

*PreSales Marketing ist die Strategie, die Ihnen langfristigen Unternehmenserfolg sichert. Kernpunkt ist dabei die automatisierte Vertriebsanbahnung, die lästige Routinearbeiten übernimmt und Ihnen die Möglichkeit an die Hand gibt, Ihren Fokus auf die direkte Kundenansprache und das eigentliche Verkaufsgespräch zu legen.*

*Ich habe Ihnen hier einen Auszug aus meinem Ratgeber „Der PreSales Marketing Praxisleitfaden“ zusammen gestellt.*

## Neue Kunden über gemeinsame Events ansprechen

Für die Kontaktaufnahme über XING gilt: Ihr Empfänger stellt sich immer die Frage nach dem Nutzen: „Was habe ich davon, wenn ich mit dieser Person kommuniziere?“ Diese Frage lässt sich problemlos positiv beantworten, wenn Sie ihn zu einem Event einladen. Ein Tag der offenen Tür, eine Hausmesse, ein Fachvortrag, die Vorstellung einer neuen Publikation – alles, wodurch der Eingeladene etwas Neues erfährt, wird Ihre Anfrage erfolgreicher machen. Gleichzeitig haben Sie für die Kontaktaufnahme einen funktionierenden Aufhänger.

Aber Vorsicht: Respektieren Sie die XING-Richtlinien und vermeiden Sie es, Events einzustellen, die als rein als Werbung für ein Produkt oder als Verkaufsveranstaltung dienen.

Und so gehen Sie konkret vor: Unter „Events“/„Events anlegen“ geben Sie die erforderlichen Daten zu Ihrem geplanten Event ein und klicken sich durch das entsprechende Online-Formular. Klicken Sie den Button „öffentliche Events“ an, denn nur solche werden bei einer XING-Suche gefunden. Denken Sie daran, aussagekräftige Kategorien, also Schlagwörter, für die Veranstaltung zu vergeben. Diese dienen dazu, für jeden Suchenden genau die Veranstaltungen anzuzeigen, die zu seinem Profil passen. Dies erfolgt über den Abgleich der Kategorien eines Events mit den Profil-Angaben in „Ich suche“, „Ich biete“ und „Interessen“.

Ganz unten in der Eingabemaske befindet sich der Button „Anlegen und Gäste einladen“. In dem sich öffnenden Eingabefeld haben Sie Platz für 1.000 E-Mail-Adressen. In einem zweiten Schritt übernehmen Sie die eingegebene E-Mail-Adresse in das Feld „Gästeliste“, indem Sie den grünen Pfeil zwischen den beiden Eingabefeldern „E-Mail-Adresse“ und „Gästeliste“ anklicken. Allein durch das Anklicken des Buttons „Gäste einladen“ wird Ihre Einladung nämlich nicht verschickt. Nun geht es darum, die Einladungsmail zu formulieren. Der Standard-Betreff von XING lautet „Einladung zum Event XYZ Themenformulierung“. Diesen können Sie aber – und sollten Sie auch – selbst formulieren. Wählen Sie einen Betreff, der Ihrer Mail möglichst wenig Spam-Charakter verleiht. Angaben, die im Betreff enthalten sein sollten, sind XING, Ihr Firmenname, Ort oder Datum der Veranstaltung.

Für den Fall, dass Sie tatsächlich an das Limit der 1.000 E-Mail-Adressen stoßen: Sobald eingeladene Adressaten ihre Teilnahme zusagen, können Sie weitere Mail-Adressen eingeben – solange, bis wieder insgesamt 1.000 Einladungen unbeantwortet sind.

## Events besuchen

Sie müssen nicht immer eigene Events auf die Beine stellen, um an neue Kontakte zu kommen. Wenn Sie Veranstaltungen besuchen, die mit Ihrem eigenen Themenfeld zu tun haben, erzielen Sie einen ähnlichen Effekt. Eine Übersicht der von XING-Mitgliedern

initiierten Treffen, die auch von Ihren Ziel-Kontakten besucht werden, finden Sie über den Pfad „Events“/„Alle Events“. Die Auswahl ist enorm: In der Regel sind um die 3.500 Veranstaltungen angemeldet.

Klicken Sie die Events an, die Sie interessieren bzw. bei denen Sie interessante Teilnehmer vermuten, und schauen Sie sich auf der Gästeliste um. Diese wird in aller Regel vom Veranstalter offen gelegt, so dass Sie hier auf die gewünschten interessanten Personen stoßen werden.

Mit Bezug auf diesen Event können Sie dann den Erstkontakt wagen.

### Einladen von Nicht-XING-Mitgliedern zu einem Event:

Wenn Sie Gäste zu einem Ihrer Events einladen, haben Sie auch die Möglichkeit, den Radio-Button „Nicht-XING-Mitglieder“ anzuklicken. Neben dem Betreff ist in der von XING generierten Einladung die „Persönliche Nachricht des Veranstalters“ vorgesehen. Diese sollten Sie nutzen, um

- kurz zu erklären, warum die Mail über XING kommt bzw. wie Ihre Beziehung zu XING ist
- ihn zu motivieren, sich zunächst mit einem Klick auf den angegebenen Link über die Veranstaltung zu informieren
- darauf hinzuweisen, wie einfach die Teilnahme-Zusage erfolgen kann, und dass damit definitiv keinerlei Kosten oder sonstige Verpflichtungen verbunden sind
- darüber hinaus etwas die Werbetrommel für XING zu rühren, damit der Eingeladene nach der Teilnahme-Zusage noch weiter auf XING surft. Empfehlen Sie ihm beispielsweise Ihr Profil zu besuchen oder sich auf XING anzumelden. Weisen auch an dieser Stelle darauf hin, dass die Mitgliedschaft in XING – im Basis-Tarif – kostenlos ist. Die Anmeldung zu XING können Sie ihm übrigens damit schmackhaft machen, dass er dort nach weiteren, für ihn interessanten Events suchen kann.

*Hat Ihnen dieser Auszug Lust auf mehr gemacht? Dann stöbern Sie doch in meinem Blog unter [www.presalesmarketing-blog.com](http://www.presalesmarketing-blog.com) oder fordern Sie unter <http://shop.nabenhauer-consulting.com/> weitere Leseproben an!*