

Von Social Media zu Social Selling

Rösch

2025

ISBN 978-3-8006-7665-1

Vahlen

schnell und portofrei erhältlich bei
beck-shop.de

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de steht für Kompetenz aus Tradition. Sie gründet auf über 250 Jahre juristische Fachbuch-Erfahrung durch die Verlage C.H.BECK und Franz Vahlen.

beck-shop.de hält Fachinformationen in allen gängigen Medienformaten bereit: über 12 Millionen Bücher, eBooks, Loseblattwerke, Zeitschriften, DVDs, Online-Datenbanken und Seminare. Besonders geschätzt wird beck-shop.de für sein umfassendes Spezialsortiment im Bereich Recht, Steuern und Wirtschaft mit rund 700.000 lieferbaren Fachbuchtiteln.

RÖSCH
Von Social Media zu Social Selling


beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Von Social Media zu Social Selling

Guide für erfolgreiches
Personal Branding
auf LinkedIn


beck-shop.de
von
SONJA RÖSCH
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Verlag Franz Vahlen München

vahlen.de

ISBN Print 978 3 8006 7665 1

ISBN E-Book (ePDF) 978 3 8006 7666 8

ISBN E-Book (ePUB) 978 3 8006 7667 5

© 2025 Verlag Franz Vahlen GmbH,

Wilhelmstr. 9, 80801 München

info@vahlen.de

Druck und Bindung: Westermann Druck Zwickau,

Crimmitschauer Straße 43, 08058 Zwickau

Dieses Buch wurde vermittelt durch Literaturagentur Landgraf, St. Leon-Rot und entstand in Zusammenarbeit mit Katja Welte, freie Lektorin.

Satz: Fotosatz Buck

Zweikirchener Str. 7, 84036 Kumhausen

Produktion: Sieveking Agentur, München

Umschlag: Ralph Zimmermann – Bureau Parapluie

Bildnachweis: Porträt Sonja Rösch: PB3C GmbH; Porträt Harald Steiner: kein Vermerk;

Markenmodell European Brand Institute: European Brand Institute; CEO Brand

Charisma Score: European Brand Institute; Porträt Sascha Klaus: Nadine Stegemann;

Porträt Andreas Schulten: Caroline Wimmer; Porträt Marcus Buder: kein Vermerk;

Porträt Anastasia Berger: Eric Köckeritz; Bildgenerierung Midjourney: PB3C GmbH;

Porträt Alexander von Erdély: privat.



vahlen.de/nachhaltig

produktsicherheit.vahlen.de

Gedruckt auf säurefreiem, alterungsbeständigem Papier
(hergestellt aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff)

Alle urheberrechtlichen Nutzungsrechte bleiben vorbehalten.

Der Verlag behält sich auch das Recht vor, Vervielfältigungen dieses Werkes zum Zwecke des Text and Data Mining vorzunehmen.

INHALTSVERZEICHNIS

INTRO	11
Über die Autorin	17
Der LinkedIn Boom	18
Das große Ganze sehen: Warum dieses Buch zeitlos ist	23
1 POSITIONIERUNG:	
MENSCHEN SIND MARKEN	27
Profil zeigen: eine Personal Brand schaffen	28
In 9 Schritten zum perfekten LinkedIn-Profil	39
Content is King: Die passenden Themen finden	46
Emotion is Queen: LinkedIn Booster Authentizität	55
»The Social 5« – für mehr Klarheit in der freien LinkedIn-Wildbahn	64

2 CONTENT CREATION:

PROFESSIONELLE INHALTE SCHAFFEN	77
Beitragsformate im Überblick	78
Dos & Don'ts: Typische LinkedIn-Fehler und wie es besser geht	88
Alles nach Plan: Posten mit System	103
Auf Expertise von Dritten verlassen: Ghostwriter und PR-Agenturen	108
Schein oder sein: Das »Phänomen« Gen Z	113

3 COMMUNITY MANAGEMENT:

DAS NETZWERK ZÄHLT	123
Ein Geben und Nehmen: Likes und Kommentare	124
Sichtbarkeit steigern und ein Netzwerk aufbauen	130
Medienübergreifende Reichweite – oder: warum Social Media Manager keine Alleskönner sind	139

4 DIE ZUKUNFT DES SOCIAL SELLING

Die richtige Dosis: Sales vs. Content	145
Wie KI unsere Arbeitsweise verändert	149
5 LinkedIn-Trends für die Zukunft	155
Die goldene LinkedIn Checkliste	163

LITERATUR & QUELLEN

167

Über dieses Buch

In diesem Buch erfahren Sie, wie Sie als Entscheider von einem professionellen LinkedIn-Management profitieren und wie Sie ein solches Schritt für Schritt aufbauen können. Zahlreiche Beispiele und Checklisten schaffen den Transfer von der Theorie in die Praxis: Wie lassen sich geeignete Themen finden? Wie bauen CEOs ein wertvolles Netzwerk auf LinkedIn auf? Wie kann man den Algorithmus für sich arbeiten lassen? Vier wesentliche Schritte liegen dem Buch zugrunde:

- 1. Positionierung:** Wie Sie mit einer klaren Positionierung und einem professionellen Profil eine adäquate Basis für Ihre Persönlichkeitsmarke schaffen.
- 2. Content Creation:** Wie Sie mit zielgruppengerechtem Content Ihre Bekanntheit und Reichweite drastisch erhöhen können.
- 3. Community Management:** Wie Sie Kontakte knüpfen und pflegen und damit ein wertvolles Netzwerk aufbauen.
- 4. Kontinuität:** Wie Sie sich am aktuellen Diskurs beteiligen, um langfristige Interaktion und Relevanz zu fördern.



Die wichtigsten Schritte für Ihren Erfolg auf LinkedIn auf einen Blick.

So erfahren Sie im ersten Kapitel, warum die eigene Personenmarke und eine strategisch optimale Positionierung ebenso wichtig sind wie ein ansprechendes und vollständiges LinkedIn-Profil. Sie erhalten Inspiration, wie Sie für sich passende Themen finden und wie Sie diese wirkungsvoll kommunizieren. Nicht zuletzt lernen Sie die 5 typischen LinkedIn-Typen kennen: Socializer, Expert, Coach, Teacher und Troll. Mit dem Modell der »Social 5«, das dem Buch zugrunde liegt, lassen sich sämtliche LinkedIn-Nutzer – auf spielerische Weise – einordnen. Gleichzeitig dient das Modell einer erfolgreichen Erstellung von Beiträgen, indem Sie zum einen Ihre Zielgruppe passgenau ansprechen, zum anderen aber auch Ihr eigenes Profil an Schärfe gewinnt.

Das zweite Kapitel bietet Ihnen einen nützlichen Überblick über sämtliche Beitrags-Formate auf LinkedIn und wie Sie diese bestmöglich für sich einsetzen. Sie erfahren, welche Fehler Sie auf LinkedIn besser vermeiden sollten und natürlich, wie es besser geht. Unter anderem, indem Sie mit System posten und bei Bedarf auf eine professionelle Begleitung durch einen Experten setzen.

In Kapitel 3 lernen Sie, warum es mit der Erstellung eines Beitrags noch nicht getan ist und wie Sie Ihre Reichweite nachhaltig erhöhen können. Nach der Lektüre kennen Sie die entscheidenden Unterschiede zwischen den unterschiedlichen Reaktionsmöglichkeiten und wie Sie diese gezielt für sich einsetzen – im Idealfall medienübergreifend. Sie lernen außerdem, wie Sie Ihr Netzwerk aktiv und auf professionelle Weise ausbauen.

Das vierte und letzte Kapitel wagt einen Ausblick auf zukünftige Entwicklungen und gibt Ihnen einige Anregungen für Ihre eigene LinkedIn-Zukunft: Welche Möglichkeiten bringt KI mit sich? Was wird bleiben, was wird sich ändern?

Last but not least teilen im gesamten Buch erfolgreiche Führungskräfte der Finanz- und Immobilienbranche in Beispielen und Interviews ihre LinkedIn-Insights und gewähren einen einmaligen Blick hinter die Kulissen der CEO-Influencer.

Anmerkung:

In diesem Buch steht der Mensch im Mittelpunkt. Die Autorin setzt auf Vielfalt und lehnt Diskriminierung in jeglicher Form ab. Haben wir uns bei Personenbezeichnungen oder personenbezogenen Hauptwörtern für das generische Maskulinum entschieden, dann ausschließlich aus Gründen der besseren Lesbarkeit. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung ausdrücklich für alle Geschlechter. Die verkürzte Sprachform impliziert keinesfalls eine Wertung, Geschlechterdiskriminierung oder Benachteiligung eines Geschlechts.

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

INTRO

Mit über einer Milliarde Mitgliedern in mehr als 200 Ländern und Regionen zählt LinkedIn als größtes berufliches Netzwerk der Welt.¹ LinkedIn-Angaben zufolge melden sich jede Sekunde etwa drei neue Mitglieder bei der Microsoft-Tochter an. Auch sämtliche DAX-Unternehmen sind mittlerweile vertreten. Mit dieser Reichweite hat sich LinkedIn zu einer bedeutenden Plattform entwickelt. Auch und besonders für Unternehmens-Chefs. So ist ein Profil auf LinkedIn längst kein Nice-to-have mehr, sondern zu einem echten Erfolgsfaktor für Führungskräfte geworden. Vorausgesetzt, sie wissen die Plattform für sich zu nutzen. Denn vom richtigen Profilbild über den perfekten Aufbau eines Beitrags bis hin zum Zeitpunkt des Postings oder der Auswahl der Emojis überlassen Profis hier nichts mehr dem Zufall.

Dabei geht es um weit mehr als das Teilen von Unternehmensnews: Gefragt sind Inhalte, welche die eigene Expertise unterstreichen, Diskussionen anregen und Vertrauen schaffen. Sie bilden das Fundament von Social Selling, der strategischen Nutzung sozialer Netzwerke. Doch Social Selling ist kein Sprint, den man mal eben nebenbei absolviert. Es gleicht vielmehr einem Marathon, bei dem es darum geht, kontinuierlich und authentisch über alle relevanten Kanäle hinweg präsent zu bleiben. Die Belohnung für diese Ausdauer? Eine gestärkte persönliche Marke, engere Beziehungen zu Kunden und Stakeholdern und letztlich eine nachhaltige Positionierung als Thought Leader in der digitalen Geschäftswelt.

In diesem Intro-Kapitel erfahren Sie, wie sich LinkedIn zur mächtigsten Plattform unserer Zeit entwickelt hat und wie Sie diese erfolgreich für sich nutzen. Aber Sie lernen noch mehr: Nämlich, dass LinkedIn noch lange nicht alles ist...

*Ich erklärte stolz
meine LinkedIn-Strategie,
und mein Chef fragte
nur: »Und wann genau
gehe ich viral?«*

