten 43.000 engagierte und aktive Mitglieder gewinnen, von denen 30 bis 50 % die Gruppe wöchentlich besuchen. Das entspricht mehr als der doppelten Interaktion in jeder anderen LinkedIn Gruppe.

Verkaufen: Entscheidungsträger
ansprechen

Völlig neue Verkaufserfolge

LinkedIn hilft Unternehmen, ihre Verkaufszahlen durch Beziehungen und Einblicke zu steigern. Die Plattform unterstützt Vertriebsexperten dabei, die richtige Person, den besten Weg für die Kontaktaufnahme und die richtigen Worte zu finden.

Ein Vertriebsteam erzielt in der Regel bis zu 30 % seiner Leads aus Marketingaktivitäten. Die einzelnen Vertriebsexperten müssen ihre eigene Pipeline mit hochwertigen potenziellen Kunden füllen, um erfolgreich zu sein.

LinkedIn bietet Möglichkeiten, diese potenziellen Kunden zu finden, und erlaubt es Vertriebsexperten so, schnell und einfach Entscheidungsträger und Meinungsbildner zu ermitteln. Ein weiterer Pluspunkt: Auch das Ansprechen dieser Käufer gestaltet sich einfacher, denn der LinkedIn Sales Navigator gibt Aufschluss über versteckte Verbindungen, die den besten und effizientesten Weg zu hochwertigen Neukunden weisen. Das Netzwerk eines Vertriebsexperten wird sofort und automatisch so erweitert, dass alle Mitarbeiter eines Unternehmens berücksichtigt werden. Dadurch können die Teams die Zahl der potenziellen Kunden, die sie erreichen können, exponentiell erweitern.

05

Wer ist die richtige Person?

Mit der benutzerfreundlichen erweiterten Suche können Vertriebsexperten auf die vollständigen Profile von mehr als 225 Millionen LinkedIn Mitgliedern zugreifen, um genau den richtigen Ansprechpartner zu finden.

Was sage ich?

Vertriebsexperten erhalten in Echtzeit nützliche Einblicke, die einen persönlichen Kontext für den Gesprächseinstieg bieten. Die Liste der Profilbesucher, Benachrichtigungen und die Möglichkeit, die vollständigen Namen und Profilinformationen zu sehen, helfen dabei, vor der Kontaktaufnahme mehr über die potenziellen Kunden zu erfahren.

Wie stelle ich den Kontakt her?

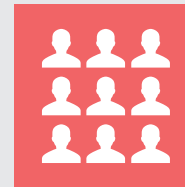
Die LinkedIn Funktion „TeamLink“ hilft Vertriebsteams, Entscheidungsträger mithilfe von Teamkontakten zu ermitteln. TeamLink findet versteckte Kontakte, mit denen es leichter ist, hochwertigere potenzielle Kunden zu finden und anzusprechen.

Die besten potenziellen Kunden finden und ansprechen

Es macht enorm viel aus, den richtigen Ansprechpartner zu finden. Deshalb erleichtert LinkedIn die Suche nach eben dieser Person und hilft Vertriebsteams so dabei, erfolgreicher zu sein und neue Geschäftsperspektiven zu erschließen. Mit LinkedIn lassen sich potenzielle Kunden schnell und einfach ausfindig machen. Dank der über 225 Millionen Mitglieder und umfassender erweiterter Suchfilter können Vertriebsexperten möglichst weit gefasst suchen und dabei trotzdem genau den richtigen Ansprechpartner finden.

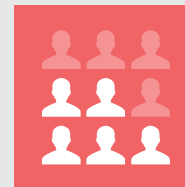
Neben der eigentlichen Suche erhalten Vertriebsexperten auch Informationen wie die aktuelle Aktivität und Einblicke, die einen persönlichen Kontext für den Einstieg in ein Gespräch mit einem potenziellen Kunden bieten können.

LinkedIn verändert die Art und Weise, in der die Menschen weltweit arbeiten und in der Unternehmen tätig sind. Die Zahlen sprechen für sich:



7,9 Mio.

LinkedIn Mitglieder treffen Kaufentscheidungen



3,9 Mio.

davon gehören der obersten Ebene der Geschäftsleitung an oder sind Vice President bzw. Bereichsleiter

Vertrieb funktioniert am besten im Team

LinkedIn revolutioniert den Vertrieb und macht daraus eine Aufgabe für Teams. LinkedIn macht aus einer Gruppe einzelner Vertriebsexperten, die ihre eigenen Netzwerke nutzen, ein Team, das auf ein unternehmensweites Netzwerk zugreift. Das Potenzial gemeinsamer Netzwerke kann helfen, neue Personen zu finden und neue Türen zu öffnen.

TeamLink, eine Funktion im LinkedIn Sales Navigator, ermittelt versteckte Kontakte und gibt so Aufschluss darüber, wie wertvollere Interessenten am besten angesprochen werden können. Das Netzwerk eines Vertriebsexperten wird sofort so erweitert, dass alle Mitarbeiter des Unternehmens berücksichtigt werden. So können Teams die Zahl der potenziellen Kunden, die sie erreichen können, exponentiell erweitern. Der Suchfilter für TeamLink Kontakte zeigt Ihnen potenzielle Kunden, die Verbindungen zu Ihrem Team haben. Damit können Sie sich gezielt auf die besten Neukunden konzentrieren.



„Die besten Vertreter sind nicht nur in sozialen Medien präsent, sondern positionieren sich in Kundennetzwerken als glaubwürdige und einflussreiche Quellen.“

Sales Executive Council



„B2B-Käufer verlassen sich während des Kaufvorgangs auf soziale Medien und Online-Communitys.“

ITSMA



„Die effektive Nutzung von Vertriebsinformationen erhöht die Umsatzproduktivität um 17 %.“

CSO Insights

Skalierbares Social Selling

Millionen von Vertriebsexperten nutzen LinkedIn jeden Tag, um Neukunden zu finden und Kontakte zu knüpfen. Doch nur der LinkedIn Sales Navigator hilft Unternehmen dabei, skalierbare Verkaufsprogramme für soziale Medien zu entwickeln. Tools für Unternehmen wie Nutzungsberichte geben den Teamleitern nützliche Einblicke dazu, wie sich ein Verkaufsprogramm für soziale Medien unternehmensweit einrichten und skalieren lässt.

Die Nutzungsberichte geben Aufschluss über die Aktivität des Vertriebsteams auf LinkedIn und können dazu beitragen, die Einführung bewährter Verfahren zu unterstützen und Trainingsmöglichkeiten aufzuzeigen.



Einblicke

Setzen Sie beim Verkauf auf Informationen aus sozialen Netzwerken.



Auffinden

Finden Sie Leads und entdecken Sie gemeinsame Kontakte.



Ansprechen

Kontaktieren Sie Entscheider.



Überall

Nutzen Sie LinkedIn nahtlos innerhalb Ihres CRM-Systems.

Erwiesener Erfolg

ELOQUA

Seit seiner Gründung 1999 ist Eloqua

kontinuierlich gewachsen und zählt heute 400 Mitarbeiter auf der ganzen Welt. Mithilfe der RPM-Lösungen (Revenue Performance Management) erhalten Unternehmen Geschäftseinblicke für Marketing- und Vertriebsstrategien. Der LinkedIn Sales Navigator half Eloqua, seine Conversion Rate von Leads zu Verkäufen um 25 % zu erhöhen und die Durchlaufzeit um 20 Tage zu reduzieren. Mehr als 15 % der Vertreter übertreffen jetzt ihre Sollvorgaben.



„Der LinkedIn Sales Navigator ist das beste Tool, das unserem Vertriebsteam für unsere Bemühungen im Bereich Social Selling und gezielte Kundengewinnung zur Verfügung steht.“

Dennis Dresser

VP of Sales/Americas bei Eloqua

SAVO

Savo strebte einen offensiven Ausbau

seines Neukundengeschäfts an. Mit dem LinkedIn Sales Navigator konnte das Unternehmen präzise Informationen zu potenziellen Neukunden und Zielunternehmen finden, Vertriebskampagnen anhand fundierter Informationen erstellen und die Vertriebszyklen verkürzen. Zudem hilft die LinkedIn Funktion „TeamLink“ dabei, das Potenzial der Kontakte des Vertriebsteams auszuweiten und die Interaktionsrate mit Bereichsleitern von 20 % auf 50 % zu steigern.



„Mit LinkedIn Sales Navigator findet unser Vertriebsteam schneller und präziser potenzielle Kunden. Das bringt uns unterm Strich eine Pipeline von höherer Qualität und einen größeren Marktanteil.“

Eric Marcy

Direktor, Sales Development and Performance, The SAVO Group

DocuSign

DocuSign, der Branchenstandard

für rechtsgültige elektronische Unterschriften, wollte Kontakte zu wichtigen Entscheidern knüpfen und die Qualifikationen potenzieller Kandidaten und Leads verbessern. Das Unternehmen entschied sich für LinkedIn for Salesforce und konnte so die Lead-Qualifikation, die Profilerstellung und die Accountentwicklung beschleunigen. Die nahtlose Integration zwischen LinkedIn und Salesforce erweitert das Wissen das Vertriebsteams, das dadurch in Echtzeit auf Unternehmen, Profile und Aktivitäten von LinkedIn Mitgliedern zugreifen kann.



„Mehr als 80 % unserer Vertreter haben auf LinkedIn wichtige Informationen gefunden, die sie ohne die nahtlose Integration von LinkedIn mit Salesforce nicht gehabt hätten.“

Bob DeSantis

Vice President of Sales, DocuSign

Warum LinkedIn?

Erfolgreich einstellen, vermarkten und verkaufen

LinkedIn hat schon die Kandidatensuche für Unternehmen grundlegend verändert. Die drei Geschäftsbereiche „Einstellen“, „Vermarkten“ und „Verkaufen“ rücken dichter zusammen. Hierbei helfen die zentralen Daten von Millionen Profilen von Fach- und Führungskräften und eine Grafik, die zeigt, wie diese miteinander vernetzt sind. Dieses wichtige Werkzeug hilft Unternehmen, in allen drei Bereichen erfolgreich zu agieren.

LinkedIn ist die Plattform, die für den Erfolg Ihres Unternehmens im Social Web und so für mehr Wachstum und Produktivität sorgt. Wir helfen Ihrem Team gern dabei, auf neue Weise erfolgreich zu sein.

Machen Sie noch heute den ersten Schritt - auf www.linkedin.com.

Checkliste für Ihre ersten Schritte

Präsenz erstellen

- Profile Ihrer Mitarbeiter für Marketingzwecke nutzen
- Eine überzeugende LinkedIn Unternehmensseite als Dreh- und Angelpunkt für Ihre Markenbotschaft gestalten (nähere Informationen enthält unser Leitfaden zur Unternehmensseite)

Einstellen

- Alle Stellen auf LinkedIn auflisten, um eine starke Talentmarke optimal zu präsentieren
- Mitarbeiter als Markenbotschafter nutzen
- Mehr Personalbeschaffer mit LinkedIn die besten passiven Kandidaten finden und kontaktieren lassen

Vermarkten

- Zahl der Follower und Gemeinschaft weiter ausbauen
- Mehr relevante und zielgerichtete Status-Updates
- Interessante und professionell relevante Inhalte mitteilen
- Weiterverbreiten

Verkaufen

- Vertriebsvertreter zum Auf- und Ausbau ihrer beruflichen Netzwerke und ihrer professionellen Marke anregen
- Interne Verbindungen und Kontakte nutzen
- Einblicke sammeln und beitragen

Weitere Infos erwünscht?

Dann sehen Sie sich einige dieser zusätzlichen Ressourcen an



Tipps für ein Profil, das Eindruck macht.
<http://learn.linkedin.com/employeeprofile/index.html>



10 Tipps für die Kontaktaufnahme mit passiven Kandidaten. <http://talent.linkedin.com/passivetalent/10tips.html>



Laden Sie den LinkedIn Leitfaden zum Thema Employer Branding herunter, der in fünf Schritten beschreibt, wie Sie eine überzeugende Talentmarke entwickeln.



Laden Sie den LinkedIn Leitfaden zur Unternehmensseite herunter, der in fünf Schritten erklärt, wie Sie Follower gewinnen und mit ihnen interagieren.



Informationen zu Vertriebslösungen.
<http://sales.linkedin.com>



Sind Sie bereit?

Dann legen Sie noch heute auf
www.linkedin.com los.

Und nicht vergessen: Wir unterstützen Sie gern!

