



Dein LinkedIn Starting-Guide

Deine PRaktische Hilfe
bei der Profilerstellung



www.pr-aktisch.at



Inhaltsverzeichnis:

Einleitung.....	1
Dein Start - deine Strategie.....	3
Dein Profil.....	6
Dein Brand-Design.....	12
Q&A.....	14
Abschließende Tipps.....	18

KAPITEL 1

Einleitung



www.pr-aktisch.at
office@pr-aktisch.at



Dieser LinkedIn Starting-Guide soll dir dabei helfen deinen LinkedIn Kick-Off in Realität umzusetzen.

Ich gebe dir Tipps und Tricks für deinen Kanalaufbau, sowie hilfreiche Informationen, wie du deine Inhalte passend zu deiner Marke kreierst.

Ich stehe dir gerne jederzeit zu Verfügung und helfe dir bei deinem LinkedIn-Auftritt!

Viel Spaß!

KAPITEL 2

Dein Start -

deine Strategie





Bevor du eine LinkedIn Seite anlegst, solltest du dir überlegen wozu und mit welchem Ziel zu das machst.

Sobald das geklärt ist, gilt es sich eine Strategie zu überlegen. Achte darauf, dass diese ein Teil deiner gesamten Markenstrategie ist und du dadurch einen Wiedererkennungswert für andere und Mehrwert für deine Marke schaffst.

Dabei solltest du dir unter anderem folgende Fragen stellen:



- Wen möchte ich ansprechen?
- Wie spreche ich meine Zielgruppe an?
- Was ist meine Postingstrategie? Wann poste ich was?
- Was poste ich? Videos, Bilder, Text, Links, Reposts, Artikel?
- Wie läuft mein Communitymanagement ab?
- Wie kann und will ich meine Reichweite erhöhen?

KAPITEL 3

Design Profil



www.pr-aktisch.at
office@pr-aktisch.at



Bei der Profilerstellung geht es darum alle notwendigen Informationen in deinem Profil bekanntzugeben.

Zunächst benötigst du ein LinkedIn Profil, um eine LinkedIn Seite anzulegen. Für deine Marke empfehle ich dir eine Seite und kein Profil, weil du bei einer Seite viele Vorteile hast, wie Statistiken, detaillierte Profilinformationen etc.

Beim Anlegen einer LinkedIn Seite für deine Marke gibst du zunächst einen Profilnamen, sowie eine "Wunschdomain" an, die am besten dieselbe wie dein Profilname ist.



Dann fügst du den Link zu deiner Website ein. Weiter geht es mit den Informationen zu deiner Marke oder deinem Unternehmen. Welche Branche, wie viele Angestellte etc.?

Die nächsten beiden Schritte umfassen das Profilbild und deinen Slogan. Beim Profilbild kommt es darauf an, ob deine Marke grundsätzlich durch ihr Logo erkannt wird oder durch dich. Wähle ein entsprechendes Bild.

Der Slogan beschreibt deine Marke/Produkt in wenigen, aussagekräftigen Sätzen, als würdest du mit einem Neukunden sprechen.



Die Basis deiner LinkedIn Seite ist nun fertig. Als nächstes musst du weitere Informationen einstellen unter dem Menüpunkt "Seite bearbeiten".



Im ersten Schritt unter Tab "Buttons" wählst du eine Funktion für deinen Profilbutton aus. Dabei kannst du aus verschiedenen Möglichkeiten wählen - Kontaktmöglichkeiten, Links etc.

Im nächsten Tab "Übersicht" gilt es deine Marke/Firma/Produkte aussagekräftig darzustellen. Ein verlängerter Slogan sozusagen.



Hast du Kunden aus einem anderen Land oder einer anderen Sprache? LinkedIn ermöglicht es, deine Informationen in einer Zweitsprache zu Verfügung zu stellen.

Weiter geht es mit deinen Spezialgebieten. Dabei kannst du aus freien Kategorien auswählen. Bist du beispielsweise ein Marketingbüro, kannst du hier Kategorien wie "Social Media Marketing" oder "E-Mail Marketing" einfügen.

Weiter geht es mit den "Standorten", bei denen du alle deine Filialen angibst.



LinkedIn bietet die Möglichkeit für Hashtags. Du kannst sie bei deinen Postings einsetzen, nach ihnen suchen und ihnen folgen. Außerdem kannst du deiner Seite Hashtags zuordnen, um besser in dieser Suchkategorie gefunden zu werden.

KAPITEL 4

Design Brand-Design





Weil das Internet und Social Media randvoll angefüllt sind mit Marken und Produkten, gilt es auch hier einen Wiedererkennungswert in Sinne deiner Visualisierung zu schaffen. Achte darauf, dass dein Marken Design einen roten Faden durch all deine online und offline Auftritte spannt.

Dies gelingt dir, indem du die Farbwelt deiner Marke nicht verlässt, dein Logo stets einbindest, deiner Bildqualität treu bleibst, dein Contentdesign im Voraus planst, deine Schriftart auf Bild-Text Posts verwendest, etc.

KAPITEL 5

Q&A



www.pr-aktisch.at
office@pr-aktisch.at

Q: Womit kann ich meine Postings planen?

A: Es gibt viele hilfreiche Tools wie Canva, Preview, Zoho Social etc.

Q: Wie oft sollte ich posten?

A: Das kommt zum Einen auf deine Markenstrategie und zum Anderen auf deine Zielgruppe (wann ist sie aktiv?) an. Pauschal rate ich dir aber zwei bis dreimal pro Woche pro Kanal zu posten (exkl. Stories). Beim Aufbau deines Kanals darf es ruhig ein bisschen mehr sein.

Q: Wie mache ich meine Follower zu Fans?

A: Indem du für sie relevanten Content lieferst. Was als relevant gilt kommt auf deine Zielgruppe an. Beantworte Fragen deiner Zielgruppe und bleibe dabei authentisch. Weiter ist ein notwendiger Schritt in Interaktion zu treten - so gewinnst du!

Q: Gibt es hilfreiche Statistiken die ich für meine LinkedIn Erfolge betrachten sollte?

A: Durch eine LinkedIn Seite anstelle eines Profils hast du Einsicht auf deine Seiten- und Postingstatistiken.

Q: Sollte ich Werbung schalten?

A: Das lässt sich pauschal nicht so leicht beantworten. Es kommt immer auf dein Ziel, Budget etc. an.

KAPITEL 6

Abschließende Tipps

18



www.pr-aktisch.at
office@pr-aktisch.at

No Go: LinkedIn ist eine eher konservative, networking-orientierte Plattform. Deshalb sollten deine Inhalte auch dementsprechend angepasst sein. Stelle dir vorab die Frage, ob dies wirklich der richtige Kanal für deine Marke ist.

Tipp: Achte auf die Sprache deiner Zielgruppe. Es macht keinen Sinn englisch-sprachige Texte für ein klar ausschließlich deutsch-sprachiges Publikum zu verwenden - du hast ein mehrsprachiges Publikum? LinkedIn erlaubt die Postings in zwei Sprachen zu erstellen.



Abschließende Worte

Viel Spaß beim Erstellen deiner LinkedIn Seite.

Ich stehe dir gerne jederzeit zu Verfügung und helfe dir bei deinem LinkedIn-Auftritt!

Ich freue mich auf deine Kontaktaufnahme!