

Merrill Lynch stärkt den persönlichen Vertrieb mit LinkedIn Sales Navigator



Hauptsitz: New York City, USA
Beschäftigte: 15.000 | Branche: Finanzdienstleistungen



„Die Branche hat sich sehr verändert. Bei der Beratung kommt es heute nicht mehr allein darauf an, sich mit Investitionen auszukennen oder ein besseres Portfolio anzubieten. Viel wichtiger sind mittlerweile der Aufbau von Beziehungen und die Erstellung eines zielgerichteten Finanzplans.“

Jonathan Jerome
Vice President, Digital Strategy Consultant bei Merrill Lynch



Die Herausforderung

Vertrieb ohne Kaltakquise

- Merrill Lynch ist ein US-amerikanischer Dienstleister für Investitionen und Vermögensverwaltung, der den Wandel kultureller Normen im Vertrieb deutlich spürt. Daher musste das Unternehmen neue Wege beschreiten, um Prospects zu erreichen.
- Das Finanzwesen ist eine stark regulierte Branche. Jegliche Maßnahmen zur Kundengewinnung von Merrill Lynch müssen genehmigt, überwacht und erfasst werden. Darüber hinaus muss jedes Tool, das für diese Zwecke eingesetzt wird, den Compliance-Anforderungen gerecht werden.
- „Die Kaltakquise ist nicht mehr Teil unserer Wachstumsstrategie“, erklärt Michael Lestina, Digital Channel Executive bei Merrill Lynch. „Um geschäftlich erfolgreich zu sein, braucht man gute Beziehungen. Der persönliche Vertrieb ist das A und O.“



Die Lösung

Persönliche Beziehungen in den Vordergrund stellen

- Seit einer Weile schult Merrill Lynch seinen Vertrieb darin, bereits bestehende Beziehungen auf LinkedIn zu nutzen sowie die Such- und Filterfunktionen in LinkedIn Sales Navigator zu verwenden, um Prospects anzusprechen.
- Mithilfe von LinkedIn kann Merrill Lynch Compliance gewährleisten. „LinkedIn Sales Navigator ist eine Plattform, mit der wir unseren Compliance-Anforderungen gerecht werden können. Gleichzeitig bietet Sales Navigator Tools, um deren Einhaltung zu prüfen. So können wir hier ohne Einschränkungen aktiv sein und unsere digitale Präsenz ausbauen“, erklärt Michael Lestina.



Ergebnisse

Zielgruppenansprache durch Beziehungsaufbau

- Ein mit einer Social-Media-Plattform für Fachkräfte verknüpftes Vertriebstool bietet die Möglichkeit, durch den Aufbau von Beziehungen Verbindungen für die Akquise zu schaffen.
- „Unser Ansatz besteht darin, Zielgruppen zu definieren und anschließend mit ihnen Beziehungen aufzubauen“, betont Jonathan Jerome. „Mit LinkedIn Sales Navigator können wir die richtigen Personen ansprechen und herausfinden, welche Gemeinsamkeiten bestehen, um auf einer persönlichen Ebene mit ihnen in Kontakt zu treten.“
- Mithilfe der erweiterten Filterfunktionen von LinkedIn Sales Navigator identifizieren die Finanzberater:innen von Merrill Lynch Prospects, die sie über bestehende Verbindungen zweiten Grades ansprechen können.
- Merrill Lynch schult seine Teams darin, ihre bereits vorhandenen Kompetenzen auf den digitalen Bereich anzuwenden. „Das Aufbauen von Beziehungen gehört für unsere Berater:innen zum täglichen Handwerkszeug – genau das macht sie in ihrem Beruf so erfolgreich“, so Michael Lestina. „Wir ermutigen sie, dieselben Ansätze zu verfolgen, wenn sie sich über ihre LinkedIn Profile vorstellen.“

Innovative Ansätze fördern

- Als Merrill Lynch feststellte, dass Mitarbeiter:innen aus dem gesamten Unternehmen LinkedIn Sales Navigator auf innovative Weise einsetzen, wurde die Plattform unternehmensweit zugänglich gemacht. „Es gibt keinerlei Einschränkungen – wer die genehmigte, firmenüberwachte LinkedIn Plattform nutzt, hat die Berechtigung für eine LinkedIn Sales Navigator-Lizenz“, erläutert Jonathan Jerome.
- Michael Lestina führt diesen Gedanken weiter aus: „Viele suchen aus verschiedensten Gründen nach Möglichkeiten, Beziehungen zu knüpfen oder zu vertiefen, beispielsweise um ein Unternehmen aufzubauen oder neue Kund:innen zu gewinnen. Mit LinkedIn Sales Navigator können Sie die richtigen Personen für Ihren jeweiligen Bedarf finden und diese Beziehungen aufbauen und pflegen.“

Mehr Reichweite durch Personal Branding

- Was LinkedIn als Vertriebstool so einzigartig macht, ist die Möglichkeit, sich über das eigene LinkedIn Profil als „Personenmarke“ zu etablieren. „Im persönlichen LinkedIn Profil sollte man sich nicht ausschließlich als Berater:in, sondern auch als Mensch vorstellen“, sagt Jonathan Jerome. „So zeigt man, welche Interessen man außerhalb des geschäftlichen Kontextes hat. Dadurch können Gemeinsamkeiten entdeckt werden, was persönliche Verbindungen vertieft.“ Beziehungen durch Gemeinsamkeiten aufzubauen, erhöht die Aussichten auf einen erfolgreichen Abschluss.
- Mithilfe der Social-Media-Funktionen von LinkedIn lässt sich die Sichtbarkeit Ihrer Personal Brand steigern. Michael Lestina fügt hinzu: „LinkedIn bietet die Möglichkeit, eine große Reichweite zu erzielen, wodurch viele Einzelgespräche vermieden werden können. Mit einem einzigen Beitrag oder einer einzigen Interaktion können wir unsere Gedanken mit unseren Geschäftskontakten teilen. Dadurch können sich unsere Berater:innen schnell und einfach potenziellen Kund:innen ins Gedächtnis rufen.“

Beschäftigte, die LinkedIn Sales Navigator nutzen, haben einen Anstieg von

21 %

bei verwalteten Vermögenswerten verzeichnet.



„Die Funktionen von LinkedIn Sales Navigator in Verbindung mit den Möglichkeiten zur Interaktion auf LinkedIn sind für unsere stark regulierte Branche die perfekte Lösung. Wir können uns dort digital präsentieren, geeignete Kontakte ermitteln, mit Beiträgen interagieren und Beziehungen aufbauen – und das alles auf einer Plattform.“

Michael Lestina
Digital Channel Executive bei Merrill Lynch