

LinkedIn 获客的关键步骤

一、LinkedIn 帐号难注册如何应对

注册前准备工作

科学上网工具：建议全局模式。

新邮箱：

未注册过 LinkedIn 的邮箱（推荐 Gmail，避免公司邮箱；可用 163/QQ）。

手机号：未注册过 LinkedIn 的中国手机号。

个人职业照：注册成功后完善个人资料使用。

注册流程：

先不开科学上网，访问国内版领英：<https://www.linkedin.cn>。

点击右上角“客户注册” → 填写邮箱和密码（姓名建议用真实中文名）。

关键步骤：

到手机验证阶段时，关闭浏览器并退出注册。

开启科学上网，访问国际版 [LinkedIn.com](https://www.linkedin.com)，用刚注册的邮箱登录。

收取邮箱验证码（或点击“Confirm your email”完成验证）。

继续完善信息直至注册完成

二、新帐号快速起号秘籍

● 帐号成长周期

阶段	时间	重点行动
注册成功	第1-2周	完善Profile
养号期	第2-4周	提升账号活跃度
活跃内容期	第4-8周	持续输出内容
客户开发期	第8-12周	主动开发客户
持续增长期	第12周后	长期运营与维护

● **LinkedIn 平台优势**

用户规模: 超 10 亿会员, 覆盖 200+国家。

高价值用户分布:

北美: 2.3 亿+

欧洲/中东/非洲: 2.91 亿+

亚太: 2.6 亿+ (印度占 1.05 亿+)

用户属性:

73%用户访问 LinkedIn 为完成具体任务 (高于 Facebook 的 35%和 Twitter 的 53%) 。

聚集决策者: 1400 万+意见领袖、800 万+企业高管、8600 万+决策影响人。

● **内容营销策略**

核心思路:

自创内容

转发/互动他人内容

搬运多平台内容

内容方向:

行业大咖 (人或公司)

商人感兴趣的话题

本公司主页重要内容

三、主动开发客户法宝

目标客户:

定位本行业客户

供应链上下游及平行行业

客户的客户 (终端用户)

获客思维:

主动搜索: 精准筛选目标客户。

顺藤摸瓜: 通过关联线索拓展客户。

吸引线索: 引导客户主动联系。

四、提升加人通过率技巧

关键方法

完善 Profile: 确保个人资料专业完整。

曲线救国法: 通过共同群组/互动建立联系。

个性化邀请: 分析对方背景, 撰写定制化邀请语。

精准筛选

优先添加近期活跃用户 (发帖、互动、招聘等)。