OUTSELL PLAYBOOK

OUTSELL JOURNAL - BESCHLUSSBESCHREIBUNG

LinkedIns B2B-Performance-Prinzipien: ein praktischer ABM-Plan

FRAGE

Wie wird LinkedIns Oktober-Leitfaden zu einem Mediaplan auf Account-Ebene?

LEITFAHRZEUGE

Vereinbaren Sie relevante Accounts, Käuferrollen und geschäftliche Aktionen vor der Kampagnenoptimierung. Günstige Leads helfen nur, wenn das Team ihre weiteren Ergebnisse versteht.

HIER FREIST

Die Zielaccount-Kohorte vereinbaren.

DEINE LAGE

Account oder Kohorte

Entscheidung zu treffen

Ausgangszustand und Ausschlüsse

Evidenzquellen, Daten und Grenzen

Unbekannt zur Validierung

ARBEITEN DURCH DEN LEITFAHRT

1. Die Zielaccount-Kohorte vereinbaren

Nachweis oder Eingabe

Output oder Entscheidung

Eigentümer und Überprüfungsstelle

2. Käuferrollen und Unbekanntes erfassen

Nachweis oder Eingabe

Output oder Entscheidung

Eigentümer und Überprüfungsstelle

3. Inhalte Käuferfragen zuordnen

Nachweis oder Eingabe

Output oder Entscheidung

Eigentümer und Überprüfungsstelle

4. Ausdrückliche Vertriebsanfragen verbinden

Nachweis oder Eingabe

Output oder Entscheidung

Eigentümer und Überprüfungsstelle

5. Qualität prüfen und Briefing anpassen

Nachweis oder Eingabe

Output oder Entscheidung

Eigentümer und Überprüfungsstelle

VERGLEICH DER OPTIONEN

Optimierung der Leadkosten

Hilfreich wenn: Das Team kennt die Folgequalität

Einschränkung: Ein niedriger Preis kann schlechte Eignung verdecken

Vorgeschlagene Aktion: Vertriebsakzeptanz prüfen

Warum das zu unserer Situation passt

Vor dem Handeln erforderliche Beweise

Account-Abdeckung

Hilfreich wenn: Mehrere Rollen prägen die Entscheidung

Einschränkung: Reichweite belegt kein Engagement

Vorgeschlagene Aktion: Bekannte Rollen und Lücken erfassen

Warum das zu unserer Situation passt

Vor dem Handeln erforderliche Beweise

Phasengerechte Kreation

Hilfreich wenn: Käufer benötigen andere Erklärungen

Einschränkung: Erfordert mehrere nützliche Inhalte

Vorgeschlagene Aktion: Jedem Inhalt eine Aufgabe zuweisen

Warum das zu unserer Situation passt

Vor dem Handeln erforderliche Beweise

Geschäftliche Überprüfung

Hilfreich wenn: Marketing und Vertrieb teilen Definitionen

Einschränkung: Tracking lässt Beobachtungslücken

Vorgeschlagene Aktion: Akzeptierte Gespräche prüfen

Warum das zu unserer Situation passt

Vor dem Handeln erforderliche Beweise

ZUSAMMENFASSUNG ZU EINEM ABGEBOTENEN NÄCHSTEN SCHRITT

Ausgewählte Maßnahme

Verantwortlicher Eigentümer

Erforderliche Genehmigung

Erfolgsmessung und -definition

Datum der Überprüfung

Kriterien fortsetzen, überarbeiten oder stoppen

Leitfaden: https://outselll.com/de/blogs/linkedin-b2b-performance-principles-abm-2026/

Veröffentlicher und Evidenzpolitik: https://outselll.com/de/editorial-policy/