

Warum solltest du auf LinkedIn aktiv werden?

-Über 18 Mio. Menschen nutzen LinkedIn in der DACH-Region und 875 Mio. sind es 2022 weltweit.
(Stand Oktober 2022)

-Meine persönliche Einschätzung ist, dass viele von Twitter auf LinkedIn wechseln werden, aber auch ohne wächst LinkedIn ständig.

LinkedIn versus TikTok:

*Dort sind jüngere Menschen mit weniger Geld unterwegs.
Werbekampagnen dort sind momentan günstig, aber ist
die Zielgruppe für dich interessant?*

LinkedIn versus Facebook und Instagram:

*Dort sind einfach Alle und Alles. Ohne Werbegeld und
Werbekampagne erreicht man dort kaum jemanden.*

Das Gegenteil ist die kostenlose Organische Reichweite auf LinkedIn und damit kannst du die Richtigen erreichen.

(Organische Reichweite= Menschen, die deine Beiträge sehen, ohne dass du dafür Geld ausgegeben bzw. Werbung geschaltet hast.)

-Der Witz ist, dass es teilweise dieselben Menschen auf Facebook, Instagram, TikTok und LinkedIn unterwegs sind. Wenn diese selben Personen LinkedIn schauen, sind sie mit anderen Einstellungen dort. Business Mindset, kann man es nennen.

-Da LinkedIn ein Business Netzwerk ist, ist es dort leicht bekannt zu werden. Die meisten Menschen sind da nur zum Kucken, nicht zum Gestalten. Du muss nur ein kleines minibisschen anders sein, um dort positive aufzufallen und Aufmerksamkeit auf deine Produkte oder Dienstleistung zu bekommen.

-Wenn man deinen Namen auf der Suche auf Google eingibt, ist dein LinkedIn-Profil eine von den ersten sechs Suchergebnissen. Oft sogar die zweite, gleich nach deiner Website, falls du eine professionelle Website hast.

-Du kannst gleich auf LinkedIn loslegen. Du musst keinen Journalisten überzeugen über dich zu schreiben. Du musst auch keine Erlaubnis von jemanden bekommen, ob du mit deinem Thema in die Öffentlichkeit gehen darfst.

-LinkedIn ist kostenlos. Du brauchst kein Premium Funktion dazu buchen. Du kannst alles auch mit der kostenlosen Version erreichen. *Ich habe bis heute nicht LinkedIn-Premium gebucht und gewinne trotzdem alle meine Kunden über LinkedIn.*

-Auf LinkedIn musst du nicht versuchen, dass Menschen dich folgen, sondern du kannst selbst proaktiv dich mit Personen vernetzen und somit jede Woche weiteres Publikum erreichen.

Profil einrichten

Wird zuerst bekannt und danach erinnert. Du musst nicht der Beste, sondern der Bekannteste sein.

-Betrachte dein Profil als eine Landingpage, also wie eine Webseite, Webshop oder Ladenfenster. Es muss kein Lebenslauf sein!

-Spitze Positionierung in Profilslogan und in der Infobox. Nimm nur eine Rolle auf LinkedIn ein. Mache Werbung für ein spezielles Gebiet. (Später in der Stelle im Profil, wo du deine Arbeitserfahrung reinschreibst, kannst du alle deine Erfahrungen und anderen Spezialgebiete einzeln vorführen.)

-Dein Thema bzw. deine Positionierung muss sofort in den ersten Worten klar sein. Die ersten Worten sind zu sehen, immer wenn du bei anderen kommentierst. Daher ist wichtig, dass die andere Nutzer, sofort verstehen, wer in welcher Rolle hier kommentiert. (Sprüche wie „Jeden Tag Aufstieg, Carpe diem, Dream big, Für bessere Welt, Universum calling“, bringen dir gar nichts.) Das versteht kein Mensch, weil es zu allgemein ist.

-Du kannst dein Profilslogan jede Zeit verändern. Daher kannst du es immer verbessern und verfeinern. Es ist ratsam in deinem Profilslogan ein paar persönliche Hashtags zu führen. Ein Hobby von dir oder besondere Interesse. Mein Profilslogan lautet in Dezember 2022:

Öö und Ää Ab-Trainerin 📢 Podcasterin 🎧 Fülltonfreies Sprechen ist möglich! 🗣️ → Für Menschen, die ihre Meinung klar vertreten wollen. 🗣️ Verabschiede Sprachmüll aus deiner Sprache. 🚀 #vegan #podcast #ööfrei #podcasten

Wichtige Punkte im Profil:

-Bannerfoto (auch Titelbild genannt)

(Größe 1584 x 396 px. Max 4MB)

Aus Erfahrung kann ich sagen, dass das Bannerfoto mehrmals angepasst werden muss, bis es am Handy, Tablet und PC gut aussieht. Meine Empfehlung: Wenn du Text reinschreiben willst, setze den Text an oberen Rand oder/und ganz rechts in dem Banner.

-Profilbild (das runde Foto)

(Größe 400 x 400 px. Max. 8 MB)

Du lädst ein quadratisches Foto hoch, aber es wird rund angezeigt.

- URL ändern

Achtung: Am PC machen. (Geht nicht am Handy zu bearbeiten). URL ändern bedeutet: Lösche die Nummern hinter deinem Namen.

(Klicke im Profil oben rechts auf „Öffentliches Profil bearbeiten“. Dann wieder oben rechts „Persönliche URL bearbeiten“. Lösche die Nummern. Wenn jemand den gleichen Namen hat als du, muss du irgendeine Ergänzung dazu fügen. Z.B. anja-schmidt-rednerin)

-Du kannst ein Profil in verschiedene Sprachen haben. Die Profile müssen inhaltlich 1 zu 1 nicht gleich sein, sondern du kannst dich in anderen Märkten anders positionieren.

-Wenn du dich im Profil für Creator-Modus entscheidest, kannst du unter deinem Profil-Slogan deine Themen mit Hashtags zeigen und Link zu deiner Website prominent platzieren.

Infobox im Profil gestalten:

-Die Besucher auf Socialmedia sind gestresst und „einfach“. Überfordere nicht deine Leser.

Was kannst du in Infobox reinschreiben:

-NICHT wie großartig du bist und was für tolle Ausbildungen du gemacht hast, sondern:

-Was genau bietest du an?

-Welches Problem kannst du lösen?

-Für wen bietest du deinen Service an?

-Was verlieren die Menschen, wenn sie nicht mit dir arbeiten?

-Wie schnell können deine Kunden Ergebnisse erwarten?

-Klare CTA (=Call To Action) am Schluss. Z.B. Schreibe mir eine Direktnachricht, buche ein Termin mit meinem Buchungstool, ruf mich an, abonniere mein Newsletter oder schreibe mir bitte ein E-Mail.

-Lockere dein Text mit Emojies/Smileys auf. 🌿 ✅ 🔵 🟪 🌻

-Menschen von heute wollen sofort wissen, was sie bei dir bekommen, daher ist es gut, wenn dein Text leicht und schnell zu lesen ist.

-Erwähne am Ende deiner Webseite, E-Mailadresse, Telefonnummer oder alle drei.

- Nutze SEO-freundliche Sprache

Im Fokus – die Stelle für Höhepunkte

-Da kannst du z.B. deine besten Beiträge, Artikel oder deine Lives gesondert ins Rampenlicht stellen. Zudem ist da die Möglichkeit externe Weblinks und Bilder zu veröffentlichen.

-Gestalte diesen Bereich besonders sorgfältig UND auffällig. Die Besucher sollen da reinklicken.

Erfahrung – Achtung! Hier steht nicht Lebenslauf!

-Du kannst hier die Erfahrungen vorführen, die du wichtig findest und die du erzählen willst. Natürlich kannst du klassisch alle deine Arbeitserfahrungen hier auflisten, aber du kannst auch kreativ werden und z.B. nur über bestimmte Projekte erzählen.

-Hier ist auf jedenfall die Stelle, wo du über dich und über deine Erfolge detaillierter erzählen kannst. Dieser Bereich hier eignet sich auch gut, um über deine lehrreichen Erfahrungen zu berichten.

-Du kannst auch Fotos zu deinen Erfahrungen einfügen. Das lockert das Ganze und erhöht die Chancen, dass die Besucher dein Profil länger anschauen.

-Wenn du Kenntnisse weiter unten in Profil einfügst, kannst du gesondert aussuchen, bei welcher Arbeitserfahrung du die Erkenntnisse gelernt oder gewonnen hast.

Ausbildung

-Da schreibst du dein Abschluss bzw. Abschlüsse rein. Hier kannst du auch dein Austauschjahr bzw. -semester, kleine Kurse und Weiterbildungen auflisten.

Bezeichnungen und Zertifikate

-Hier wäre doch auch witzig ein Zertifikat von deinem Hobby zu zeigen.

Publikationen, Patente, Projekte, Auszeichnungen, Prüfungen oder Organisationen kannst du im Profil separat präsentieren. Habe ich nicht bei vielen Leuten gesehen, aber wenn du sowas hast, sehr gerne reinschreiben.

Ehrenamt

-Überlege wo du überall geholfen hast?

Kenntnisse

-50 verschiedene Kenntnisse kannst du hier auflisten und die kannst du auch selbst ernennen. Wenn du dich schwer tust 50 zu finden, gebe einfach ein A ein und schaue was für Kenntnisse LinkedIn vorschlägt. Wenn was Passendes dabei ist, klicken. Danach B in Suchfeld Kenntnisse eingeben. Wenn du das ganze Alphabet durchhast, hast du definitiv 50 Kenntnisse zusammen.

Empfehlung

-Schreibe Empfehlungen für anderen und danach bitte um Empfehlungen für dich. Wenn du keine schreibst, kannst du keine bekommen. Schreibe mindestens eine.

-Gut zu wissen: Du kannst Empfehlungen akzeptieren, um Bearbeitung bitten oder ausblenden.

-Wenn du nach Empfehlungen fragst, lohnt sich Fragen zu stellen, damit diejenige es leichter hat etwas zu schreiben.

Ich frage meine Kunden immer, wenn ich um eine Empfehlung bitte:

1. Wie war deine Situation vor dem Öö und Ää Ab-Training?
2. Was hat sich durch das Training für dich verändert?
3. Was hat dir an unserer Zusammenarbeit besonders gefallen?
4. Welche Auswirkungen hat das ööfreie Reden auf deiner beruflichen Perspektive?
5. Würdest du anderen das Ab-Training empfehlen? Wenn ja, wie würdest du das begründen?

-Wenn du nach eine Empfehlung von frühere Arbeitskollegen oder Vorgesetzten fragst, kannst du gern schreiben: Vielleicht hast du meine Aufgaben nicht mehr so genau in der Erinnerung. Daher hier eine kleine Liste über meine damalige Aufgaben und Projekte. Ich würde mich freuen, wenn du die in deine Empfehlung integrierst, damit der Text relevant wird.

-Noch mal als Erinnerung: Du kannst Empfehlungen akzeptieren, um Bearbeitung bitten oder ausblenden. Ich habe in meinem Profil langweilige und nichtssagende Empfehlungen ausgeblendet, weil die zu lesen nur Zeitverschwendung wäre.

Netzwerk bauen und die richtigen Kontakte finden

-Quantität vor Qualität geht auf LinkedIn vor. Achte, dass du echte Profile mit echten Personen als Kontakte hast.

-Viele meinen, dass sie lieber nur die „Richtigen“ in ihr Netzwerk haben wollen. Ich sehe es anders. Du weißt nie, wer wem kennt und daher unterschätze kein Kontakt. Ich werde so oft empfohlen von Menschen, die ich gar nicht kenne. Sie kennen mich über meine LinkedIn Inhalte, aber sie haben mir nie Nachricht geschrieben, nie geliket oder nie bei meinen Beiträgen kommentiert. Sie schicken mir einfach zahlende Kunden. #contentmarketingrules

-LinkedIn-Bingo ist nicht zu Empfehlen. Anstatt Bingo, echte Menschen finden. Vernetze dich mit aktiven Kommentatoren. Das sind Menschen, die täglich auf LinkedIn unterwegs sind und meistens viele Leute kennen.

(LinkedIn Bingo = Sich mit Menschen zu vernetzen, die LinkedIn vorschlägt. Das sind oft Leute, die gar nicht auf LinkedIn aktiv sind. LinkedIn versucht diese Menschen zu aktivieren, indem sie eine Meldung über eine neue Vernetzungsanfrage bekommen.)

-Schau nach Personen auf anderen Plattformen und offline Netzwerkevents-> Suche die Menschen auf LinkedIn. Schreibe eine passende Nachricht bei Vernetzungsanfrage dazu.

-Kontaktiere frühere Kunden und Geschäftskollegen.

-Buchautoren und Speaker freuen sich immer über neue Kontakte. Vor allem, wenn du ihr Buch oder ihre Rede lobst. 😊

-Fachzeitschriften sind voll mit Interessanten Menschen. Diese Personen sind auch froh, wenn du schreibst, dass du sie irgendwo gesehen und über sie gelesen hast.

-Kontaktiere Personen von Live-Sendungen, Zoom-Events, Webinare o.ä.-> Schreibe die Namen von allen Teilnehmern auf oder mache Screenshots. Suche sie auf LinkedIn auf. Sollte es mehrere Menschen mit denselben Namen geben, schreibe die alle einfach an. Schreibe an alle Teilnehmer dieselbe Nachricht:

„Hallo XY,

wir waren beide bei dem Event AB. Wie fandest du das Event? Ich habe viel gelernt und fand die Referentin sehr erfrischend.

Über eine Vernetzung würde ich mich sehr freuen.

Grüße, YX“

-Falls du Mitglied in guten Gruppen auf Facebook bist, schreibe die Menschen vor der Gruppe an. Hier meine Vorlage:

„Hallo XY,

kann es sein, dass wir beide auf Facebook in der Gruppe "YX" von Musterfrau Müller sind?

Über eine Vernetzung hier auf LinkedIn würde ich mich freuen.

Grüße, YAX

-Werde Mitglied in verschiedenen LinkedIn Gruppen. Die gibt es für alle Themen. Kontaktiere alle Mitglieder und bitte um Vernetzung. Du hast gleich einen gemeinsamen Nenner, weil ihr in der gleichen Gruppe seid.

Gruppen sind zwar nicht aktiv auf LinkedIn, aber trotzdem findest du dort gute Kontakte, die du dann im Hauptfeed „pflegst“. LinkedIn zeigt nicht, wenn jemand was in einer Gruppe postet, daher schaut da keine rein und somit sind LinkedIn Gruppen völlige Energieverschwendung.

P.s. Gründe nie im Leben eine LinkedIn Gruppe, sondern kanalisier deine Energie an was Sinnvolleres.

-Nutze die Suchfunktion mit Filterfunktion. Nutze spezifische Wörter von deiner Branche. Chemiker suchen z.B.

Ecotoxicology Beschaffung Oberflächentechnik

Mit diese Art findest du zwar die richtigen Personen, aber du hast keine Garantie, ob sie aktiv auf LinkedIn sind.

Meiste Nutzer sind sehr passiv: Sie lesen nur, aber kommentieren oder veröffentlichen Beiträge nie.

Meine Erfahrung ist, dass bei dieser Art von Vernetzung, ist am besten etwas Persönliches dazu zu schreiben um deine Chancen von eine Vernetzung zu erhöhen.

Versuche nicht gleich was zu verkaufen!

-Da ich selbst keine spezifische Kundensegment habe, vernetze ich mich meistens kommentarlos (also ohne Nachricht dazu) mit Menschen die interessant aussehen oder was Gutes kommentiert haben. Da würde ich mal sagen, dass 50 % akzeptieren meine Kontaktanfrage. Ich habe sehr viele Kunden mit dieser Methode gefunden,

weil sie Zeitlang mich in ihrem Feed sehen und mich kennenlernen. Später buchen sie mich.

-Wie findest du viele Menschen, mit wem du dich kommentarlos vernetzen kannst? Schau im Feed nach Beiträgen mit vielen Kommentaren. Da hast du die Leute, die sicher aktiv auf LinkedIn sind.

-Du kannst 150 Personen eine Vernetzungsanfrage pro Woche schicken. Vernetzungsanfragen kannst du grenzenlos akzeptieren.

-Vernetze dich jede Woche so oft, bis LinkedIn sagt, dass du zu viele Vernetzungsanfragen geschickt hast. Ab Montag darfst du wieder neue Leute kontaktieren. Yes!

-Lösche alle Vernetzungsanfragen die älter als einen Monat sind. Kannst du bei „Ihr Netzwerk“ -> Einladungen-> Verwalten, machen. Nach meiner Erfahrung akzeptieren alle Menschen, die ich mit meine *Mustervorlagen* kontaktiert habe, immer meine Vernetzungsanfrage. Kaum jemand macht das, daher kommt es so gut an.

- Akzeptiere so gut wie alle Vernetzungsanfragen. Meistens wollen diese Menschen nur ihr Netzwerk vergrößern und dir nichts verkaufen. Wenn sie dann doch anfangen gleich etwas aggressiv zu verkaufen, kannst du sie jede Zeit blockieren, entfernen, entfolgen oder ignorieren. Chat von ihnen archivieren oder löschen.

Ich akzeptiere 95 % von meinen Kontaktanfragen. Die einzigen, die ich nicht akzeptiere sind eindeutige Fake Accounts.



Inhalte produzieren & Kommentieren

-Kommentieren ist genauso wichtig als selbst zu veröffentlichen(=posten): Wenn du keine Zeit hast zum Kommentieren, dann brauchst du dich nicht zu wundern, warum keiner bei dir kommentiert.

-Ich muss sagen, es gibt keine richtige oder falsche Zeit zu posten. Hauptsache ist, dass du überhaupt postest! Freitag ist der einzige Tag, wann es sich nicht lohnt zu posten. Da versuchen die Leute noch ihre letzten Aufgaben für die Woche fertig zu bekommen und haben keine Zeit auf LinkedIn zu schlendern. Dafür ist Samstag vor 8 Uhr oft sehr gute Zeit zu posten. Da liegen die Leute noch im Bett und schauen ihr Handy.

Aufbau von einem Beitrag:

-Der erste Satz muss richtig gut sein: Frage / etwas was neugierig macht / etwas Negatives / etwas Kontroverses (Schau nach Inspiration bei Bild-Zeitung o.ä.)

-Text - Lockere dein Text mit Emojies.     

-Stelle am Schluss eine Frage oder mache eine Aufforderung zum Kommentieren.

-Hashtags (# = Hashy) erst am Schluss schreiben. Nicht in den Text rein, sondern einfach unten auflisten.

-Du brauchst mindestens 5 Hashys: # 2 x generell, # 2 x branchenspezifisch, # 1 x eigene Hashy. Die ersten drei Hashys sind die wichtigsten wegen Suchfunktion.

-Nutze bei deinen wichtigsten Wörtern SEO Sprache, damit deine Beiträge in der Such-Filter-Funktion auftauchen.

-Tagge, also markiere @ höchstens 3 Personen pro Beitrag. Allgemein ist es riskant Menschen zu taggen, weil wenn sie nicht sofort kommentieren, geht die Reichweite runter. Firmenkonten zu taggen ist noch riskanter, weil da meistens gar keine Reaktion zurückkommt.

-Link zu deiner Webseite oder sonst wohin lieber in den Kommentaren reinsetzen. LinkedIn will, dass die Leute auf LinkedIn bleiben und nicht zu deinem Blog wechseln. Wenn du clever bist und dein Link kurz und klar ist, schreibe es mit leeren Stellen rein. Ich mache z.B. so:

irmeli . info oder irmeli . info / gruppentraining

-Achte immer drauf, dass dein Beitrag Handyoptimiert ist. Die meisten Nutzer schauen LinkedIn am Handy.

Was könnte ich veröffentlichen?

-Text und Foto als Beitrag geht immer gut!

-Bilde dein Publikum weiter über dein Thema und stelle dich als Expertin und als ein Personal Brand dar.

-Berichte über Kundenerfolge oder Kundenlösungen.

-Berichte von deinem Arbeitsalltag hinter den Kulissen.

-Veröffentliche Selfies von dir. Guter Text dazu.

-Alte Blogbeiträge neu als Artikel oder verkürzt als Beitrag.

-Schreibe eine kurze Zusammenfassung über ein Buch, Fachartikel, Vortrag oder Podcast. AI kann hier gut helfen.

-Gestalte eine Karussell-PDF. Mehrere Seiten mit sehr wenig Text im groß, um etwas zu erzählen. Höchstens zehn

Wörter pro Slide, damit die Leute am Handy alles leicht lesen können. #mobilefirst

-„Wie man etwas macht“ Videos #howto

-Am besten laufen kurze Videos für 60 bis 90 Sekunden. Videos mit Untertiteln sind am besten.

- Wenn du Beiträge von andere LinkedIn Nutzer teilen willst, dann teile mit Screenshot und schreibe was dazu. Klicke nicht einfach auf Teilen, da LinkedIn zeigt es kaum jemanden. LinkedIn will, dass wir eigene Inhalte herstellen.

-Alle Ideen sofort aufschreiben, dass du immer Ideen hast für neue Beiträge und somit bleibst du produktiv. Ich sammele Ideen und schreibe dann auf ein Schlag zehn bis zwanzig Texte. Somit muss ich nie überlegen, was könnte ich heute posten.

-Aufbauschen/Salamitechnik. Wie du den Anschein machts, sehr gefragt zu sein: Berichte, wenn du Aufträge bekommst, kurz vorher und wenn du vor Ort bist. Naher auch berichten. Danach die Empfehlungen deiner Kunden als Beitrag veröffentlichen.

-Du muss nicht jeden Tag das Rad neu erfinden. Du kannst dieselben Texte, dieselben Fotos und sogar dieselbe PDF-Karussells immer wieder posten. (Jede vier bis sechs Monaten) Wenn du dein Netzwerk jede Woche vergrößerst, sehen deine Beiträge immer neue Menschen und die Bestehenden haben die Inhalte schon vergessen. Du solltest bekannt für ein Thema sein. Daher ist es eher hinderlich immer was Neues zu erzählen.

Wie mache ich mich bekannt auf LinkedIn?

-Frag, ob du Live-Gast sein darfst? Oder wähle Creator-Modus im Profil und beginne mit eigene Lives. Lade alle ein, somit bekommst du einen Namen als ein Live-Host.

-Kommentiere bei den großen LinkedIn-Persönlichkeiten. Mindestens acht Kommentare am Tag. Wenn dein Name immer wieder auftaucht, prägen die Menschen sich deinen Namen ein und schauen bei deinem Profil vorbei.

-Werde ein Superfan. Wenn du jemanden intensiv folgst, bekommst du sehr viel mit. Vernetze dich mit ihrem Netzwerk und ihre anderen treuen Fans und Kunden. Somit baust du gleich wertvolle Kontakte auf.

-Kommentiere clever, nicht sowas wie: „Finde ich auch. Das ist aber toll. Genau. Weiter so.“ Schreibe passende Infos oder Erfahrungen dazu. Versuche kreativ zu sein.

-Wenn du das Gespräch in den Kommentaren weiterführen willst, kommentiere mit Fragen.

-Excel-Trick: Notiere in einer Tabelle direkte URLs zu Beiträgen von Personen, denen du unbedingt folgen willst. Somit kannst du immer wieder leicht sehen, was sie veröffentlicht haben und mitkommentieren. Falls ich in deiner Tabelle lande, hier wäre mein Link:

<https://www.linkedin.com/in/irmeli-eija/recent-activity/shares/>

Was bewirkt diese Excel-Trick? Diese Person bekommt nicht eine Meldung, dass du ihr Profil besucht hast, sondern du landest direkt zu ihre Aktivitäten. Vielleicht willst du schauen, was dein Wettbewerb postet...

-Es ist einfach so: Wenn Menschen sehen, dass du viele Kontakte hast, denken sie, dass du sehr wichtig bist. Leute zu entfolgen ist möglich, damit du den Kontakt behalten kannst, aber nicht die öden Veröffentlichungen von ihnen sehen musst.

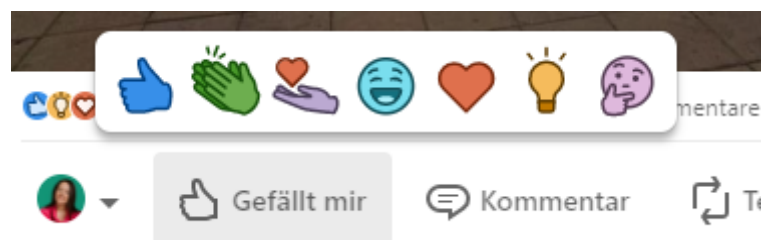
-Nicht vergessen, dass die Ansichten (Views) viel wichtiger als Kommentare und Likes sind. Warum? Nach meiner Erfahrung die Menschen, die nichts kommentieren oder liken, die buchen.

-Viele potenzielle Kunden beobachten dich Monate lang, bevor sie buchen. Das Paradox ist, dass du brauchst aber die Leute, die bei dir kommentieren, weil sonst bekommt dein Beitrag keine Reichweite.

Wie du siehst, hat jeder ein Platz in diesem Ökosystem.

- Creatoren sind die, die Inhalte produzieren.
- Kommentatoren, die deine Inhalte pushen und sich selbst auch dabei bekannt machen.
- Die stillen Leser = die Ansichten unten dein Beitrag = deine Kunden.

-Wenn du likest, nutze lieber die anderen Optionen als nur Daumen hoch. So differenzierst du dich von anderen Likes.



-Es wird gesagt, dass für die Reichweite ist es besser, zuerst zu kommentieren und dann zu liken. (Man kann es auch übertreiben mit den Regeln! Hauptsache du machst was!)

-Du hast viele Kontakte, aber einige posten Sachen, die dich null interessieren.

- Erstens, solche Leute entfolgen, aber nicht Entfernen.
- Zweitens, immer wenn du was Interessantes siehst: Liken und kommentieren. So kannst du die Algorithmen erziehen, dass du etwas angezeigt bekommst, was dich auch tatsächlich interessiert.
- Drittens, keine öde Kommentare hinterlassen. Wenn du andere Meinung bist, einfach weiter scrollen. Wer will Geschäfte mit unhöfliche Menschen machen?

-Vernetze Menschen mit anderen Menschen. Hier eine praktische Vorgehensweise für dich:

Kennst du zwei Menschen, die miteinander kooperieren könnten oder zumindest sich gegenseitig kennen sollten?

- *Du kontaktierst beide und bittest um Erlaubnis, die zwei miteinander verbinden zu dürfen.*
- *Du öffnest auf LinkedIn deine Nachrichten und beginnst einen Chat mit dir und diesen zwei Personen.*
- *Am Anfang erklärst du, woher du die beiden kennst, und danach beschreibst du, warum du denkst, dass die zwei sich kennen sollten.*
- *Beide Parteien wissen das schon, aber da du das beiden zusammen und gleichzeitig schreibst, entsteht sofort eine klarere Verbindung und eine Erlaubnis, sich mit jemand Wildfremdes auszutauschen, weil die beiden eine Verbindung durch dich haben.*

Diese Vorgehensweise ist viel effektiver, als wenn du beide nur bittest, sich gegenseitig zu kontaktieren. Menschen haben da Hemmungen und wenn sie es nicht sofort machen, vergessen sie es. Und wenn es ihnen später einfällt, denken sie vielleicht, dass es schon zu spät sei.

Firmenseite

-Dein Profil ist viel wichtiger als deine Firmenseite! Die meisten haben die Firmenseite erstellt, damit sie ihr schönes Logo im Profil haben, anstatt die graue Box.

-Erst wenn du dein Profil richtig im Griff hast und du dir Hilfe leisten kannst, dann investiere Geld und Zeit in die Firmenseite. Du kannst genug Werbung für deine Firma über dein persönliches Profil machen.

-Menschen folgen elf Mal öfters einer Person, als einer Firmenseite. Daher: Überlege es genau, ob du überhaupt eine Firmenseite pflegen solltest. Logo, Bannerfoto und Infotext reicht völlig aus. Link zu deiner Webseite. Ein paar Beiträge über deine Services. Fertig.

Gruppen

-Bei den Gruppen hast du direkt dein Publikum. 95 % von den Gruppen auf LinkedIn sind inaktiv. Lass dich nicht davon beirren. Dir geht es drum, dass diese Menschen in der Gruppe gleiche Interessen wie du haben.

-Wenn du dich nicht traust in den öffentlichen Feed auf Videos zu zeigen, sind diese Gruppen ein guter Übungsplatz, weil dein Video nur von ein paar Menschen gesehen wird. (Oder von niemand!)

-Gruppen findest du leicht über die Suchfunktion mit Filter.

-Du hast keine gute Gruppe gefunden? Gründe **keine** eigene Gruppe, sondern suche weiter oder werde Mitglied in einer Gruppe, die nur indirekt mit deinem Thema zu tun hat.

Events

-Machst du einen Event? Du kannst auf LinkedIn eine Event-Meldung erstellen. Start-Seite -> Linker Rand. Scrolle da ein bisschen, bis du findest: Events. Klicke auf Plus +. Danach kannst du dein eigenes Event erstellen. Falls dein Event online stattfindet, kannst du direkt den Link einfügen oder den Link zur Anmeldung.

-Du kannst Menschen zu deinem Event einladen. Viele akzeptieren deine Eventeinladung auf LinkedIn, aber tragen sich nicht bei der externe Anmeldeseite ein. Daher lohnt sich bei diesen Menschen nachzuhaken, ob sie wirklich dabei sein wollen.

-Wenn du für die Anmeldung einen externen Anbieter nutzt, kannst du E-Mail-Adressen sammeln. Oder du kannst in deiner Event-Meldung den direkten Webinar-Link teilen, damit Menschen direkt teilnehmen können.

-Events sind passive Werbung für dich, auch lang nach deinem Event. Ist dir je in Profil von jemand aufgefallen, dass gleich oben nach Profilslogan und vor „Im Fokus“ steht in Highlights: „Eventname BA, XY hat an diesem Event teilgenommen.“ Und das steht da ewig, auch wenn dein Event schon längst vorbei ist! Kostenlose Werbung! Auch wenn diese Person tatsächlich nicht dabei war, aber auf Teilnehmen geklickt hat.

-Seid ihr mehrere Organisatoren des Events? Eine von euch legt das Event an und lädt die anderen als Referent ein. Jetzt könntet ihr alle Leute zu dem Event einladen oder das Event im Feed, als Direktnachricht oder per Link teilen.

Was hält dich ab, auf LinkedIn loszulegen?

Ich habe zwei Theorien:

1. Du hast Angst vor Hatern.

-Du meinst, dass so bald du ein Grammatikfehler oder Buchstabendreher in deinem Beitrag hast, bekommst du Kommentare von Nörglern.

-Oder du meinst, dass komische Trolls werden bei dir aus reinen Spaß kommentieren und blöde Bemerkungen hinterlassen.

-Wenn du kontroverse Beiträge postest, kannst du kontroverse Kommentare erwarten. Daher stimme für dich ab, wie weit du ungewöhnliche Meinungen veröffentlichst.

-Ich habe noch nie richtige Hater-Kommentare bekommen. Nur milde Bemerkungen über meine Grammatikfehler oder jemand meinte, dass ich zu nah am Kamera bin. Solche Leute kommentiere ich immer zuckersüß mit Herz-Emojis und ich höre nie wieder was den. Fang keine Diskussionen an.

-Du kannst Hater-Kommentare löschen und die Nutzer blockieren. Dein Beitrag ist dein Zuhause, deine Regeln.

-Gerne hätte ich Kommentare von Nörglern und Hatern, weil sie meine Reichweite vergrößern würden, genauso wie die positive Kommentare.

2. FOPO - Fear of Public Opinion

Was Menschen, die unter FOPO leiden, denken:

- Reden die Leute über mich?
- Werden Leute über mich lachen?
- Was ist, wenn meine Nachbarin mein Video in Internet sieht? Oder mein Ex-Chef?

Wie sind Menschen, die unter FOPO leiden:

- Ihnen fehlt es an Selbstsicherheit und an Mut.
- Sie nörgeln gern über anderen, die was Neues versuchen. Ist immer leichter alles zu kritisieren als selbst zu versuchen.
- Sie haben tausend Ideen, warum es nie funktioniert, daher besser nicht mal versuchen. Sie sind kreativ beim Ausreden ausdenken.
- Sie haben nicht verstanden, dass sich bei Social Media zu zeigen, bedeutet nicht, dass man alles zeigen und erzählen muss.

Nicht jede muss Vlogger werden, die alles offenlegt. Ich erzähle bestimmte private Sachen: Ich komme von einer Arbeiterfamilie, ich bin Veganerin, ich gehe gern wandern, trinke Tee, Kaffee, Wein, Gin, Bier, habe Kinder, bin aus Finnland usw. Was ich nicht erzähle, erzähle ich hier jetzt auch nicht. Es gibt so viele private Sachen, die ich nirgendwo veröffentliche.

Du setzt die Grenzen, was du erzählst und was nicht.

Off haben FOPO-Menschen „Heimat-Syndrom“.

-Das sind Menschen, die nie weggezogen sind oder wieder zurück in die Heimat gekommen sind. Wo jede sie schon als Kind gekannt hat und ihre Verwandtschaft auch kennt. Diese Menschen haben oft die Mentalität. „Bleib schön auf dem Teppich und versuche nicht was anderes/besseres zu sein.“ Sie sind fest überzeugt, dass „das macht man bei uns halt nicht“.

Wenn du dein Angst vor Hatern oder FOPO verlassen willst.

-Überlege dir als erstes, was wäre das Schlimmste, was passieren könnte?

-Sind diese Menschen um dich herum, von wem du denkst, dass sie dich auf Internet lächerlich finden würden, selbst auf Social Media zu finden? Vermutlich nicht, weil jede der es je auf Internet versucht hat, weiß, dass es viel Arbeit ist um auf Social Media erfolgreich zu werden.

-Hast du selbst Vorbilder, die „vom Dorf“ sind? Glaubst du, dass sie sind über Nacht bekannt geworden? Oder haben sie Stück für Stück ihre Karriere aufgebaut, egal was die Tante von der Nachbarin davon hielte?

-Folgst du gern Menschen, die klare Meinung vertreten? Oder liebst du lieber Beiträge die nichtssagend und wie Stück Seife sind, wo du überhaupt nicht weiß, welche Meinung sie vertreten?

-Wenn du meinst, dass Social Media nur Selbstdarstellung oder Selbstbeweihräucherung ist, dann streiche von deine Beiträgen das Wort „ich“ und überlege immer, wie du deine Kunden helfen kannst. *Und sie werden kaufen.*

Viel Erfolg und bei Fragen gerne melden! 😊

-Wenn du das Gefühl hast, dass du mit diese Infopaket nicht allein vorankommst oder weitere Fragen hast, melde dich bei mir: irmeli@irmeli.info oder per LinkedIn Direktnachricht.

-Suchst du eine Rednerin über LinkedIn Marketing für dein Event? Du kannst du gern mich kontaktieren.

-Ich biete auch ganztägige Workshops oder mehrere zweistündige Sessions für Firmen, die ihre LinkedIn-Influencer-Programm starten oder ausbauen wollen.

LinkedIn hat mein Business komplett zum Besseren verändert und auf LinkedIn akquiriere alle meine Kunden.

Vielleicht fragst du dich, warum ich nicht auf LinkedIn als LinkedIn Coach positioniert bin. Weil ich das tue, was ich auch meine LinkedIn Coachingkunden predige: „Spitze Positionierung in Profilslogan und in der Infobox. Nimm nur eine Rolle auf LinkedIn ein. Mache Werbung für ein spezielles Gebiet.“

Auf LinkedIn bin ich nur als Öö und Ää Ab-Trainerin bekannt, daher mache ich Werbung für LinkedIn Coachings nur durch Direktnachrichten und Newsletter.

Grüße, Irmeli