

Was du von diesem Komplettkurs erwarten kannst

Warum dieser Komplettkurs?

Du bist hier, weil du über **LinkedIn Kunden gewinnen** willst – ohne stundenlang zu posten, ohne teure Ads und ohne dich zu verbiegen.

Dieser Komplettkurs zeigt dir Schritt für Schritt, wie du aus **fremden Kontakten zahlende Kunden** machst – selbst wenn du heute noch keine Strategie hast.

Du brauchst keine jahrelange Erfahrung im Copywriting und keine tausende Kontakte auf LinkedIn.

Nur ein paar Tools, eine klare Struktur – **und den Ehrgeiz, ins Handeln zu kommen.**

Nach diesem Komplettkurs wirst du

Dein Profil so aufgebaut haben, dass es **Vertrauen aufbaut** und auch **Inbound-Anfragen** generiert.

Mit Leichtigkeit regelmäßig **2-3 Beiträge pro Woche** veröffentlichen, die deine **Expertise** etablieren und gleichzeitig weiteres **Vertrauen** aufbauen.

Schnell und einfach Listen mit **1.000+ Personen** aus deiner Zielgruppe zusammenstellen können, um mit diesen in Kontakt zu treten.

Automatisiert Leads generieren und diese **aufwärmen**, damit du dich voll und ganz auf die **wichtigen Aktivitäten** in deinem Unternehmen konzentrieren kannst, statt nervige Affenarbeit zu machen.

Verschiedene **Strategien zur Terminierung** haben, damit du ein System hast, das auf deine **individuellen** Bedürfnisse zugeschnitten ist.

Dieser Komplettkurs ist so konzipiert, dass du sofort umsetzen kannst

1. **Einführung & Setup:** Was du von diesem Komplettkurs erwarten kannst und was du benötigst, um loszulegen (das liest du gerade 😊)

2. **Profil optimieren:** Wie du dein Profil korrekt aufbaust, damit es nicht abschreckt, sondern verkauft
3. **Content für Vertrauen & Sichtbarkeit:** Wie du mit 5 Minuten am Tag Content erstellst, der dich als Experte zeigt
4. **Leadlisten bauen:** Wie du die LinkedIn-Suche richtig nutzt, um Traumkunden zu finden
5. **Kontakte knüpfen und aufwärmen:** Wie du automatisiert aus kalten Vernetzungsanfragen warme Kontakte machst
6. **Termine generieren:** Wie du einfach, direkt und effektiv deine Leads zu einem Termin einlädst

Um direkt loszulegen, brauchst du

✅ Schock: LinkedIn-Account (Premium/Sales Navigator empfohlen, aber nicht zwingend)

✅ 30 Minuten am Tag

✅ Bock auf Fortschritt

ALLE notwendigen Tools sind KOSTENLOS nutzbar (Testversion oder Free).

⇒ **Es gibt also KEINE Ausreden, NICHT zu starten!**

So nutzt du diesen Komplettkurs am besten

1. Schau dir jeweils die PDF zum Modul an
2. Implementiere direkt im Anschluss, solange du im Flow bist

Starte mit Mini-Schritten, du kannst jederzeit zurückkommen und weitermachen.

Ein Schritt pro Tag ist besser, als alles am Stück zu schauen und am Ende nichts davon umzusetzen!

Dein Erfolg beginnt mit dem ersten Schritt

Du musst nicht alles direkt perfekt machen. **Du musst nur starten.**

Wenn du diesen Komplettkurs wirklich durchziehst und die Schritte umsetzt, wirst du **garantiert mehr Gespräche und Termine** haben – und damit **Kunden**.

⇒ Also einfach loslegen! 😊

Wie du dein Profil so optimierst, dass es Vertrauen aufbaut und Inbound-Anfragen generiert

Warum solltest du dein Profil optimieren?

Dein Profil hat 2 Aufgaben: **Vertrauen aufbauen** und **Leads überzeugen**, den nächsten Schritt mit dir zu gehen.

Konkret möchten wir also im Profil durchweg den **Mehrwert** deines Angebots klar und deutlich vermitteln, **CTAs** platzieren und gleichzeitig **Vertrauenselemente** ("Social Proof") einbinden.

Mit CTAs sind **klare nächste Schritte** für deinen Lead gemeint.

Das bedeutet: Nicht einfach wie eine Old-School-Webseite mit reinen Informationen oder ein Link-Tree mit zig verschiedenen Weiterleitungen, sondern wie eine **Conversion-optimierte Landing Page**.

Notfalls reicht sogar einfach ein Terminlink aus.

Falls du dir nicht ganz sicher bist, wie dieser CTA bei dir aussehen könnte, [buch dir einen kostenfreien 1:1 LinkedIn-Workshop mit mir](#) und dann erarbeiten wir gemeinsam, wie so ein CTA bei dir konkret aussehen kann.

Vertrauenselemente sind Zahlen, Daten, Fakten, die deine **Expertise** und deine **Erfolge** präsentieren.

Das können unzählige Jahre an **Erfahrungen**, mitreisende **Kundenstimmen**, gewonnen **Auszeichnungen** und so weiter sein.

Alles, wo sich dein Lead denkt: **"Boah, der muss was auf'm Kasten haben!"**.

Nach diesem Modul wirst du

Ein Profil haben, das für Leads ansprechender ist, als es wahrscheinlich 80% der Mitbewerber in deiner Branche haben.

Deine Leads werden direkt verstehen, wie du ihnen helfen kannst und wie sie mit dir die ersten Schritte gehen können, um ihr Problem zu bewältigen.

Du musst deinen Leads weniger erklären, was du machst und sie werden allein durch dein Profil schon von deinem Angebot überzeugt sein. Du wirst dich weniger mit unqualifizierten Leads rumschlagen müssen, weil du die richtigen Leads ansprichst.

So optimierst du dein Profil

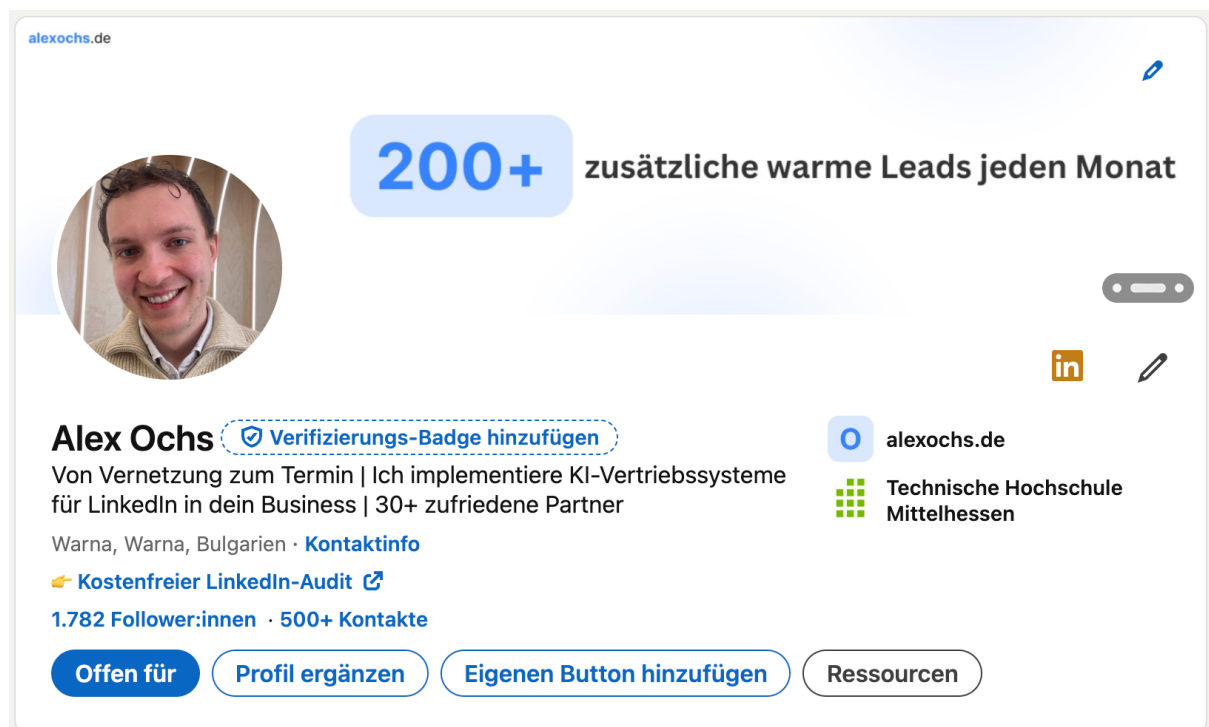
Header (Above-The-Fold)

Dein Header ist das, was deinen Profilbesuchern als erstes in den Blick fällt. Im Marketing nennt man das "Above-The-Fold". Das ist alles, was man sieht, ohne zu scrollen.

Hierbei rede ich nicht von "Einer Sache", dein Header ist ein ganzer Bereich mit verschiedenen Elementen.

Dein Header beinhaltet Profilbild, Slogan, Titelbild, CTA-Link und viele weitere Elemente.

Damit du ein klares Bild davon hast, was ich mit "Header" meine, hier ist mein Header von meinem LinkedIn-Profil:



Als erstes gehen wir die wichtigsten Elemente in deinem Header durch. Danach gehen wir die verschiedenen Elemente durch, die du nutzen kannst, wenn deine Profilbesucher weiter runterscrollen.

Profilbild

Dein Profilbild ist der erste Eindruck. Und der zählt.

Es wird überall angezeigt: in Nachrichten, Kommentaren, Suchen.

Beachte bei deinem Profilbild also folgende Punkte:

→ Zeige nur dich. Keine Gruppenfotos.

→ Dein Gesicht muss klar erkennbar sein. Keine Sonnenbrillen oder sonstige verdeckende Accessoires (sei denn es gehört zu deinem Branding etc).

→ Halte das Bild clean und professionell. Gute Ausleuchtung, neutraler Hintergrund (auch nicht einfach blanker weißer Hintergrund, das ist wieder *zu neutral* und geht unter, weil LinkedIn weiß ist).

Tipp: Für mehr "Pop" kannst du mit pfpmaker.com einen farbigen Hintergrund erstellen.



Slogan

Dein Slogan ist genauso wichtig wie dein Profilbild.

Denn man sieht ihn auch überall: in Vorschlägen, Kommentaren, der Suche.

Er muss direkt zeigen, was du bietest.

Drei Dinge gehören rein:

→ Dein Mehrwert

→ Dein Social Proof

→ Optional: deine Methode, wie der Mehrwert entsteht

Die ersten 50 bis 55 Zeichen sind entscheidend. Die sieht man immer. Der Rest wird mit "..." abgekürzt.

Beispiel für einen Slogan:

Von Vernetzung zum Termin | Ich implementiere KI-Vertriebssysteme für LinkedIn in dein Business | 30+ zufriedene Partner

Titelbild

Das Titelbild ist das Erste, was auffällt, wenn jemand dein Profil besucht. Direkt nach Profilbild und Slogan. Es nimmt viel Platz ein und springt ins Auge.

Nutze dein Titelbild, um weiter Vertrauen aufzubauen oder neugierig zu machen.

Was drauf sollte:

- Dein Mehrwert oder ein klarer Call to Action
- Social Proof wie Kundenlogos, Presse, Gesichter oder Zahlen
- Halte das Design clean und lesbar

Hier ein Kundenbeispiel:



Für die Erstellung kannst du ganz einfach [Canva.com](https://www.canva.com) kostenfrei nutzen. Erstelle dort ein neues Dokument mit der Größe 1584px x 396px.

Achte bei der Erstellung darauf, dass in der unteren linken Ecke dein Profilbild angezeigt wird (siehe oben Header). Halte diesen Platz also frei, um unerwünschte Überdeckungen zu vermeiden.

Call-To-Action im Header (Link-Text oder Button)

Dein Call-To-Action im Header ist extrem wichtig, weil es die erste Chance für deinen Lead ist, den nächsten Schritt mit dir zu gehen.

Es gibt zwei Varianten:

1. Der normale Link mit Text (max. 30 Zeichen)
2. Der Premium-Button mit vordefinierter Auswahl wie "Zur Webseite" oder "Termin buchen"

Der Button wird öfter von LinkedIn eingeblendet, zum Beispiel in Beiträgen oder Chats.

Aber: Persönlich finde ich den normalen Link oft besser. Warum?

- Fällt mehr auf
- Ist individueller
- Du kannst direkt deinen Mehrwert davor schreiben

Leider hat LinkedIn den Text-Link für einige Nutzer entfernt und bietet nur noch den Premium-Button an. Schaue also mal bei dir, welche Funktionen dir zur Verfügung stehen.

Beispiel für einen Text-Link:

 [Kostenfreier LinkedIn-Workshop](#)

Sonstige Informationen im Header

Stell sicher, dass die Basisinfos stimmen. Sie schaffen Vertrauen und runden dein Profil ab.

Relevante Informationen:

- Aktuelle Position (und Ausbildung) eintragen
- Branche korrekt auswählen
- Wohnort angeben (wirkt vertrauenswürdiger, wenn du z.B. im Ausland sitzt)
- Kontaktdaten nach Wunsch eintragen (Diese Infos sind für deine Kontakte sichtbar. Wenn du nicht möchtest, dass man dich dort kontaktiert, lass sie weg)

Wichtige Profil-Sektionen (Below-The-Fold)

Jetzt gehen wir in die weiteren Sektionen von deinem LinkedIn-Profil ein, die sich unter deinem Header, also "Below-The-Fold" befinden.

Hier wollen wir weiterhin deinen Mehrwert kommunizieren, Vertrauen aufbauen und die nächsten Schritte für deine Leads anbieten.

Info

Die Info ist dein Mini-Werbetext. Sie muss sofort klar machen, wer du bist, was du tust und warum das relevant ist.

Dafür kannst du ganz einfach folgende Struktur nutzen:

1. Hook: Starte mit einem Satz, der Neugier weckt, ein Problem anspricht oder einen Wunschzustand zeigt.

Mit LinkedIn haben deutsche Unternehmen eine einmalige Chance zu wachsen, die nur die Wenigsten auch wirklich wahrnehmen!

2. One-Sentence-Pitch: Was du für wen tust. Einfach und direkt.

Ich helfe Beratern und digitalen Dienstleistern, mehr Termine über LinkedIn zu gewinnen – ohne vom Content-Glücksspiel abhängig zu sein.

3. 3 bis 5 Benefits als Stichpunkte: Was bringt es konkret? Was unterscheidet dich? Gern mit Social Proof.

- 100+ Kunden im DACH-Raum
- KI-gestützte Outreach-Prozesse
- Durchschnittlich 3 bis 7 Termine pro Woche
- Persönlicher Support statt Massenzustimmung

4. Call-To-Action: Was soll der Leser als Nächstes tun?

- 👉 Jetzt Link im Profil checken
- 👉 Termin direkt im Profil buchen
- 👉 Schreib mir für ein kurzes Kennenlernen

Im Fokus

Hier kannst du verschiedene Elemente hervorheben – **Beiträge, Empfehlungen und am besten: Links.**

Genau **2 Elemente** reinnehmen, nicht mehr, nicht weniger. Bei einem nimmt es zu viel Platz ein und sieht etwas komisch aus, bei mehr als 2 werden die Elemente gequetscht und man muss man scrollen.

Bei Links haben die Bilder das Seitenverhältnis 16:9. Bei bestimmten Kombinationen (Link + Empfehlung) wird das Bild aber etwas gequetscht und dann ist es mehr Richtung 5:4.

Meine Empfehlung: Immer einen CTA hervorheben. 1 CTA + 1 Social Proof (Empfehlung oder Beitrag) oder 2 CTAs.

Aktivitäten

Entweder Beiträge oder Bilder anzeigen. Hat beides Pro und Contra.

Beiträge sorgen für **viel Social Proof**, wenn du **sehr gute Resonanz** auf deine Beiträge hast (z.B. 50+ Likes & Kommentare) und man kann leichter durch deine Beiträge swipen.

Bilder sind gut, wenn du den **Fokus etwas aus den Beiträgen nehmen** möchtest und Vertrauen durch **"Gesicht zeigen"** aufbauen möchtest.

Wichtig: Macht nur Sinn, wenn du auf den Beiträgen zu sehen bist (dazu mehr im nächsten Modul, in dem wir deinen Content angehen).

Berufserfahrung

Hier auch wieder: Am besten **Clean** halten.

Jeder hat einen individuellen Werdegang und bestenfalls nimmst du nur zielführende Berufserfahrungen mit rein.

Wenn du vor 10 Jahren mal in einem Job warst, der weder mit deinem Angebot noch deiner Zielgruppe etwas gemeinsam hat oder du ein halbes Jahr im Café deines Cousins ausgeholfen hast, ist es wenig zielführend, dies mit reinzunehmen.

Geheimtipp: Dein Unternehmen, wofür du LinkedIn nutzt, platzierst du nach ganz oben und fügst dann einen Link mit Titel + Bild als CTA hinzu.

Ausbildung

Gleiches Spiel hier wie bei der Berufserfahrung: Nur relevante Ausbildungen mit reinnehmen.

Ich empfehle ab Universität, es sei denn du hast z.B. eine "Schul-Abbrecher"-Story, die zu deinem Branding gehört.

Kenntnisse

Hier reicht es völlig aus nur 2-5 Kenntnisse hinzuzufügen, statt jede Kleinigkeit. Es werden nur 2 auf deinem Profil direkt angezeigt. Wähle die, die am besten zu deinem Angebot passen.

Empfehlungen

Wenn du Kunden hast, die auf LinkedIn aktiv sind, lade sie gerne dazu ein, dir ein paar nette Worte bei LinkedIn zu hinterlassen. Empfehlungen bauen Vertrauen auf und schaden nicht.

Bonus: Projekte

Projekte sind eine super Möglichkeit, um visuelle Ergebnisse zu präsentieren. Hier kann man z.B. als Webdesigner Landing Pages präsentieren oder als Fitness-Coach Vorher-Nachher-Verwandlungen. Man kann hier auch Testimonial-Videos einbauen. Cool zu haben, aber nicht Pflicht.

Sonstiges

Der Rest ist nicht unbedingt zielführend und kann dein Profil "zumüllen". Je nach Branche kann z.B. die Ergänzung von Zertifikaten oder Ähnlichem Sinn machen. Mit der Einrichtung der oben genannten Bereichen bist du aber bereits super aufgestellt :)

Dein nächster Schritt

Optimiere dein Profil und [schreib mir dann bei LinkedIn eine kurze Nachricht](#), um Feedback einzuholen! :)

Wie du Content schreibst, der Vertrauen & Sichtbarkeit aufbaut

Warum solltest du Content posten?

Durch deinen Content baust du **Vertrauen** zu deinen Kontakten auf. Am Ende des Tages kaufen Menschen von Menschen. Und wir Menschen kaufen den Menschen ein, die wir kennen und denen wir vertrauen.

Beispiel: Deinen Döner holst du wahrscheinlich beim Dönermann deines Vertrauens. Wenn nicht, dann hat er zu.

Durch deinen Content kannst du deine **einzigartige Expertise** und **Persönlichkeit** präsentieren. Das macht dich gegenüber deiner Konkurrenz **unvergleichlich**.

Gehe mit der richtigen Haltung rein

Das Ziel ist nicht, durch den Content plötzlich von heute auf morgen Inbound-Leads zu generieren und gar keine Akquise mehr machen zu müssen.

Wir nutzen den Content, um primär **Vertrauen zu dir und deinem Angebot aufzubauen**.

Dafür kannst du bereits mit 2 Beiträgen die Woche starten, denn wir möchten hier mit **20% Aufwand 80% der Erfolge** erzielen.

Achte nicht zu sehr auf Impressionen, Likes und Kommentare. Das ist wie erwähnt nicht das primäre Ziel, um Termine zu generieren.

Geheimtipp: Ich kann dir dennoch einen "Content Pod" empfehlen. Das ist eine Gruppe, bei der man sich gegenseitig bei der Interaktion des Contents unterstützt. Du kannst entweder selber einen erstellen oder mir eine Nachricht auf LinkedIn in schreiben. Ich füge dich dann zu solch einem Pod hinzu, damit du Rückenwind bei deinen Beiträgen hast.

Wichtig hier: Pods basieren auf **Geben und Nehmen**. Bitte verlinke deine Beiträge nicht einfach nur im Pod und verschwinde dann, sondern gebe auch zurück und unterstütze die Beiträge der anderen Mitglieder in der Gruppe.

Nun werde ich dir den Workflow zeigen, von **Idee zum fertigen Text**, um Content zu schreiben und ein Tool an die Hand geben, mit dem du schnell und einfach deine Ideen bzw. Skizzen in **fertige Texte** verwandeln kannst.

Woraus dein Content besteht

Dein Content wird in 2 Kategorien aufgeteilt:

Fachlich: Hier sprichst du die Probleme deiner Zielgruppe an und teilst dein Fachwissen bzw. Lösungen, um als Experte in deiner Branche wahrgenommen zu werden.

Sozial: Zeigt persönliche Einblicke hinter die Kulissen und baut somit deine Personal Brand und Vertrauen zu dir und deinem Unternehmen auf. Hier steht das Zwischenmenschliche im Vordergrund.

Für den Anfang ist es ausreichend, wenn du **2 Beiträge die Woche** veröffentlichst. Diese teilst du auf 1x Fachlich und 1x Sozial (oder 2x Fachlich und 1x Sozial bei 3 Beiträgen die Woche).

Wichtig: Zu jedem Beitrag postest du ein Bild von dir. Bestenfalls hast du Bilder aus einem Fotoshooting oder du gewöhnst es dir an, im Alltag mal ein paar Bilder von dir zu machen. Notfalls kannst du auch einfach Selfies machen, diese haben sogar einen "greifbaren Charmé", den professionelle Bilder nicht haben.

So baust du einfach und strukturiert eine Pipeline für deinen Content auf

1. Themen brainstormen (Probleme deiner Zielgruppe, Bereiche aus deinem Angebot, eigene Erfahrungen, Industriethemen /-neugigkeiten etc)
2. Headlines brainstormen (ein kurzer knackiger Satz, der Neugierde beim Leser weckt)
3. Inhalt brainstormen (Stichpunkte, kurze Sätze, muss nicht direkt kohärent sein)
4. Headline und Inhalt an [Scripe.io](https://scripe.io) geben und Text anpassen (Nimmt die meiste Arbeit weg, einfach nur Inhalte füttern und die App erledigt den Rest. Bietet auch Möglichkeiten für z.B. Content Interview an)
5. Veröffentlichung der fertigen Beiträge vorplanen (via Scripe oder LinkedIn)

Dein nächster Schritt

Veröffentliche einen Beitrag und [teile ihn mit mir auf LinkedIn](#), damit ich ihn liken & kommentieren kann! :)

Wie du schnell & einfach Listen mit 1.000+ potentiellen Kunden erstellst

Wozu brauchen wir eine Leadliste?

Jetzt geht es ans Eingemachte.

Wir möchten nicht am Content-Glücksspiel teilnehmen und hoffen, dass aus heiterem Himmel ein Interessent kommt.

Wir wollen **aktiv auf deine Zielgruppe zugehen** und ihnen von **deinem Angebot erzählen**.

Dafür brauchen wir also erstmal eine **Liste mit Personen aus deiner Zielgruppe**.

Hierfür nutzen wir die **LinkedIn-Suche** und das geht auch ganz schnell.

Wichtig: Ohne eine Premium-Mitgliedschaft bei LinkedIn ist deine Suche stark eingeschränkt. Nach etwa 30 Suchergebnissen werden diese "verschleiert" und du hast keinen Zugriff auf die einzelnen Profile. Außerdem beträgt das kostenfreie Kontingent für Vernetzungsanfragen nur die Hälfte der vollen Kapazität, die eine Premium-Mitgliedschaft zur Verfügung stellt (100 kostenfrei vs. 200 mit Premium).

Meine klare Empfehlung an dich: Nutze das LinkedIn Premium Business Abo. Es lohnt sich 😊

Deine ersten 1.000 Leads

1. Gebe in die Suchleiste "Geschäftsführer" ein
2. Filtere nach folgenden Kriterien:
 - a) Personen
 - b) Kontakte 2. Grades
 - c) Standort
 - d) Branche und/oder Servicekategorie
3. Schaue dir 3-5 Profile an, um zu überprüfen, ob die Leads in deine Zielgruppe passen
 - a) Nein? ⇒ Passe die Filter weiter an
 - b) Ja? ⇒ Speichere die URL der Suche ab

Glückwunsch! Mit einer einfachen Suche hast du über 1.000 wertvolle Personen aus deiner Zielgruppe gefunden.

War doch **ganz easy**, oder?

Im nächsten Modul werden wir deine Leadliste zu einer **automatisierten Kampagne** hinzufügen, um mit deinen Leads Kontakt aufzunehmen und diese durch deinen Vertriebsprozess zu schleusen.

Dein nächster Schritt

Erstelle deine erste Leadliste und speichere den Link der LinkedIn-Suche ab, damit du später darauf zugreifen kannst.

Wie du automatisiert Kontakte knüpfst und aufwärmst

Ohne Kontakt bringt dir deine Leadliste recht wenig.

Deshalb möchten wir nun die **ersten Kontaktpunkte** mit deinen Leads herstellen, um deine **Existenz in ihrer Welt** zu etablieren und die **Grundlage für weitere Gespräche** zu legen.

Dazu nutzen wir [Dripify.io](https://dripify.io) und setzen eine ganz einfache Kampagne auf, um dich mit deinen Leads zu vernetzen und diese langsam aufzuwärmen – **100% automatisiert**.

So sieht deine Kampagne aus

1. Vernetzungsanfrage senden
2. Nach Annahme eine Begrüßungsnachricht senden
3. Einen Beitrag liken
4. Kenntnisse bestätigen und eine nette Nachricht hinterlassen

Durch diese einfache Kampagne haben wir bereits **mindestens 5 Kontaktpunkte** hergestellt und sind nicht mehr 100% fremd, wenn wir später nochmal den Kontakt aufnehmen, um einen **Termin zu vereinbaren**.

Hier kommt auch dein **Content** ins Spiel, der durch den neuen Kontakt wahrscheinlicher an deinen Lead ausgespielt wird und weiteres **Vertrauen** aufbaut.

Wichtig: Die oben genannten Schritte werden nur bei Leads ausgeführt, die deine Vernetzungsanfrage angenommen haben. Die restlichen Leads können später anders (z.B. mein 3CLL-System) bearbeitet werden. Für den Anfang reicht es jedoch aus, dich nur auf die angenommenen Vernetzungen zu konzentrieren.

Nebenbemerkung: Natürlich kannst du die oben genannten Schritte auch manuell durchführen, ohne eine Software zu nutzen. Jedoch macht das nach etwa einem Tag keinen Spaß mehr und du wirst dir überlegen, ob deine Zeit woanders doch nicht besser investiert ist. Daher empfehle ich dir, direkt eine Automatisierung einzurichten, damit die Schritte konsequent ausgeführt werden, während du gleichzeitig deine wertvolle Zeit sparst.

Dein nächster Schritt

Erstelle deine [Dripify.io](#) Kampagne mit deiner, im letzten Schritt, erstellten Leadliste. Falls du weitere Hilfe dabei brauchst, kannst du dir einfach [einen kostenfreien 1:1 Workshop mit mir buchen](#).

Wie du Termine mit deinen Leads vereinbarst

Nachdem deine Leads aufgewärmt wurden, möchtest **aktiv das Gespräch eröffnen** und einen **Termin vereinbaren**.

Wie dieser Termin bei dir aussieht, ist von deinem Vertriebsprozess abhängig.

Meine Empfehlung: Für die besten Ergebnisse möchtest du deinem Lead einen **Mehrwert** im Termin anbieten.

Das kann z.B. ein **kostenloses Coaching** oder eine **Testphase** mit deinem Produkt sein.

Du möchtest aktiv im Termin bereits gewisse **Probleme deines Leads lösen**, um **maximales Vertrauen aufzubauen** und einen **Geschmack auf die Zusammenarbeit** mit dir zu geben.

So bietest du deinem Kontakt einen Termin an

Eigene Erfahrung: Die besten Ergebnisse erzielst du, wenn du deinen **Lead anrufst**. Dort bist du direkt im Gespräch und kannst diesen deinen Mehrwert anbieten.

Entweder vereinbart dein Lead dann einen **Termin** mit dir oder nicht. Falls nicht, ist das **völlig okay**. Hauptsache es kommt zu einer **Entscheidung**.

Hier ist mein grobes Call-Skript – schau hinein und passe es individuell auf dich an, damit du deinen Mehrwert kommunizierst und dich auch dabei wohlfühlst:

Hey NAME, Alex hier, Alex Ochs, hi! :)

Gehts dir gut soweit?

Gut, du ich gehe gerade meine Kontakte auf LinkedIn durch und dachte hey, der/die NAME sieht ganz sympathisch aus, rufe ich einfach mal an und frag ob ich vielleicht was Gutes tun kann :) Darf ich das?

Wenn du magst lade ich dich gerne zu einem LinkedIn Workshop ein, nur wir beide für ne Stunde. Da gehen wir mal gemeinsam von A-Z durch, was du gerade auf LinkedIn machst und vielleicht gibt es die eine oder andere Sache, die du direkt bei dir implementieren kannst, um mit weniger Zeitaufwand leichter Kunden zu gewinnen.

Im Worst-Case haben wir einfach einen wertvollen Kontakt mehr im Netzwerk. Wollen wir das machen?

Dein nächster Schritt

Passe das Call-Skript auf dich an und rufe deine ersten Leads an! Du kannst auch [einen kostenfreien Termin mit mir buchen.](#) in dem wir deine Skripte durchgehen und gemeinsam auf dich und dein Angebot anpassen :)

So geht es weiter

Wenn du alle Schritte durchgezogen hast, dann hast du mit **großer Wahrscheinlichkeit** bereits deine ersten **Vernetzungen in Termine verwandelt**.

Glückwunsch! 🎉 Du bist ein echter Macher! 😊

Und was jetzt?

Wenn du **konkrete Fragen** zu einem bestimmten Modul hast oder einfach mal **Step-By-Step alles individuell durchgehen** möchtest, kannst du dir jederzeit [einen kostenfreien 1:1 LinkedIn Workshop mit mir buchen](#).

Dieser Komplettkurs war nur ein kleiner Einblick in das, was alles mit LinkedIn möglich ist.

Wenn du wissen möchtest:

- **Wie du mit dem 3CLL-System mehrere Kontaktkanäle (statt nur Anrufe) nutzt**, um noch mehr Termine mit deinen Leads mit bis zu 20% Terminquote zu vereinbaren
- **Wie du KI und Automatisierungen in deinen Vertriebsprozess implementierst**, um weitere unzählige Stunden in deinem Vertriebsprozess zu sparen
- **Wie du einen Evergreen-Funnel baust**, um noch mehr Leads und auch Inbound-Anfragen zu generieren
- **Wie du deinen Vertriebsprozess optimierst**, um No-Shows zu vermeiden und deine Abschlüsse zu erhöhen
- **Wie du Zugriff auf 24/7 individuelle 1:1 Beratung mit mir erhältst**, damit du immer genau den nächsten wichtigen Schritt hast

[Dann klicke hier und sichere dir deinen kostenlosen 1:1 LinkedIn Workshop mit mir.](#)

Ich freue mich, dich bald live kennenzulernen! 😊

Cheers

Alex Ochs 🙌