

# starting up

Deutschland 5,90 €

Österreich 6,70 €  
Schweiz 11,80 SFR  
BeNeLux 6,90 €  
04/11

Dez 11, Jan/Feb 12



## GESCHÄFTS- ERÖFFNUNG

Wie Ihr erster Tag zum großen Ereignis wird

## NACHAHMER UND COPY-CATS

Besser gut geklaut als schlecht erfunden?

## IT AUS DEM NETZ

Speziell für Gründer: Welche Vorteile Cloud-Computing bietet

Wie soziale Unternehmer eine neue Business-Ethik schaffen

# Für eine bessere Welt



Mit weltweit rund 11 Mio. Nutzern ist die Businessplattform XING ein wichtiges Marketing-Instrument. Wie Sie XING effizient und wirksam für sich einsetzen.

Text: Ralph Dannhäuser

Für viele Selbständige gehört die Akquise und Identifizierung neuer Kunden nach wie vor zu einer der eher unbeliebteren Seiten des Unternehmertums. Hier bietet XING die Möglichkeit, mit potenziellen Geschäftspartnern und Kunden im B2B-Bereich kostengünstig und auf einfache Art und Weise in Kontakt zu treten. Allein im deutschsprachigen Raum nutzen 4,5 Millionen Mitglieder die aktivste und größte deutsche Businessplattform, weltweit sind es sogar über 10,8 Millionen. Fakt ist: Social Media ist kein Hype mehr und funktioniert, die Akzeptanz ist groß. Doch wie können Gründer

und Unternehmer effizientes und wirksames Marketing mit XING betreiben? Hierbei hilft das mächtigste Instrument in XING, die „erweiterte Suche“, um die richtigen Kontakte zu finden. Mitglieder können ganz bequem und komfortabel über eine Suchmaske diejenigen Personen herausuchen, die am besten zu ihnen und ihrer Dienstleistung passen.

Auch im Vergleich zu Kontaktadressen von Adressverlagen bietet XING mehrere wesentliche Vorteile bei der Suche nach dem richtigen und vor allem passenden Kontakt! Beispiele hierfür sind, dass die Mitglieder sagen was sie suchen und was sie bieten, welche beruflichen und privaten Interessen sie haben, welchen Organisationen und Gruppen sie angehören. Also relevante Informationen, um einfache Kontakte zu knüpfen sowie Gemeinsamkeiten und Verbindungen zu schaffen. Im Kosten- und Effizienzvergleich zeigt sich, dass Marketingaktionen in XING das klassische Printmailing mit Responsequoten von fünf bis zu 15 Prozent um Längen schlagen!

### Unliebsame Kaltakquise adé!

XING bietet hervorragende Möglichkeiten, profitables Empfehlungsmarketing zu betreiben. Wenn etwa ein Unternehmer einen passenden Kontakt identifiziert hat, zeigt die Businessplattform an, in welchem Verhältnis diese Person zu den bestehenden Kontakten steht. In vielen Fällen kennt einer der eigenen Kontakte den neuen Kontakt. Anstatt den unbekanntem Kontakt direkt anzusprechen, bittet man seinen Kontakt per Mausklick eine Empfehlung oder Referenz auszusprechen. So wird aus einem Kaltkontakt ein empfohlener Warmkontakt. Für Unternehmer bedeutet das: keine lästige Kaltakquise mehr!

Ähnliches Prinzip gilt bei der Suche nach zuverlässigen Dienstleistern. Hier kann man die eigenen Kontakte nach den Erfahrungen mit potenziellen Dienstleistern befragen und bei Interesse um Kontaktaufnahme bitten. Das versetzt Unternehmen in eine andere Position, denn der empfohlene Dienstleister wird sich aufgrund der Empfehlung besonders bemühen.



## Sich von neuen Kunden finden lassen

Unternehmen können sich von anderen Firmen und potenziellen Interessenten finden lassen. Bereits beim Erstkontakt, dem sog. Profilbesuch, ist es von entscheidender Bedeutung, dass der potenzielle Interessent sofort versteht, für welches Fachgebiet der Unternehmer Experte ist und was sein unmittelbarer Nutzen ist. Dazu stehen erfahrungsgemäß zwei bis acht Sekunden zur Verfügung, um von der eigenen Kompetenz und der Leistung zu überzeugen, ehe der Besucher die Profseite wieder verlässt. Diese Herausforderung löst man beispielsweise, indem man die neuen Selbstdarstellungsmöglichkeiten auf der sehr wichtigen „Über mich“-Seite voll ausnutzt. Diese Seite ist quasi das „Schaufenster“ der Person, der Expertise als Fachexperte sowie der Angebote und Leistungen.

Der größte Erfolg wird erzielt, in dem man ein Bild von sich oder seinem Unternehmen im Format 565 Pixel Breite auf 205 Pixel Höhe inklusive einem aussagekräftigen Marketingtext einbaut, das den Besucher animiert, die „Über-mich“-Seite anzuklicken und ausführlicher zu betrachten. Danach empfiehlt es sich, einen kurzen Text über die Kompetenzen, die Vorteile und den Nutzen für den Kunden, ausgewählte Referenzen, die Kontaktdaten sowie Schlagworte darzustellen.

Weiterhin gilt: Wenn man die entsprechende Einstellung gewählt hat, kann das XING-Profil von der Suchmaschine Google indiziert werden. Das bedeutet, dass auch Nicht-XING-Mitglieder die Möglichkeit haben, über die Schlagwortsuche auf Ihr XING-Profil zu stoßen und sich über Sie und Ihre Leistungen ein Bild zu machen. Man weiß heute, dass Google Social-Media-Profile „liebt“ und diese bei den Suchergebnissen entsprechend gut platziert. Das bedeutet für Sie als Unternehmer einen kostenlosen Marketingkanal, dessen Wirkung Sie nicht vergeblich sollten!

## Mitarbeiter suchen und finden

XING ist auch im Recruiting-Bereich das größte soziale Netzwerk in Deutschland. Neben bezahlungspflichtigen Profi-Anzeigen können Unternehmen eine Reihe von Aktivitäten vornehmen, die keine zusätzlichen Kosten verursachen. Etwa im Bereich „Warum bin ich auf XING“ sollte der Haken bei „Neue Mitarbeiter finden“ gesetzt sein. Als nächstes sollte unter „Ich suche“ nicht nur „neue Mitarbeiter“ stehen, sondern die Position der Fach- oder Führungskraft exakt bezeichnet sein. Alle Suchbegriffe müssen mit Komma getrennt sein. Dies ist für die Suchmaschine innerhalb und außerhalb der Businessplattform von elementarer Bedeutung.

Daneben kann auch das sogenannten Unternehmensprofil-Basis mit allen relevanten Informationen zum Unternehmen und gegebenenfalls auch für Vakanzen bis zu 5000 Zeichen kostenlos genutzt werden. Um aktiv nach den passenden Kandidaten zu suchen, hilft die bereits erwähnte „erweiterte Suche“ enorm weiter. Durch die Suchergebnisse kann sich das Unternehmen schon vor der

Kontaktaufnahme ein genaues Profilbild vom Kandidaten machen und spart sich so im Idealfall unnötige, kosten- und zeitraubende Bewerber- und Vorstellungsgespräche!

## Sich mit Experten austauschen

In über 45.000 Fachgruppen tauschen sich die XING-Mitglieder aus. Die Bandbreite ist riesig und geht von sämtlichen Wirtschaftsbranchen, Politik, Religionen, Sport und Freizeit bis hin zu Gesellschaft und Soziales. Hier gibt es für Gründer zwei Wege, um Kontakte aufzubauen. Zunächst kann man durch Einstellen von gezielten Fragen in den Fachforen den Rat von Experten einholen. Dabei gilt es das Thema im Betreff so exakt wie möglich zu nennen. Das schafft sehr schnell die gewünschten Antworten und entsprechenden Kontakte. Im zweiten Schritt kann man sich selbst als Experte an Diskussionen beteiligen und sein Expertenwissen weitergeben. Das schafft Vertrauen und Kompetenz! Erst nach einer gewissen Erfahrungszeit ist es sinnvoll, zunächst als Co-Moderator und dann als Moderator für eine Gruppe tätig zu sein oder diese selbst zu gründen. **SUP**

## Quick-Tipps:

### Um als Gründer erfolgreiches B2B-Marketing per XING zu betreiben, empfiehlt sich:

- **Erweiterte Suche nutzen:** Setzen Sie die erweiterte Suchfunktion ein, um die passenden Kontakte zu finden und grenzen Sie sie bei Bedarf regional ein.
- **Empfehlungsmarketing nutzen:** Lassen Sie sich durch Ihre Kontakte empfehlen und vermeiden Sie so lästige Kaltansprachen.
- **Empfehlungen aussprechen:** Im Social Media ist geben seeliger als nehmen. Insofern sprechen Sie für Ihre Kontakte Empfehlungen aus. Es wird sich um ein Vielfaches für Sie lohnen!
- **Lassen Sie sich finden:** Von potenziellen Interessenten angesprochen zu werden bringt Sie in eine bessere Position. Optimieren Sie Ihr XING-Profil, nur so können Sie gefunden werden.
- **Firmenprofil nutzen:** Verwenden Sie das kostenlose Basis-Firmenprofil, um potenziellen Kandidaten und Kunden nähere Informationen über Ihr Unternehmen zu geben.
- **Rat einholen:** Holen Sie sich in Fachgruppen den Rat von Experten ein und beteiligen Sie sich als Experte in Ihrem Wirkungsbereich an Diskussionen.