



**MEHR
PRÄSENZ
BEI LINKEDIN**

Dein LinkedIn-Profil optimieren – Was du dabei unbedingt beachten solltest

Wenn es darum geht, ein LinkedIn-Profil so zu optimieren, dass es einen guten Eindruck hinterlässt, solltest du auf folgende Aspekte achten:

- **Schlüsselbegriffe verwenden:** Genau wie einer Website kommt es auch bei einem Profil bei LinkedIn auf **Suchmaschinenoptimierung** an. Schließlich sind die großen Netzwerke nichts anderes als riesige Datenbanken, die irgendwie die großen Datenmengen einschätzen müssen. Du kannst hier helfen, indem du dein Profil mit **Schlüsselbegriffen** "fütterst". Bei LinkedIn ist hier vor allem der Bereich "Berufserfahrung" relevant.
- **Kontaktinformationen hinterlegen:** Du möchtest über LinkedIn erreichbar sein? Dann mache es deinem Gegenüber so leicht wie möglich, DICH zu kontaktieren. In die Kontaktdaten gehört zumindest eine E-Mail-Adresse, bei Unternehmerinnen auch Adresse und Telefonnummer.
- **Profil in mehreren Sprachen anlegen:** Bei LinkedIn kannst du dein Profil in mehreren Sprachen anlegen. Hierbei gilt: Profile in anderen Sprachen werden dann auch in der Suche angezeigt – du verdoppelst also deine Chancen.
- **Mit Bildern arbeiten:** Bei LinkedIn kannst du auch im kostenfreien Basis-Profil mit einem Hintergrundbild arbeiten. Nutze die Möglichkeit, zu deinem Profilbild visuelle Elemente zu ergänzen. Besonders schön bei LinkedIn: Der Bereich "Im Fokus", den du immer wieder mit neuen Inhalten bestücken kannst!
- **Empfehlungen einholen:** Bei LinkedIn kannst du dir Empfehlungen geben lassen und auch selbst welche geben. Mache es dir zur Gewohnheit, nach diesen zu fragen. Denke daran, die Empfehlungsgeber direkt zu fragen, ob du diese auch auf deiner Website und in anderen Social-Media-Kanälen benutzen darfst.

Welcher Content funktioniert?

Reichweite ist schön – aber die schönste Reichweite nützt nichts, wenn du damit niemanden erreichst! Ich gehe hier einmal auf die Möglichkeiten bei LinkedIn ein:

- **Immer an dein Gegenüber denken:** Schreibe im Grunde so, als würdest du mit deinem Ziel-Gegenüber sprechen. Welche Fragen könnte dieses haben, welche Bedürfnisse bestehen und welche Ideen würdest du gern mit diesem austauschen.
- **Bilder, die zu Herzen gehen:** Es zeigt sich, dass auch vermeintlich simple Bildideen gut funktionieren (können) – als Format empfehle ich ein quadratisches Format oder auch ein Hochformat. Beides wird optimal in der LinkedIn-App ausgespielt – schließlich findet die Nutzung von LinkedIn zu zirka 50 Prozent über die App statt.
- **Auf LinkedIn bleiben:** LinkedIn bevorzugt es, wenn die Leser*innen dort behalten werden. Das heißt, Beiträge ohne Link nach außen werden vom System bevorzugt, sprich: Textbeiträge oder Bild-/Video-/Textbeiträge.
- **Fragen stellen:** Auch ein Business-Netzwerk wie LinkedIn ist letzten Endes nichts anderes als ein sozialer Kanal. Der natürlich davon lebt, dass Menschen mit Menschen sprechen, nachdenken und – eben – Fragen stellen. Du wirst überrascht sein, wie gut es funktioniert, sich mit anderen LinkedIn-Mitgliedern auszutauschen.
- **Es richtig spannend machen:** Wenn du einen Beitrag bei LinkedIn schreibst, versuche, die ersten ein bis zwei Zeilen so zu verfassen, dass dein Gegenüber gar nicht anders kann, als hängen zu bleiben, kurz nachzudenken und dann auf "Mehr anzeigen..." zu klicken. Je öfters das passiert, umso wertvoller schätzt LinkedIn deinen Beitrag ein. Wenn dann die Leser*innen anfangen zu kommentieren und sich weiter über deine Gedanken auszutauschen, kann so ein Beitrag auch mal viral gehen und viele Leute im Netzwerk erreichen.



Follower/Fans/Kunden gewinnen

Zunächst einmal sollte dir klar sein, was du mit LinkedIn bewirken willst. Brauchst du Follower und Fans oder Kunden? Nun werden zwar aus Followern und Fans auch Kunden, jedenfalls zum Teil, – für manche Strategie brauchst du diese aber gar nicht.

LinkedIn bietet sich natürlich dafür an, über Reichweite Follower zu gewinnen und diese dann zu Fans und schließlich Kund*innen zu machen. Das wäre eine gute Strategie, um zum Beispiel Ideen und Gedanken einem größeren Publikum zugänglich zu machen.

Hier kommt es darauf an, dass du darauf setzt, mit deinen Beiträgen so viele Menschen wie möglich anzusprechen. Das geht nur über eine **ständige Präsenz** mit regelmäßigen Postings – mindestens einmal oder mehrmals in der Woche. Gleichzeitig arbeitest du daran, deine Beiträge weiter zu optimieren.

Um deine Zielgruppe anzusprechen und zu gewinnen, brauchst du nicht immer eine große Reichweite. Hierfür bieten sich dann die **Möglichkeiten der Recherche und Vernetzung mit neuen Kontakten** an.

Dafür nutzen Sie die zahlreichen **Filtermöglichkeiten bei LinkedIn**. Hier lassen sich verschiedene Filter miteinander kombinieren und auch Boolesche Operatoren wie AND, OR oder NOT nutzen.