

LinkedIn-Optionen für Industrie und Produktion

Informationen Stand Januar 2023

LinkedIn bietet als weltweit größtes Social Media-Business-Portal mit mehr als 900.000.000 Mitgliedern auf dem ganzen Globus - davon über 19.000.000 User in der DACH-Region (Deutschland - Österreich - Schweiz) - für Industrie-Unternehmen erstklassige Optionen, um sich und die eigenen Leistungen, Lösungen, Produkte und Services professionell zu präsentieren, den B2B-Vertrieb erfolgreicher zu gestalten und auch gezielt Fach- und Führungskräfte zu gewinnen.


Warum Personen-Profile auf LinkedIn optimieren?

Um auf LinkedIn erfolgreich das eigene Business bzw. die eigenen Produkte vermarkten zu können, ist ein professionell ausgearbeitetes LinkedIn-Profil eine wichtige Grundlage, um

- die eigene Auffindbarkeit zu erhöhen (*durch den Einsatz von relevanten Hashtags und Keywords verbessern Sie Ihr Ranking sowohl auf LinkedIn als auch bei Google*)
- Profilbesuchern einen guten Einblick über die eigenen Leistungen zu vermitteln
- Professionalität und Kompetenz auszustrahlen (*der erste Eindruck zählt*)

und

- die Erfolgs- und Resonanz-Quoten bei einer möglichen Direktansprache von potenziellen Geschäftspartnern, Interessenten, Kunden und Zielgruppen zu verbessern.




Martin Sebastian Krull · 2.


Creating Your Coatings - We protect what is important to you. Bergolin is specialised in the development and production of high-quality coating systems for the wind power, industry and corrosion protection sectors.

Themen: #coatings, #windpowercoatings, #industrialcoatings, #protectivecoatings und #corrosionprotection

Osterholz-Scharmbeck, Niedersachsen, Deutschland · [Kontaktinfo](#)

149 Follower:innen · 136 Kontakte

 Bergolin GmbH & Co. KG

 Carl von Ossietzky Universität Oldenburg

Speziell im Umfeld von Industrie, Technologie und Produktion nutzen immer noch nur sehr wenige Entscheider(-innen) das Potenzial, welches LinkedIn für Neukundengewinnung, Recruiting, Kundenreaktivierung, Messe-Marketing und Vertrieb bietet. Die nachfolgenden Seiten zeigen Ihnen hier einige Möglichkeiten.

Die LinkedIn-Visitenkarte

Der obere Profilbereich entscheidet schon direkt darüber, ob der Profilbesucher sich intensiver mit Ihrem LinkedIn-Profil beschäftigt oder nicht. Daher ist es wichtig, die hier wenigen Angaben aussagekräftig zu gestalten.



Wichtige Bereiche und Felder im oberen LinkedIn-Profil-Bereich sind:

- Seriöses **Personen-Profil-Foto**
- **Header-Grafik**, die idealerweise aus dem eigenen Tätigkeitsfeld stammt
- Individueller **Profil-Slogan** mit maximal 220 Zeichen
- Definition von **5 Themen-Hash-Tags** aus Ihrem Business
- Hinterlegung von **Kontaktinformationen** für eigene Kontakte
- Angabe Ihres aktuellen **Arbeitsortes**
- **Verlinkung auf die eigene Homepage mit einer Text-Info** (maximal 30 Zeichen)
- Angabe des aktuellen **Arbeitgebers mit Verlinkung auf das offizielle Firmenprofil**
- Angabe der **FH / Uni** (wenn vorhanden) **inkl. Verlinkung auf das jeweilige Profil**

Wichtige Leistungen und Produkte in den Fokus stellen




Direkt unter dem Bereich "Ressourcen / Creator Modus" können „Im Fokus“ kompakte wie umfassende Informationen - z.B. Präsentationen, Bilder oder PDF-Dokumente - hinterlegt werden. Die jeweilige Datei darf dabei nicht größer als 100 MB sein; folgende Dateitypen werden akzeptiert:

- **Präsentationen** (pdf, ppt, pps, pptx, ppsx, pot, potx, odp)
- **Dokumente** (pdf, doc, docx, rtf, odt)
- **Bilder** (png, gif, jpg, jpeg)

Auch die Einbindung von Homepage-Links oder der Hinweis auf bereits veröffentlichte LinkedIn-Beiträge ist hier möglich. Grundsätzlich können hier mehrere Informationen hinterlegt werden. Wir empfehlen aber, nur maximal 2 Dokumente u.ä. in diesem Bereich zu hinterlegen, da das dritte und weitere Dokumente nur per Scrollen zu erreichen und damit nicht auf Anhieb ersichtlich sind. Weiterer Tipp: Speziell bei Homepage-Verlinkungen, aber auch bei diversen Dokumenten wird ggf. ein optisch nicht ansprechender Ausschnitt angezeigt. Daher bei der Einstellung auch immer die Vorschau überprüfen.

Nachfolgend ein Beispiel aus dem Industrieumfeld für Einbindung von PDF-Produktbroschüren in den "LinkedIn-Fokus".

Im Fokus

<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <p style="font-size: small; margin: 0;">Dokument</p>  <p style="margin: 0;">Wind Power Coatings-Broschüre Unser hoch spezialisiertes Lieferprogramm deckt alle Bereiche der Rotorblattbeschichtungen ab. Sämtliche Produkte, vom Gelcoat bis zum Decklack, werden präzisi...</p> </div>	<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <p style="font-size: small; margin: 0;">Dokument</p>  <p style="margin: 0;">Protective Coatings-Broschüre Simply Resistant – so lassen sich die Eigenschaften der Korrosionsschutzsysteme von Bergolin treffend beschreiben. Diese schützen die Stahloberflächen und -...</p> </div>	<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <p style="font-size: small; margin: 0;">Dokument</p>  <p style="margin: 0;">Industrial Coatings-Broschüre Das Industrielackprogramm von Bergolin umfasst zahlreiche Beschichtungslösungen auf high-solid- und ultra-high-solid- sowie wässriger Basis. Die daraus resultierende niedrige VOC-Bilan...</p> </div>
---	---	--

Information zu eigenen Person

Der Bereich „Info“ ist eine Zusammenfassung wichtiger Informationen über Ihre Person, Ihre Kompetenzen, Ihre Leistungen und ggf. Ihr aktuelles Unternehmen. Empfehlenswert sind in diesem Bereich ca. 20 bis 30 Sätze, um **die bestehende Begrenzung von maximal 2.600 Zeichen** möglichst optimal auszunutzen.

Info

WISSENSWERTES ZU BERGOLIN

Die Bergolin GmbH & Co. KG wurde 1909 gegründet und agiert global von Deutschland aus. Das Unternehmen ist spezialisiert auf die Entwicklung und Herstellung hochwertiger Beschichtungssysteme und verfügt über eine große Produktpalette für die verschiedensten Anwendungsgebiete aus den Bereichen Windkraft, Industrie und Korrosionsschutz.

WIR ARBEITEN LÖSUNGS-ORIENTIERT

Kunden schätzen insbesondere die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit uns. Durch die gemeinsame Entwicklung von Lösungen, die exakt auf die individuellen Anforderungen und Prozesse eingestellt sind, ergeben sich für den Kunden in der Praxis deutliche Vorteile. Nicht selten gehen optimierte Prozesse und eine längere Lebensdauer der Produkte mit dieser Entwicklung einher. Auch geografisch bietet Bergolin durch seine Niederlassungen in Polen, China und Indien sowie ein weltweites Netz an Kooperationspartnern eine hohe Nähe zu seinen Kunden.

Ein Portfolio auf LinkedIn kann im Bereich „Info“ u.a. diese Informationen enthalten:

Bereich	Informationen
Privat	Kurze persönliche Vorstellung (u.a. Namen, Jahrgang oder Alter)
Tätigkeit	Vorstellung eigener Aufgabenbereiche und Kompetenzen
Unternehmen	Vorstellung des eigenen Unternehmens
Unternehmen	Vorstellung von Produkten und Leistungen
Tätigkeit	Berufliche Expertisen und Schwerpunkte
Kontaktdaten	Persönliche Kontaktdaten
Impressum	Impressumslink / Impressums-Angaben (nicht bei rein persönlicher Nutzung)
 Tipp für die Gestaltung	<i>Für eine bessere Lesbarkeit sollte man einzelne Abschnitte über die Einbindung von Großbuchstaben oder Trennstriche optisch trennen.</i>

Nutzen Sie Ihre Service-Seite für Infos und Leadgenerierung

Stellen Sie Ihre Serviceleistungen auf einer eigenen Seite vor!

Ebenfalls im oberen Profilbereich lassen sich bis zu 10 (seitens LinkedIn vorgegebene) Service-Rubriken hinterlegen. Hier werden seitens LinkedIn 16 Oberrubriken mit dazugehörigen Unterbereichen zur Verfügung gestellt, aus denen Sie mit maximal 10 Angaben Ihr eigenes LinkedIn-Profil schärfen können. Darüber hinaus haben Sie die Option, mit einem kurzen Text (Volumenbegrenzung auf 500 Zeichen) und einem Bild Ihre Serviceleistungen kurz zu skizzieren (bis zu 8 möglich). Über diese Serviceseite können dann Interessenten und potenzielle Kunden Ihnen direkt eine Anfrage stellen!

Medien



Windpower, Industrial and Protective Coatings

Wir bieten für die nachfolgenden Bereiche Beschichtungs-Lösungen: 01 - Windpower: Rotorblattbau, Rotorblatt-Reparatur; 02 – Industrial: Allgemeine Industrie, Composites, Einbrennsysteme, Fahrwerk, UV-Coatings; 03 – Protective: Abscheider, Blatt 87, Fußböden, Gussteile, Güterwaggonbeschichtung, Schiffbau, Stahlwasserbau, Schwerer Korrosionsschutz, Tanks und Behälter, Tankstellen

Unternehmens- und Fokuseiten bei LinkedIn

Eine eigene Firmenseite auf LinkedIn sollte bei jedem Unternehmen unabhängig von der Mitarbeitergröße Standard sein. Auf LinkedIn gibt es weltweit 61,9 Millionen Marken- und Unternehmensseiten (Stand 03/2023) - davon ca. 3.000.000 alleine in Deutschland. Dabei ist ein eigenes Firmenprofil nicht nur wichtig, um auf LinkedIn professionell wahrgenommen zu werden, sondern um auch die eigene Auffindbarkeit bei Google weiter zu verbessern.

Warum ein Unternehmensprofil auf LinkedIn?

Während das persönliche Personen-Profil auf LinkedIn überwiegend für Akquise und Vertrieb, Entscheider-Profil und Netzwerkaufbau verwendet wird, wird das Unternehmensprofil genutzt für:

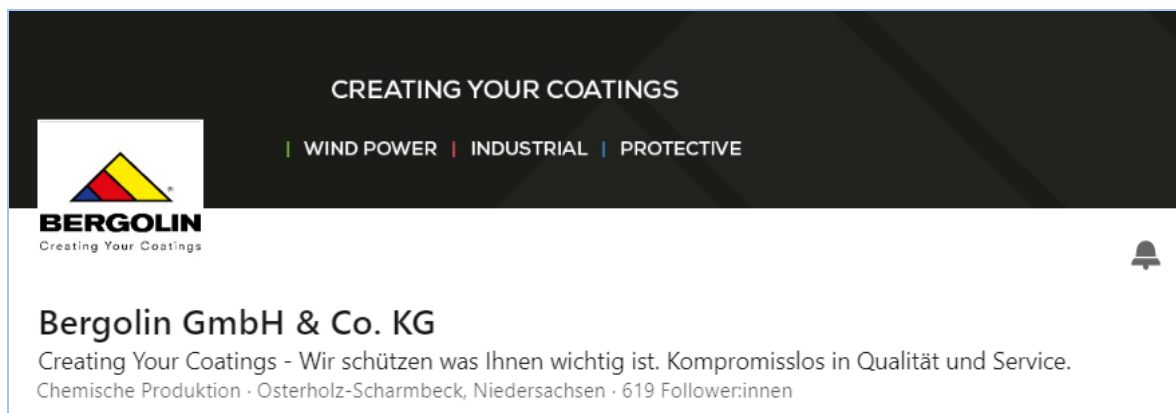
- Employer Branding
- Event- und Messe-Ankündigungen
- Job- und Karriere-Informationen
- Öffentlichkeitsarbeit und PR (Public Relations)
- Zusätzliches Suchmaschinenmarketing (SEA / SEO)

Die Erfahrung zeigt, dass das LinkedIn-Unternehmensprofil der eigenen Firma oftmals zu den TOP 5-Suchergebnissen zählt, wenn nach Ihrem Unternehmen gesucht wird. Daher ist es umso wichtiger, dass auch diese Präsenzen aussagekräftige Informationen über Ihre Leistungen, Lösungen, Produkte und Services enthalten - und das inklusive vollständiger Kontaktdaten und Impressums-Nachweis.

Fokuseiten nur mit eigener Unternehmensseite möglich

Verfügen Sie über ein Unternehmensprofil auf LinkedIn, können Sie auch untergeordnete Fokuseiten anlegen. Riesiger Vorteil: Damit können Sie ausführlich mit einer eigenen Seite besondere Leistungen, Lösungen, Produkte und Themen herausarbeiten und einer breiten Öffentlichkeit vorstellen. Da nach wie vor nur wenige Firmen das Potenzial dieses LinkedIn-Instruments erkannt haben, können Sie mit eigenen Fokuseiten die eigene Auffindbarkeit für Ihre Schwerpunkte deutlich verbessern und damit auch TOP10-Google-Ergebnisse erzielen (bei Begriffen und Begriffs-Kombinationen mit bis zu maximal 600.000 Seiten Treffern).

Professioneller Unternehmensauftritt bei LinkedIn



Über eine kostenfreie LinkedIn-Unternehmensseite können Sie sich zusätzlich mit Kunden, Mitarbeitern und der LinkedIn Community verbinden. Eine Unternehmensseite fungiert als die Firmenstimme Ihrer Organisation auf LinkedIn und sorgt dafür, dass LinkedIn-Mitglieder mehr über Ihr Unternehmen, Ihre Organisation, Ihre Marke, Ihre Produkte, Ihre Dienstleistungen oder Ihre Jobangebote erfahren. Im Rahmen Ihrer Unternehmensseite auf LinkedIn stehen Ihnen diese Optionen zur Verfügung:

- **Verknüpfung des Firmenprofils mit Ihrer Unternehmenshomepage**
- **Unternehmenslogo**
- **Header-Grafik als Profilbanner**
- **Firmendaten** (Website, Branche, Mitarbeitergröße, Art der Organisation, Gründung)
- **Profil-Slogan** (max. 120 Zeichen)
- **Spezialbereiche des Unternehmens** (max. 20 möglich)
- **Informationen zum Unternehmen** (max. 2.000 Zeichen möglich)
- **Kontaktdaten** (Telefonnummer, Adresse)
- **Arbeitsplatz-Regelungen** (Vor Ort, hybrid, remote)
- **Standorte** (auch mehrere Angaben möglich)
- **Lead-Gen-Form** (Schaltfläche für Direkt-Anfragen von LinkedIn-Usern)
- **Hashtags** (maximal 3 Angaben möglich)
- **LinkedIn-Gruppen, die zu Ihrem Unternehmen passen** (empfohlen 3 - 5)
- **Postings** (möglich sind hier u.a. Massenkündigungen, Produktinfos und mehr)
- **Stellenanzeigen** (1 Anzeige kann auf LinkedIn kostenfrei geschaltet werden)
- **Unternehmen folgen** (machen Sie so potenzielle Kunden auf sich aufmerksam)

Fokussseiten bei LinkedIn für mehr Sichtbarkeit

Nur wenige Unternehmen nutzen bisher die Option der Fokussseiten - dabei bestehen gerade bei dieser Präsentation sehr gute Möglichkeiten, besondere Leistungsschwerpunkte explizit in den Vordergrund zu stellen und so erfolgreich für dieses Segment neue Follower, Interessenten und Kunden zu gewinnen.

Der Aufbau der Fokussseiten ist ähnlich denen der LinkedIn-Firmenseiten - nachfolgend einmal ein Beispiel für eine Fokussseite aus dem Industrieumfeld.



BERGOLIN
Creating Your Coatings

Protective Coatings Bergolin

Korrosionsschutzsysteme von Bergolin schützen Stahloberflächen und -konstruktionen vor vielfältigen Belastungen.

Herstellung von Farben, Beschichtungen und Klebstoffen · Osterholz-Scharmbeck, Niedersachsen · 18 Follower:innen

✓ Follower:in Mehr erfahren  Mehr

Start **Info** Beiträge

Übersicht

PROTECTIVE COATINGS

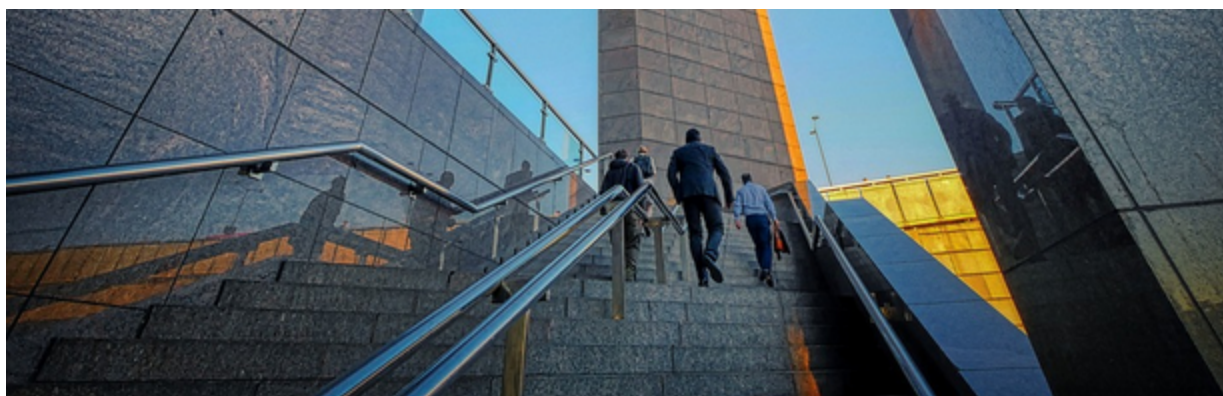
Die Beschichtungssysteme von Bergolin aus dem Bereich Protective Coatings schützen Objekte vor vielfältigen Einflüssen, wie chemischen und mechanischen Belastungen sowie Korrosion und weiteren witterungsbedingten Einwirkungen.

Unser Lieferprogramm umfasst dabei ein breites Spektrum an Beschichtungen für die unterschiedlichsten Anwendungsbereiche. Hierzu gehören unter anderem Tanks und Behälter, der Schiff- und Stahlwasserbau sowie Infrastrukturobjekte. Alle Produkte in diesem Segment sind auf eine hohe Langlebigkeit optimiert, sodass Sanierungsintervalle verlängert und Kosten minimiert werden können.

Mit LinkedIn mehr Erfolg für den eigenen Vertrieb

Es wird von Tag zu Tag schwieriger, über die klassischen Wege (Printwerbung, Post-Mailings, Telefonmarketing) neue Interessenten, Kunden, Mitarbeiter und Projekte zu gewinnen. **In Zeiten der Reizüberflutung gilt es also, neue Strategien zu finden, um erfolgreich Kunden, Interessenten, Bewerber, Multiplikatoren und Co. zu erreichen.**

Eine TOP-Option dafür: LinkedIn. Denn über dieses Social Media-Business-Portal lassen sich wichtige Entscheider und Auftraggeber sowie zukünftige Führungs- und Fachkräfte direkt und mit nur geringen Streuverlusten finden, kontaktieren und weiterentwickeln.



LinkedIn verfügt über exzellente Möglichkeiten und Optionen, um mit geringen Streuverlusten, messbaren Resonanzen und hohen Erfolgsquoten (15 bis 40 %) ein erfolgreiches Direktmarketing zu realisieren.

Kundenreaktivierung und Messe-Marketing

LinkedIn ist eine der erfolgreichsten Strategien, um den Kontakt zu ehemaligen Interessenten und Kunden zu reaktivieren, um mit diesen wieder "ins Geschäft zu kommen". Mittels Direktansprache können Sie von **Resonanzen zwischen 25 und 60 % ausgehen** - und haben im Anschluss "den direkten Draht" zum aktuell relevanten Ansprechpartner - z.B. zu Einkaufsleitern, Logistikleitern, Produktionsleitern oder anderen Verantwortlichen aus der Geschäftsführung des jeweiligen Unternehmens.

Auch das Messe-Marketing funktioniert für Industrie-Produktions- und Technologie-Firmen über LinkedIn hervorragend - sowohl bei der Vernetzung für evtl. Kooperationen mit anderen Messe-Ausstellern als auch bei der gezielten Messeeinladung mit Terminierung mit potenziellen Auftraggeber.

Voraussetzungen für den Erfolg auf LinkedIn

Um erfolgreich auf LinkedIn gefunden, kontaktiert und wahrgenommen zu werden, ist ein professionelles Business-Profil der eigenen Person unverzichtbar. Hier ist es nicht damit getan, ein nettes Foto und ein paar Keywords online zu hinterlegen, sondern in den zahlreichen Rubriken fundierte und verständliche Informationen zu hinterlegen.

Denn eines sollten Sie wissen: Ein gepflegtes LinkedIn-Business-Profil ist Ihre geschäftliche Online-Visitenkarte im Netz, mit der Sie sich und Ihre Kompetenzen, Produkte und Leistungen umfassend präsentieren. Unabhängig von Ihrer eigenen Homepage - und das 24 Stunden am Tag und 365 Tage im Jahr!



Ihr LinkedIn-Profil wird stark frequentiert ...

Warum? Während die eigene Visitenkarte nur 3 bis 20 mal im Monat verteilt wird, **wird das eigene LinkedIn-Personen-Profil im Monat zwischen 50 und 5.000 mal aufgerufen** (abhängig von der Größe des eigenen Netzwerks und Ihren Aktivitäten). Zudem erscheint in 48 von 50 Fällen bei der Suche nach einer Person / einem Namen **das eigene LinkedIn-Profil unter den TOP 3-Suchergebnissen bei Google** (sofern das jeweilige Profil dafür freigeschaltet wurde).

Ein TOP-LinkedIn-Business-Profil fördert Ihren Vertriebs Erfolg

Überzeugen Sie mit Ihrem LinkedIn-Business-Profil, haben Sie deutlich bessere Chancen für gute Resonanzquoten u.a. in diesen Disziplinen:

- **Leadgenerierung & Vertrieb** (15 - 40 % Bestätigung bei "kalten Kontaktforderungen")
- **Kunden-Reaktivierung** (25 - 60 % Kontaktbestätigungen)
- **Messe-Marketing** (effektive Terminvereinbarungen im Vorfeld der Messe)
- **Neukundengewinnung** (neue Märkte und Zielgruppen erfolgreich aufbauen)

Unsere Lösungen und Services im Überblick

Für Ihr Business-Marketing auf LinkedIn stehen diese Services für Sie zur Verfügung:

Unser Service	Leistungsbeschreibung
LinkedIn-Business-Profil LinkedIn-Firmenseite LinkedIn-Fokussseiten	Wir erstellen Ihnen ein LinkedIn-Business-Marketing-Konzept in Anlehnung an Ihre aktuelle Homepage und unterstützen Sie nach Feedback und Korrektur unserer Ausarbeitungen auch bei der Einstellung der Inhalte in Ihr LinkedIn-Personen-Profil.
Selektion von Entscheidern für Leadgenerierung, Kundenreaktivierung, Messe und Vertrieb	Wir selektieren nach Ihren Vorgaben die für Sie relevanten Entscheider bei Ihren potenziellen Interessenten und Kunden und erfassen diese in einer Excel-Tabelle. Auf Grundlage dieser Tabelle können Sie dann in Eigenregie gezielt Ihr Business- und Kundennetzwerk aufbauen bzw. erweitern.
Kontaktierung von Entscheidern für Leadgenerierung, Kundenreaktivierung, Messe und Vertrieb	Sofern Sie keine Zeit für die Realisierung der Kontaktierung zukünftiger Kunden haben, unterstützen wir Sie gerne dabei, auf LinkedIn die Entscheider Ihrer potenziellen Auftraggeber anzuschreiben und bei Kontaktbestätigung diesen neuen Kontakten erste Informationen zu Ihren Leistungen zuzusenden. In diesem Fall agieren Sie erst dann, wenn es zu einer konkreten Rückmeldung kommt.

Fragen, Interesse oder weitere Informationen gewünscht?

Gerne stehen wir Ihnen dafür zur Verfügung. Unsere Kontaktdaten im Überblick:

1a-Social-Media * Alte Dorfstraße 19 * 32289 Rodinghausen

Tel.: +49 5746 9385420 * Fax: +49 5746 6759998 * E-Mail: info@1a-social-media.de

Homepages: www.1a-social-media.de / www.social-media-wissen.de

Bilder dieses PDF-Dokuments: Pixabay