

**INKLUSIVE:
7 TIPPS FÜR
MEHR
REICHWEITE**

LEITFADEN FÜR LINKEDIN

Die Schritt-für-Schritt-Anleitung



HALLO, ICH BIN **FRANZISKA HAIN**

ONLINE MARKETING UND

WEBSITE EXPERTIN

In diesem Leitfaden erhalten Sie einen Überblick, was LinkedIn ist und warum Sie es unbedingt für Ihr Business nutzen sollten.

Sie bekommen eine Schritt-für-Schritt Anleitung zu einem professionellen Profil und einem Netzwerk mit 500+ Kontakten.

Zusätzlich liefere ich Ihnen Content-Ideen für Ihre ersten Beiträge und erkläre, worauf Sie bei der Erstellung achten sollten.

Jetzt vernetzen



www.linkedin.com/in/franziska-hain/

Inhaltsverzeichnis

Was ist LinkedIn?.....	Seite 2
Wofür können Sie LinkedIn nutzen?.....	Seite 2
Die Vorteile von LinkedIn.....	Seite 3
So legen Sie Ihren Account an.....	Seite 4
So richten Sie Ihr Profil ein.....	Seite 8
So bauen Sie Ihr Netzwerk auf.....	Seite 10
Die Unternehmensseite.....	Seite 12
So erstellen Sie Inhalte.....	Seite 15
Content-Planung.....	Seite 18
Tipps für Content ohne Ende.....	Seite 19
Plus: Die 7 besten Tipps für mehr Reichweite....	Seite 20

WAS IST LINKEDIN?

LinkedIn ist ein **2002 gegründetes** reines Businessnetzwerk mit mittlerweile **900 Millionen Mitgliedern** (19 Millionen im DACH-Raum) und 58 Millionen registrierten Unternehmen weltweit.



Zum Vergleich: das im DACH-Raum angesiedelte Pendant **Xing** hat ebenfalls 19 Millionen Nutzer:innen.

Ein **LinkedIn-Profil ist grundsätzlich kostenlos** und Sie können damit fast alle Funktionen nutzen. Für spezielle Anforderungen wie Vertrieb oder Personalmanagement stehen verschiedene Premium-Accounts zwischen 39€ und 100€ monatlich zur Verfügung.

Wie Sie es von anderen Plattformen kennen, legen Sie ein persönliches Profil an und befüllen es mit den Informationen, die Sie preisgeben möchte.

Der Fokus liegt dabei auf Qualifikationen, dem beruflichen Werdegang und Knowhow.

WOFÜR KÖNNEN SIE LINKEDIN NUTZEN?

FACHKRÄFTE / JOB FINDEN

LinkedIn ist die **ideale Recruiting-Plattform** – für Jobsuchende und Arbeitgeber:innen. **50 Millionen Menschen suchen jede Woche auf LinkedIn nach Angeboten** und 87% der Personalverantwortlichen sind regelmäßig auf LinkedIn unterwegs. Mit einem professionell gestalteten Profil können also sowohl Arbeitssuchende als auch Unternehmen punkten.



AUFTRÄGE GENERIEREN

LinkedIn eignet sich außerdem besonders gut für die Lead-Generierung (also die Kontaktaufnahme mit potentiellen Kund:innen). **So kommen 80% aller B2B-Kontakte weltweit über LinkedIn zustande.** 43% der Marketingverantwortlichen geben an, schon mindestens eine:n Kundin/Kunden über LinkedIn gewonnen zu haben.

INFORMATION UND INSPIRATION

Nicht zuletzt ist LinkedIn natürlich der ideale Ort, um sich **mit anderen Expert:innen zu vernetzen, auszutauschen, Entwicklungen zu verfolgen und Trends aufzuspüren.** Im Gegensatz zu anderen sozialen Netzwerken bietet LinkedIn eine sehr professionelle Umgebung. Der Umgang ist konstruktiv und wertschätzend, Mobbing und Hatespeech bleiben außen vor.

DIE VORTEILE VON LINKEDIN

HOHE PROFESSIONALITÄT

Wer auf LinkedIn unterwegs ist, ist an einem professionellen, beruflichen Austausch interessiert. Ob mit potentiellen Kooperationspartner:innen, Arbeitnehmer:innen oder Arbeitgeber:innen. **Der Fokus von LinkedIn ist also ein völlig anderer, als bei überwiegend privat genutzten Netzwerken wie Facebook oder Instagram.** Deshalb ist LinkedIn besonders für B2B so interessant.

GROSSE REICHWEITE

Von den 900 Millionen Nutzer:innen sind 260 Millionen monatlich aktiv. **Jedoch teilen nur etwa 3 Millionen (1%) wöchentlich Inhalte.** Aufgrund dieses „Mangels“ an frischem Content werden Ihnen auch Beiträge von Nutzer:innen angezeigt, mit denen Sie nicht direkt vernetzt sind, sondern denen z.B. Ihre Kontakte folgen. Das erklärt auch, wie die 3 Millionen Content-Ersteller:innen für 9 Milliarden Impressionen sorgen.



Das macht LinkedIn neben Tik Tok zum Netzwerk mit der größten organischen Reichweite.

Zum Vergleich: auf Instagram werden täglich ungefähr 100 Millionen Fotos hochgeladen und 4 Milliarden Likes verteilt. Mit einem Beitrag auf LinkedIn haben Sie also weitaus bessere Chancen auf Sichtbarkeit, Interaktion und Vernetzung.



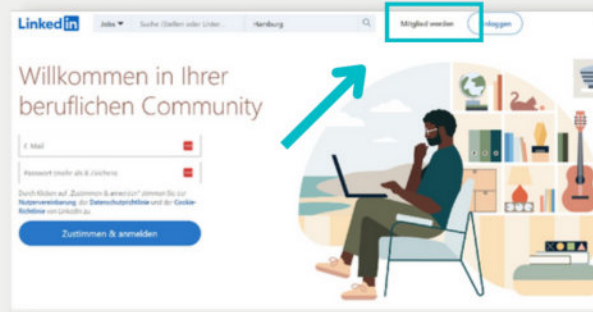
Sie benötigen auf LinkedIn außerdem kein großes Netzwerk, um Reichweite zu erzielen. **1.000 Kontakte auf LinkedIn entsprechen ungefähr 100.000 Kontakten auf Instagram!** Das heißt, dass Sie bereits mit 50 bis 100 Kontakten eine hohe Sichtbarkeit mit Ihren Inhalten erzielen.

WENIG(ER) AUFWAND

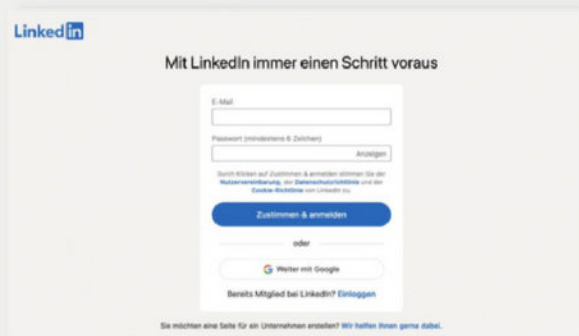
Im Vergleich zu Netzwerken wie Facebook und Instagram ist LinkedIn „**pflegeleicht**“. Auf Instagram sollten Sie täglich mindestens einen Post (am besten als Reel [Video]), besser noch mehrere Stories hochladen, um wahrgenommen zu werden. Auf Facebook müssen Sie mehrere Beiträge pro Woche einplanen, um im Feed Ihrer Follower zu erscheinen. **Auf LinkedIn können Sie problemlos mehrere Wochen pausieren.** Ihrem Netzwerk werden trotzdem weiterhin Ihre Beiträge, selbst wenn diese schon älter sind, angezeigt. Sie "finden also weiterhin statt".

SO LEGEN SIE IHREN ACCOUNT AN

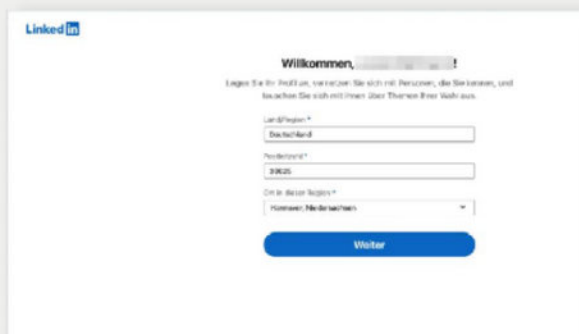
**<https://linkedin.com> aufrufen
Mitglied werden klicken**



**E-Mail und
sicheres Passwort eingeben**



Wohn- bzw. Arbeitsort angeben



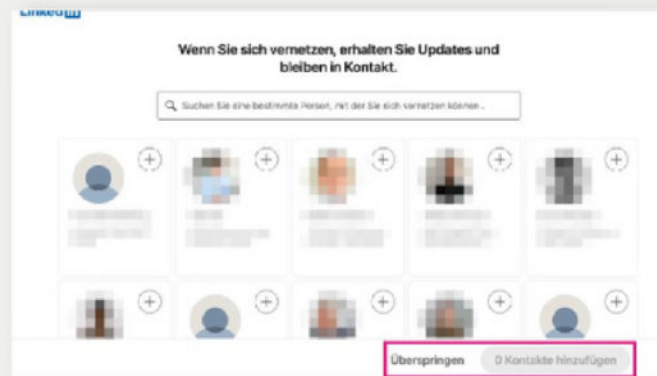
aktuelle Position angeben

E-Mail verifizieren

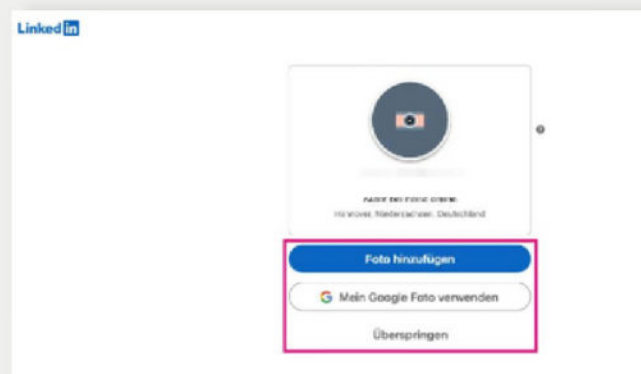
Es besteht die Möglichkeit, sein Adressbuch mit LinkedIn zu synchronisieren, um sich direkt mit bestehenden Kontakten zu vernetzen.

dazu die E-Mail in das Feld eingeben (bietet sich bei der Verwendung der Unternehmens-E-Mail an) alternativ: überspringen

Im nächsten Schritt werden Ihnen potentielle Kontakte (auf Basis der E-Mail, des Unternehmens und der Region) angezeigt. Hier können Sie direkt erste Kontaktanfragen versenden.



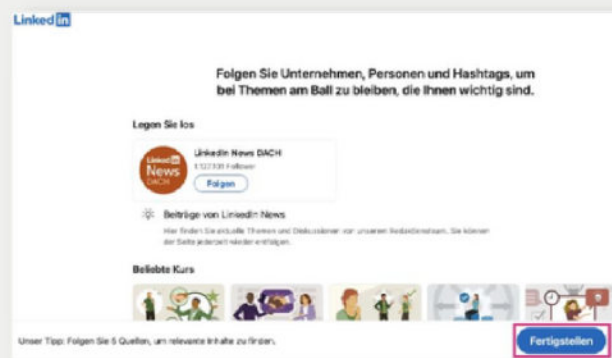
Nun können Sie Ihrem Profil ein Foto hinzufügen. Bitte unbedingt nutzen!



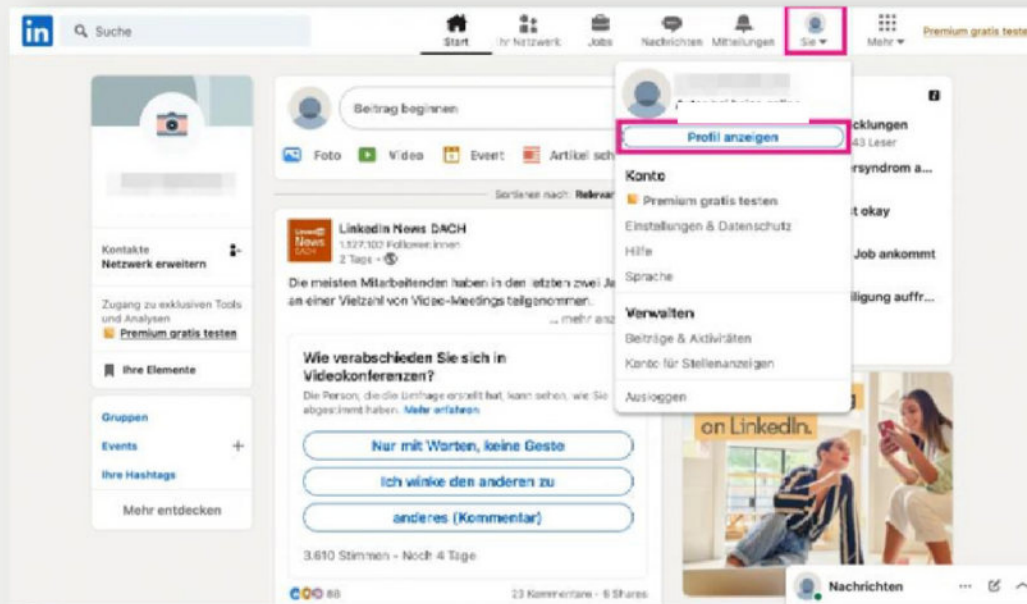
Profile mit einem (guten) Foto werden 14 Mal häufiger angesehen, als Accounts ohne Bild. Wählen Sie als Profilbild ein professionelles Portrait, das Sie möglichst nah zeigt.



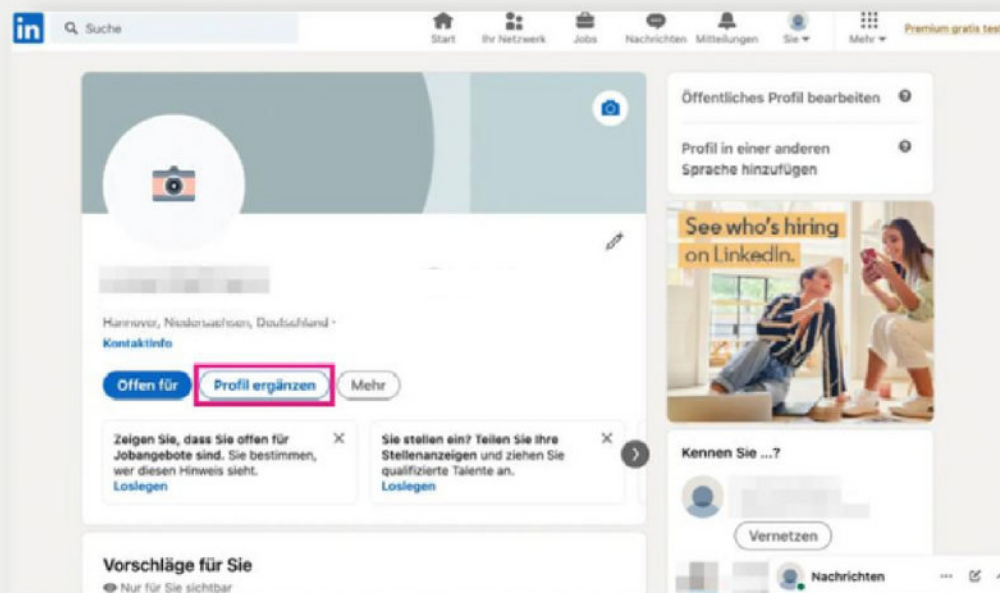
Jetzt haben Sie die Möglichkeit, Personen und/ oder Unternehmen zu folgen, die für Sie interessant sein können. Folgen heißt, dass Sie angezeigt bekommen, wenn die Person/ das Unternehmen Beiträge veröffentlicht.



Wenn Sie dann auf **Fertigstellen** klicken, kommen Sie zu Ihrer LinkedIn Startseite.



Klicken Sie auf **Profil anzeigen**



Nun können Sie Ihr Profil vervollständigen. Die folgenden Punkte sind für ein aussagekräftiges, professionelles Profil empfehlenswert:

SO RICHTEN SIE IHR PROFIL EIN



HEADER

Im Headerbild (das große Banner) können Sie kreativ werden. Hier können Sie Ihr Unternehmenslogo, ein Foto aus Ihrem Arbeitsalltag oder auch Ihren Slogan bzw. Ihre Dienstleistungen eintragen. **Erstellen Sie dafür am besten in einem Grafikprogramm wie Canva ein Bild mit den Maßen 1584x396 px.**

SLOGAN

Neben Ihrem Namen ist Ihr Profil-Slogan wichtig, da dieser in der Netzwerk-Übersicht (gekürzt) unter Ihrem Bild angezeigt wird. Nennen Sie also hier die wichtigsten Begriffe zu Ihrer Position oder Ihrem Unternehmen **in den ersten 5-7 Wörtern.**



WEITERE INFORMATIONEN

Außerdem können Sie im Headerbereich die Region angeben, in der Sie tätig sind, Ihre Kontaktinfos hinterlegen und Ihre Servicedienstleitungen nennen. Wenn Sie Ihre Berufserfahrungen einpflegen, wird neben Ihrem Namen Ihr aktueller Arbeitgeber/ Ihr Unternehmen angezeigt (wenn es ein Unternehmensprofil mit Logo gibt, sogar mit Logo).

Info

Hallo, ich bin Franziska Hain, Ihre Online Marketing und Webdesignerin.
Ich mache selbstständige Bauingenieur:innen und Ingenieure.

Meine Mission

Berufserfahrung



Inhaberin

Franziska Hain - Online Marketing und Webdesign

Bad Harzburg, Niedersachsen, Deutschland

Wenn Ihre Website eine Baustelle ist, Sie sich ab dem 2020er Jahren mit dem Vergabeverfahren konzentrieren müssen – erteilt

Kenntnisse: WordPress · Webdesign · Online Marketing

Ausbildung



Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin
Diplom-Kauffrau, Wirtschaftswissenschaften Schwerpunkt

Kenntnisse

Marketing



Bestätigt von 5 Kolleg:innen bei Beuth Verlag GmbH



10 Kenntnisbestätigungen

Empfehlungen

Erhalten

Erteilt



Juliette Weiss · 1

Lehrerin für Deutsch als Fremdsprache | Public
25. Januar 2022, Juliette Weiss und Franziska Hain

Zuverlässigkeit, Expertise und herausragende Kommunikation.
Expertin im Marketing kennt sie Potenzial und

INFO

In diesem Freitext-Bereich können Sie eine Unternehmensvorstellung oder einige Sätze zu sich und Ihrem Werdegang hinterlegen.

BERUFSERFAHRUNG

Bitte nicht wie in einem Lebenslauf auflisten, sondern je nach Fokus (sind Sie auf Job/ Mitarbeiter:innen/ Auftragsuche) die dafür relevanten Stationen und Tätigkeitsmerkmale auflisten.

AUSBILDUNG

In diesem Bereich können Sie Ihre (Hoch)schulische Ausbildung, aber auch weiterführende Qualifikationen, Zertifikate und Weiterbildungen nennen.

KENNTNISSE

Hier können Sie fachliche Kenntnisse angeben, die für Ihre Arbeit wichtig sind. Und – besonders interessant und im Vergleich zu einem Lebenslauf sehr viel aussagekräftiger – sich diese von Ihren Kontakten bestätigen lassen.

EMPFEHLUNGEN

Ähnlich wie Google my Business hat LinkedIn eine Rezensionsfunktion. Hier können Kund:innen, Kolleg:innen oder Kooperationspartner:innen Sie und Ihre Arbeit beschreiben und empfehlen. **Vorteil zu Google:** die Empfehlung wird erst nach Ihrer Freigabe veröffentlicht.

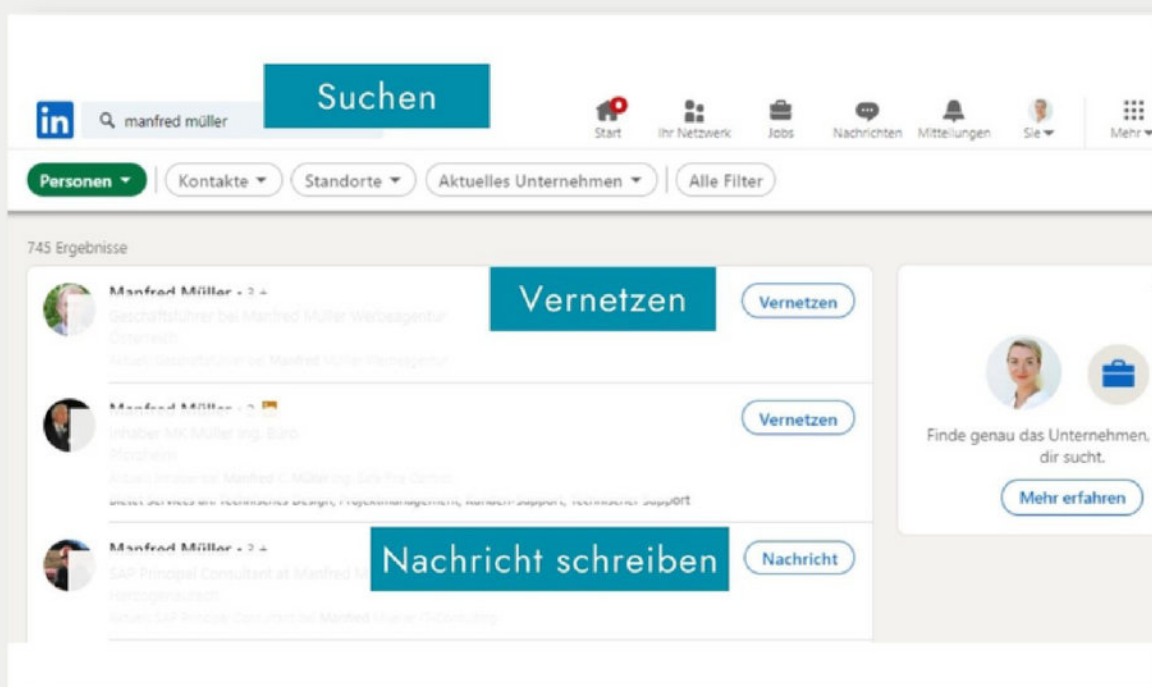


SO BAUEN SIE IHR NETZWERK AUF

Sie haben sich bei LinkedIn registriert und Ihr Profil angelegt. Wie kommen Sie nun an erste Kontakte und bauen sich ein Netzwerk auf?

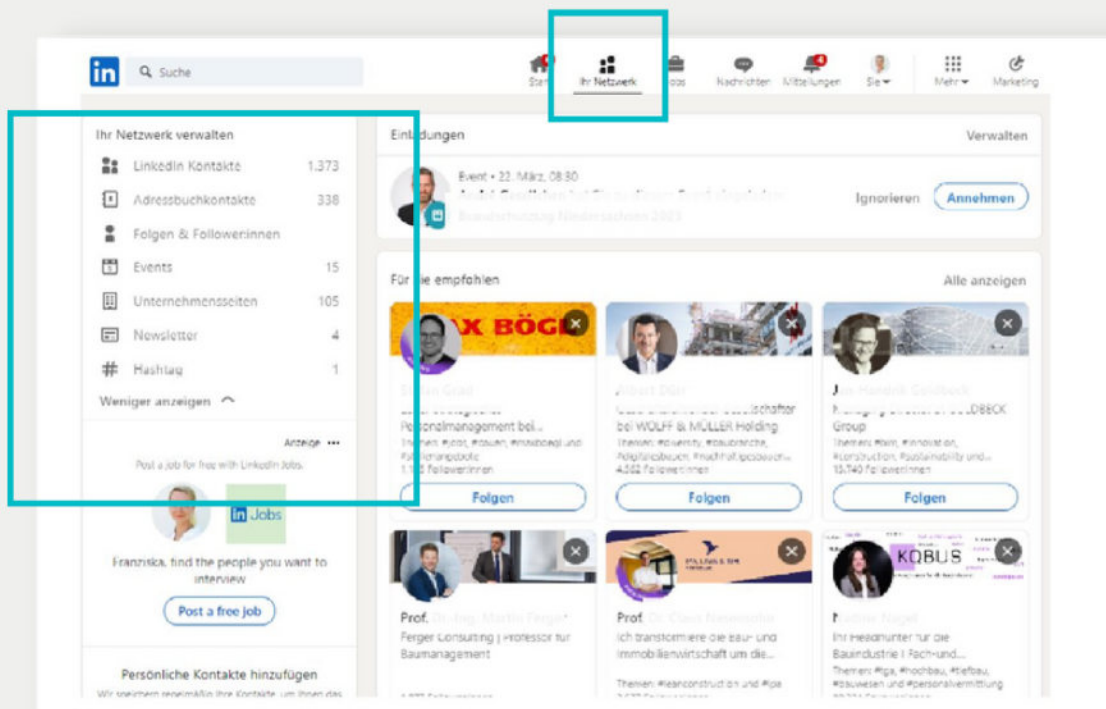
Zuallererst können Sie Personen anfragen, mit denen Sie (z.B. während der Ausbildung oder im Berufsleben) bereits Kontakt hatten. Dazu einfach in der Suchfunktion den Namen eingeben und wenn die Person ein LinkedIn-Profil hat, eine Vernetzungsanfrage schicken. Sie können auch noch ein bis zwei Sätze dazu schreiben, das ist aber kein Muss.

Wenn Sie LinkedIn mit einem klaren Ziel nutzen (Job/Mitarbeiter:innen/Kund:innensuche) können Sie auch nach bestimmten Branchen, Unternehmen oder Berufsbezeichnungen suchen und sich mit potentiell relevanten Mitgliedern vernetzen.



Wenn Ihre Anfrage angenommen wird, bekommen Sie eine Mitteilung und sehen es im **Reiter „Netzwerk“**. Dort können Sie auch „stöbern“ und sich Kontakttempfehlungen anzeigen lassen. Auf Basis Ihres Profils werden Ihnen Personen aus Ihrer bisherigen Laufbahn oder basierend auf Ihren Interessen und Aktivitäten vorgeschlagen.

NETZWERKÜBERSICHT



Sie können **pro Woche bis zu 100 Personen eine Kontaktanfrage schicken**. In den meisten Fällen wird diese akzeptiert, auch wenn Sie mit der Person vorher noch keinen direkten Kontakt hatten.

Und auch Sie werden natürlich Vernetzungsanfragen erhalten. Sie können diese meist bedenkenlos akzeptieren, auch wenn die Person auf den ersten Blick vielleicht so überhaupt nicht in Ihr „Beuteschema“ passt. Manchmal ergeben sich aus solchen branchenfremden Kontakten sehr interessante Kooperationen.

Wo Licht ist, ist bekanntlich auch Schatten. Natürlich haben auch eher unseriöse Unternehmen das Potential von LinkedIn längst erkannt und versuchen (als zuerst professionell getarnte Kontaktanfrage) ihre Produkte oder Dienstleistungen zu verkaufen. Nachrichten wie „Was sind aktuell Ihre größten Herausforderungen?“ **können Sie getrost ignorieren.**

Neben dem Kontakt mit Personen können Sie auch Unternehmen folgen oder Gruppen beitreten und sehen so direkt die Inhalte, die von diesen geteilt werden.

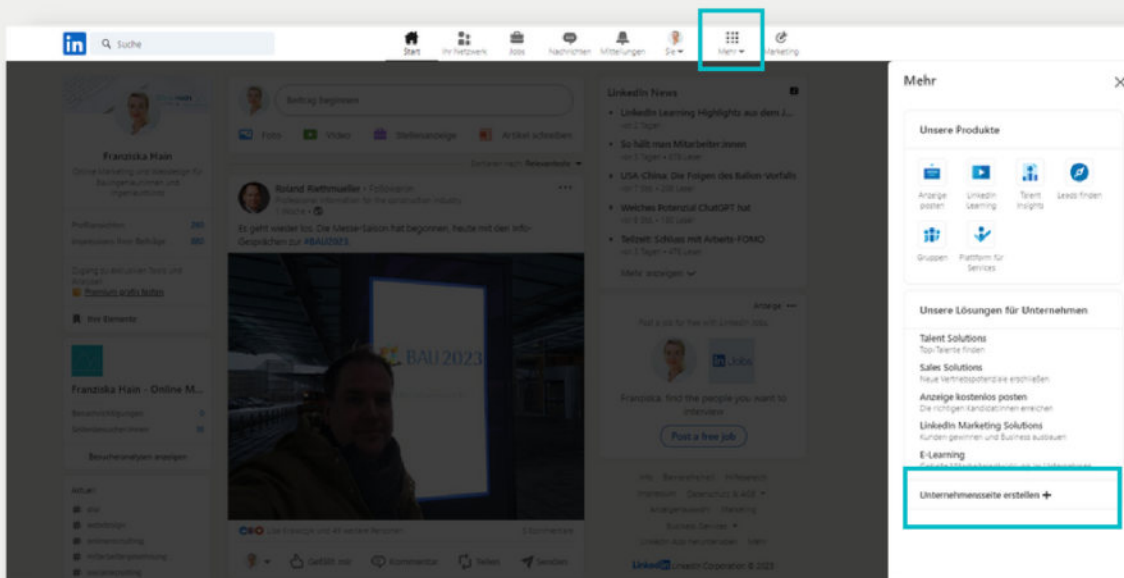
So können Sie sich innerhalb kurzer Zeit und mit wenig Aufwand ein großes Netzwerk aufbauen.

DIE UNTERNEHMENSSEITE

Wenn Sie ein persönliches Profil bei LinkedIn haben, können Sie **kostenlos** eine Unternehmensseite einrichten.



Dazu gehen Sie in LinkedIn auf den kleinen Würfel „Mehr“ und wählen dort **„Unternehmensseite erstellen“** aus.



Füllen Sie möglichst alle abgefragten Informationen wie Name der Unternehmensseite, Website, Branche, Unternehmensgröße und Unternehmenstyp aus, ergänzen Sie Ihren Unternehmenslogan und Ihr Logo.

* Pflichtfeld

Informationen

Name*

Öffentliche LinkedIn URL*
linkedin.com/company/

Website

Die Adresse der Website muss mit „https://“ oder „www.“ beginnen.
Dies ist ein Link zu Ihrer externen Website.

Informationen zum Unternehmen

Branche*

Unternehmensgröße*

Unternehmenstyp*

Seitenvorschau

Unternehmensname
Branche
Slogan

UNTERNEHMENSSEITE – ADMIN-ANSICHT

LOHNT ES SICH EINE UNTERNEHMENSSEITE ZU ERSTELLEN?

Neben der Funktion, dass Sie Ihr eigenes Unternehmen als aktuelle Position mit Logo in Ihr Profil einbinden können, hat eine Unternehmensseite auch noch weitere Vorteile.

Sie „besetzen“ Ihren Namen. Wenn Sie unter eigenem Namen agieren oder einen besonderen Unternehmensnamen haben, sichern Sie sich diesen mit einer Unternehmensseite innerhalb von LinkedIn. So kann kein anderes Mitglied unter Ihrem Namen Produkte oder Dienstleistungen anbieten.

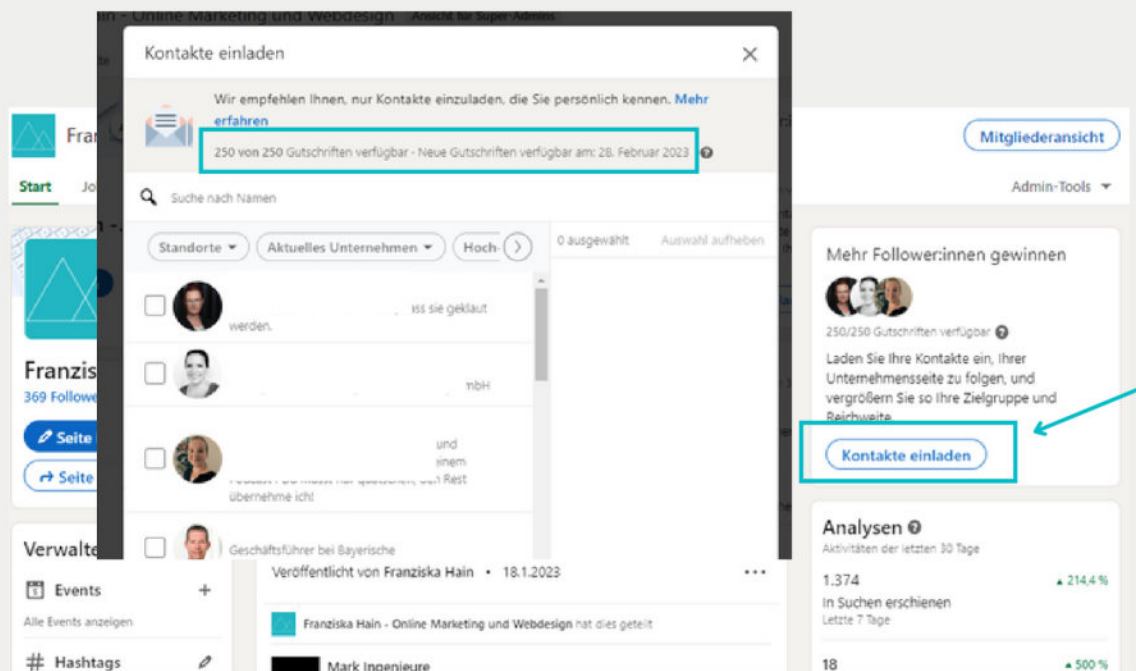
Auf der Unternehmensseite können Sie Ihre **Produkte und Dienstleistungen detailliert präsentieren.**

Wenn Sie Mitarbeiter:innen haben, können diese die Unternehmensseite als Arbeitsplatz referieren, wodurch die Sichtbarkeit Ihres Unternehmens weiter wächst.

! Auf der Unternehmensseite können Sie ein Image für Ihr Unternehmen aufbauen, Ihre Werte transportieren und – ganz wichtig – **Stellenanzeigen veröffentlichen.**

WIE BEKOMMEN SIE FOLLOWER?

Sie erhalten von LinkedIn monatlich Gutscheine (zu Beginn 100, später 250), mit denen Sie Ihre persönlichen Kontakte (1. Grades) einladen können, Ihrer Unternehmensseite zu folgen. Nutzen Sie diese Freigabe besonders am Anfang unbedingt aus!



MUSS FÜR DIE UNTERNEHMENSSEITE EXTRA CONTENT ERSTELLT WERDEN?

Nein, es genügt, ein bis zwei Posts pro Monat Ihres persönlichen Profils auch auf der Unternehmensseite zu posten/ zu teilen.

Andererseits können Sie Ihre Unternehmensseite nutzen, um **potentielle Mitarbeiter:innen mit gezielten Inhalten auf sich aufmerksam zu machen.**

Zum Beispiel mit Behind the Scenes Beiträgen oder aber einen Aufgabenbereich eines Mitarbeitenden oder die Person als solches vorstellen. **Das baut Vertrauen auf und macht Ihr Unternehmen für Bewerber:innen greifbarer.**



SO ERSTELLEN SIE INHALTE

**Sie möchten nicht nur Kontakte knüpfen oder stille:r Mitleser:in sein?
Es gibt diverse Möglichkeiten, auf LinkedIn aktiv zu werden.**

BEITRAG

Die schnellste Möglichkeit, um eigene Inhalte auf LinkedIn zu platzieren sind Beiträge. Einfach in Ihrem Profil zum Bereich „Aktivitäten“ scrollen und auf den Button „Beitrag beginnen“ klicken. Sie können einen reinen Textbeitrag erstellen oder Sie fügen noch ein Bild, Dokument, Video, eine Stellenanzeige, eine Umfrage hinzu.

The image shows a LinkedIn profile for Franziska Hain, an online marketing and web design expert. The profile includes a header with her name and logo, a bio, and a list of services. Below the profile, the 'Aktivitäten' section is visible, with a 'Beitrag beginnen' button highlighted by a red box and an arrow. Below this, the 'Beitrag erstellen' (Create Post) modal is open, showing a '...' menu icon highlighted by a red box and an arrow. This menu opens a 'Zum Beitrag hinzufügen' (Add to Post) modal with various options like 'Foto hinzufügen', 'Video hinzufügen', 'Dokument hinzufügen', 'Stellenanzeige teilen', 'Umfrage erstellen', and 'Event erstellen'.

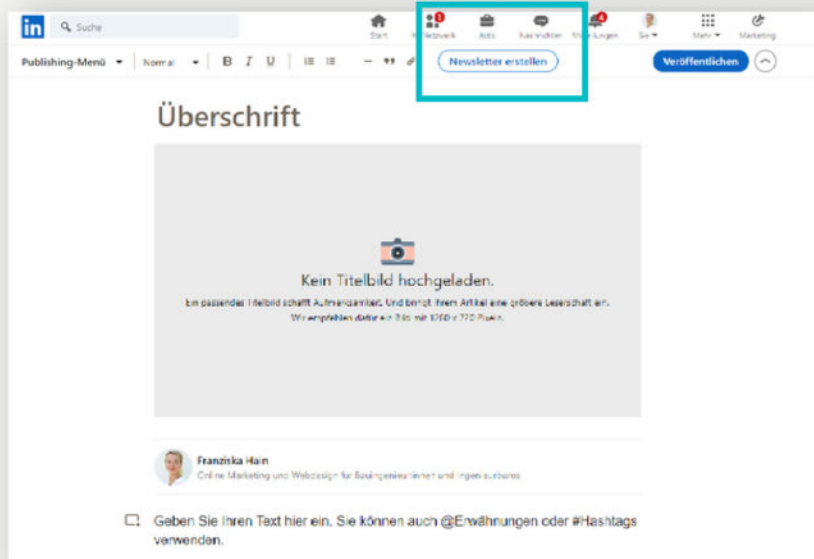
ARTIKEL

Beiträge bei LinkedIn können maximal 3.000 Zeichen haben. Wenn Sie mehr zu sagen haben (z.B. Referenzprojekte beschreiben, technische Anleitungen erstellen, Veranstaltungen resümieren etc.), bietet sich ein **Artikel an. Hier haben Sie 40.000 Zeichen zur Verfügung.** Ähnlich wie bei einem Blogbeitrag können Sie auch noch ein Headerbild hinzufügen.

Klicken Sie dazu auf der Startseite auf den Button **"Artikel schreiben"**



So gelangen Sie in das **Publishing-Menü**, in dem Sie Artikel oder Newsletter anlegen können:



NEWSLETTER

Wenn Sie bereits einige Beiträge veröffentlicht haben, bietet Ihnen LinkedIn in Ihrem Profil die Funktion **„Creator-Modus“** an. Nach Aktivierung haben Sie u.a. die Möglichkeit, über Ihre persönliche oder die Unternehmensseite einen Newsletter in LinkedIn zu erstellen und zu versenden. Besonders bei regelmäßigen Neuigkeiten eine tolle Möglichkeit, Abonnent:innen ohne externes E-Mail-Marketing zu informieren.

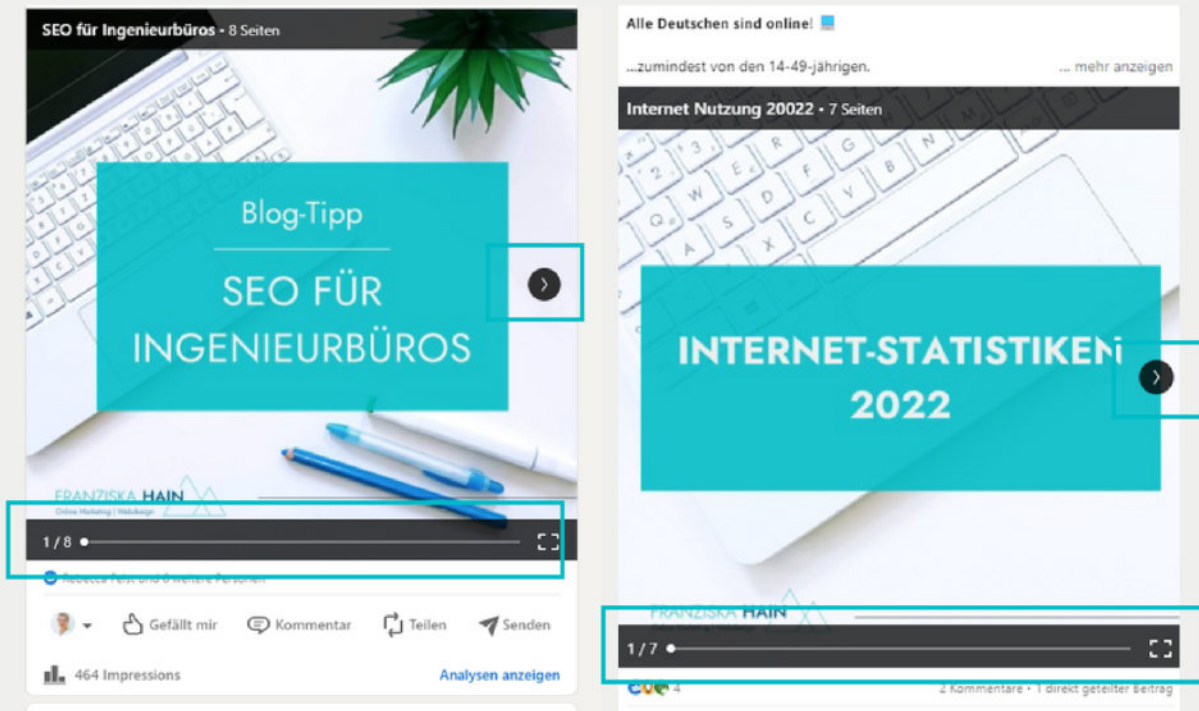


BONUS-TIPP: "KARUSSELL-POSTS"

Es ist kein Geheimnis, dass LinkedIn (genau wie Instagram und Facebook) einen **Algorithmus** hat, der bestimmte Beitragsformate bevorzugt und somit häufiger ausspielt.

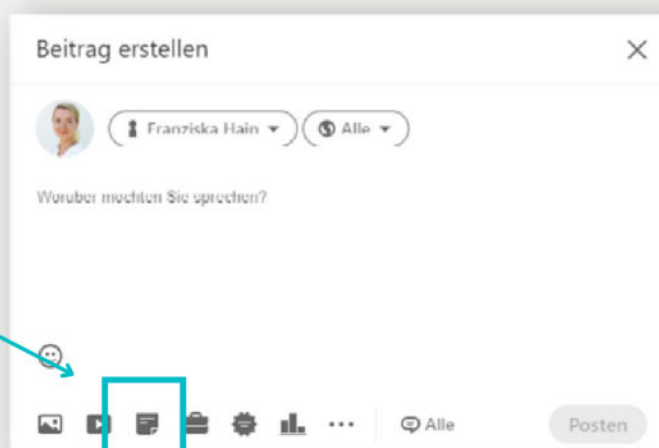


2022 war das der sogenannte Karussell-Post oder auch Slide-Deck. Beiträge mit mehreren Folien (Bildern), durch die man sich mit Pfeilen durchklicken kann.



Diese Folien werden aber nicht wie einzelne Bilder, sondern als Dokument hochgeladen. Erstellen Sie dafür mit einem (Grafik-)Programm Ihrer Wahl (z.B. Canva) die benötigten Inhalte (z.B. Grafiken, Statistiken, mehrere Fotos....) und exportieren diese als PDF. Am Beitrag hochladen, fertig.

Dokument



CONTENTPLANUNG

Die wichtigsten Kriterien für erfolgreiche Posts und eine gute Reichweite auf Social Media, also auch auf LinkedIn, sind:

- Regelmäßigkeit
- Kontinuität
- Aktualität
- Authentizität
- Mehrwert



Um diese Aspekte zu erfüllen sollten Sie rechtzeitig planen, was Sie wann veröffentlichen wollen. Natürlich können aktuelle Ereignisse die Planung etwas durcheinander würfeln und sollten durchaus auch Berücksichtigung in Ihren Beiträgen finden. **Ein Redaktionsplan** erleichtert jedoch die Umsetzung und man spart Ressourcen (und Nerven).

Mögliche Vorgehensweise:

- jährlicher Redaktionsplan (grob): Festhalten von fixen Terminen (Messen, Feiertagen, Betriebsferien...), Ideen und Quellen
- monatlicher Redaktionsplan: detaillierte Planung von Social Media Posts (und Blogbeiträgen)
- Inhaltserstellung: einmal monatlich alle benötigten Bilder, Grafiken, Texte und Hashtags erstellen

Über ein Tool wie z.B. Trello können Sie Ihre Beiträge auf den Meta-Plattformen oder Twitter **vorplanen und automatisiert veröffentlichen**. Auch LinkedIn rollt aktuell die Vorplanung von Beiträgen aus. Oder Sie posten live auf der jeweiligen Plattform, wodurch Sie auch direkt die "Golden Hour" (siehe 7 Tipps für 4x mehr Reichweite) nutzen können.

Für die Erstellung von Grafiken können Sie ein **Tool wie Canva** nutzen. So stellen Sie sicher, dass Ihre Beiträge ein einheitliches Erscheinungsbild haben und zu Ihrem Corporate Design passen.

Auch beim Veröffentlichen sollten Sie auf ein paar Dinge achten:

- posten Sie an festen Tagen, möglichst auch zu festen Zeiten
- beantworten Sie jeden Kommentar
- werten Sie regelmäßig Ihre Insights aus (Welche Posts funktionieren am besten? -> diese ggf. wiederholen)

TIPPS FÜR CONTENT OHNE ENDE

Sie wissen nicht, was Sie posten sollen? Kein Problem!

Tipp 1: Überlegen Sie, was für Ihre Zielgruppe/ Ihr Netzwerk wichtig und relevant ist.

Tipp 2: Fragen Sie Kund:innen/ Mitarbeiter:innen/ Auftraggeber:innen und Kooperationspartner:inne, welche Inhalte sie am meisten konsumieren.

Tipp 3: Holen Sie sich Inspirationen bei Accounts, die im gleichen Bereich unterwegs sind, wie Sie.

Und hier noch eine Liste mit Ideen für Ihre Beiträge:

- Feiertage/ Anlässe/ Ferien
- Messen und Tagungen Ihrer Branche
- Unternehmensvorstellung
- Wie entsteht/ funktioniert was
- Behind the scenes (auf der Baustelle, im Büro, auf Dienstreise...)
- Mitarbeiter:innen/ Geschäftsführung vorstellen
- Arbeitsbereiche vorstellen
- Benefits für Mitarbeitende
- Tutorials/ Whitepaper veröffentlichen
- Pressemeldungen und Berichterstattungen wiedergeben
- Testimonials zu Wort kommen lassen
- Rezensionen veröffentlichen
- Referenzprojekte beschreiben
- Vorher/ Nachher
- Tipps/ Trends/ Statistiken der Branche
- Die 10 besten....
- Produkte und Services vorstellen
- Aktionen bewerben
- Umfragen erstellen
- Gewinnspiele veranstalten
- Checklisten veröffentlichen
- Beiträge von anderen Accounts teilen
- Gastbeiträge anfragen

...

Bonus-Tipp: Content recyceln!

Erstellen Sie aus Ihren Blogbeiträgen Mikro-Content für Ihre Social Media Kanäle.

Funktioniert auch anders herum: wenn Sie mehrere kurze Beiträge zu einem Thema erstellt haben, machen Sie daraus einen Blogartikel.



DIE 7 BESTEN TIPPS FÜR 4 X MEHR REICHWEITE

#1 Zeigen Sie Persönlichkeit

**Menschen
kaufen von Menschen.**
Kein Wunder also, dass besonders
Selfies auf LinkedIn eine große
Reichweite erzielen.

Das heißt nicht, dass Sie sich jetzt beim Frühstück und im Urlaub fotografieren müssen. Aber stellen Sie sicher, dass Ihre potentiellen Auftraggeber:innen auch die Person hinter den Bauprojekten kennenlernen.



#2 Regelmäßig aber nicht zu oft

**Der LinkedIn Algorithmus
pusht Beiträge nach 2 und 8 Stunden.**

Sie sollten innerhalb von 18 Stunden nicht erneut posten, damit sich Ihre eigenen Beiträge nicht k cannibalisieren.



#3 Golden Hour aka 90 Minuten

**Die ersten 90 Minuten nach
Veröffentlichen entscheiden über
die Reichweite. In dieser Zeit "testet"
LinkedIn einen Beitrag in Ihrem
engeren Netzwerk.**

Bringen Sie z.B. Mitarbeiter:innen dazu, innerhalb dieser 90 Minuten auf Ihren Post zu reagieren. Dies erhöht die Reichweite um bis zu 300%!



#4 Geben ist besser als (nur) Nehmen

**Sie sollten nicht einfach nur
Ihren Beitrag posten und direkt wieder
verschwinden. LinkedIn ist soziales Netzwerk
und Interaktion wird belohnt.**

Interagieren Sie mit 3 - 4 anderen Posts (Kommentar, Like), direkt nachdem Sie Ihren eigenen Beitrag veröffentlicht haben. Das bringt Ihnen mehr Aufmerksamkeit.



DIE 7 BESTEN TIPPS FÜR 4 X MEHR REICHWEITE

#5 Slides verwenden

Der LinkedIn Algorithmus bevorzugt sogenannte Slide Decks (PDF mit mehreren Folien zum Scrollen) Videos, Umfragen und Beiträge mit mehreren Bildern.

Erstellen Sie regelmäßig "Karussell-Posts" (so wie der, den Sie grad lesen) mit Infografiken, Tipps oder How-To's.



#6 Zutaten für den idealen Beitrag

1.200 – 1.600 Zeichen
Trigger in den ersten Zeilen
15 – 20 Zeilen (mindestens 8)
Scroll Stopper (z.B. Bild)
3 – 5 Hashtags

Taggen Sie Personen oder Unternehmen, für die der Beitrag interessant sein könnte oder die einen spannenden Kommentar hinterlassen könnten.



#7 Pausen sind erlaubt

Sie müssen nicht täglich posten. Ihrem Netzwerk werden Beiträge auch angezeigt, wenn diese schon älter sind. Sie sind also auch im Urlaub "sichtbar".

Trotzdem müssen Sie nach einer vierwöchigen Pause damit rechnen, dass Ihre nächsten 4 – 5 Posts ca. 35% weniger Reichweite haben.



Ein Call to Action am Ende des Beitrags fordert Ihre Kontakte noch einmal direkt zur Interaktion auf.

**Sie wünschen sich Unterstützung bei der
Einrichtung Ihres LinkedIn Accounts?**

**Sie wollen das Management Ihrer
Unternehmensseite abgeben?**

Sie benötigen Texte und Bilder für Ihren Content?

**Schreiben Sie mir
kontakt@franziska-hain.de**

**Rufen Sie mich an
0152 09489865**

**Oder vernetzen Sie sich auf LinkedIn
www.linkedin.com/in/franziska-hain/**