

Was macht einen Social Seller aus?

"To be interesting, you must be interested" (Jill Rowley)



Ein Social Seller hört seinem Umfeld zu und weiß, was seine Kontakte beschäftigt



Ein Social Seller bietet relevante Inhalte, News und Meinungen



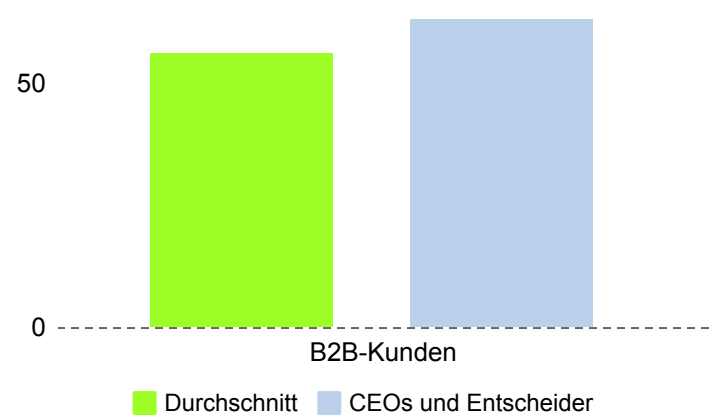
Ein Social Seller interagiert, diskutiert und teilt mit seinem Netzwerk



Ein Social Seller geht individuell auf seine Kontakte ein und entwickelt langhaltige Beziehungen

Was bringt Social Selling?

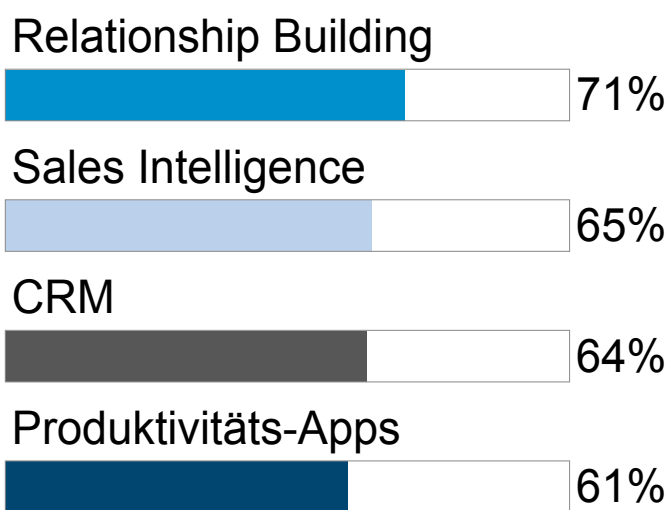
Entscheider nutzen soziale Netzwerke häufiger als andere B2B-Kunden, um etwas über Anbieter herauszufinden



B2B-Käufer vernetzen sich eher bei individueller Ansprache



Sales-Umfrage: Wie viel Einfluss haben folgende Sales-Tools auf Ihren Erfolg?

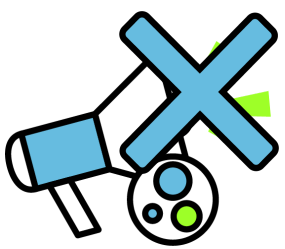


Quelle: LinkedIn

Was ist Social Selling nicht?



Social Selling ist kein Social Marketing
Es geht um 1-1-Beziehungen in direkter Kommunikation

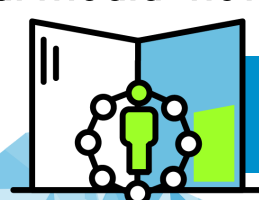


Social Selling ist keine einseitige Kommunikation
Es geht um Dialoge, nicht um Monologe



Social Selling ist kein einmaliges Ereignis
Es geht um langfristige und anhaltende Beziehungen

Wie können Sie mit der asynchronen Kommunikation auf Social Media-Netzwerken umgehen?



[Jetzt Lesen](#)