

Britta Behrens

LinkedIn Boosting:

Warum Ihr LinkedIn-Profil mehr als eine digitale Visitenkarte ist

LinkedIn erlebt weltweit und vor allem im deutschsprachigen Raum einen Boom. Das Social-Business-Network hat sich vom digitalen Visitenkarten-Kasten zu einer vielseitigen Content- und Networking-Plattform entwickelt. In dieser Ausgabe erfahren Sie, welche Relevanz Ihr LinkedIn-Profil hat und warum es sich lohnt, es bewusst zu pflegen. Denn Personal Branding ist ein enorm wichtiger Faktor, um als Corporate Influencer zu agieren und neue vertrauensvolle Geschäftskontakte aufzubauen. Ein aussagekräftiges Profil ist die perfekte Ausgangsbasis.

Im letzten Artikel der LinkedIn-Serie wurde ausführlich der Social Selling Index vorgestellt, der Einblick darüber gibt, wie Sie LinkedIn als Networking- und Content-Plattform einsetzen. In dieser Ausgabe widmen wir uns der Relevanz des LinkedIn-Profiles, denn die Pflege des Profils zählt auf den Social Selling Index ein und beeinflusst auch die organische Reichweite Ihrer Kommunikation. Viel wichtiger sollte Ihnen allerdings sein, einen guten ersten Eindruck bei Ihren neuen Kontakten zu hinterlassen und sich selbst und Ihr Unternehmen bestmöglich zu präsentieren. Es geht darum, Ihre eigene persönliche Marke aufzubauen und sich mit Ihren Themen zu positionieren.

LinkedIn honoriert aussagekräftige Profile

LinkedIn ist sehr daran interessiert, dass Sie ein vollständiges Profil pflegen, da LinkedIn Nummer-1-Erlösquelle die Jobanzeigen- und Recruiting-Software ist. Je besser die Profile gepflegt sind, umso besser sind die Ergebnisse potenzieller Kandidaten. Es entsteht eine Win-Win-Situation. LinkedIn verdient Geld mit Lizenzen, Recruiter und Headhunter können leichter akquirieren und jeder einzelne LinkedIn-Nutzer kann sich, seine Leistung und sein Know-how optimal präsentieren. Aus diesem Grund hat LinkedIn das Netzwerk auch zu einer Kommunikationsplattform umgebaut, damit man es nicht

nur im Moment der Jobsuche, sondern auch für das tägliche Business nutzen kann.

LinkedIn

Das LinkedIn-Profil besteht aus folgenden Komponenten, die Sie unbedingt berücksichtigen sollten:

- » Titelbild
- » Porträtfoto
- » Name
- » Slogan
- » Summary (Info)
- » Berufserfahrung
- » Rich Media
- » Skills
- » Empfehlungen
- » Zertifikate
- » Publikationen
- » Ehrenamt
- » Interessen
- » Sprachen

Das Titelbild können Sie für klassisches Corporate Branding oder Ihr Personal Branding verwenden. Platzieren Sie eine prägnante Botschaft, was Sie konkret bieten oder wofür Sie und Ihr Unternehmen stehen. Verwenden Sie Firmenlogo, Auszeichnungen oder das Corporate Design für einen Wiedererkennungswert.

Alternativ können Sie sich auch in Aktion zeigen – wenn Sie auf einer Konferenz als Speaker für das Unternehmen unterwegs sind,

DIEAUTORIN



Britta Behrens ist seit April 2020 B2B-Corporate-Influencer-Managerin bei der HRS Group. Sie ist verantwortlich für das Corporate-Influencer- und Employee-Advocacy-Programm, insbesondere auf LinkedIn. Sie beschäftigt sich intensiv mit Personal Branding, Content-Marketing & Social Selling.

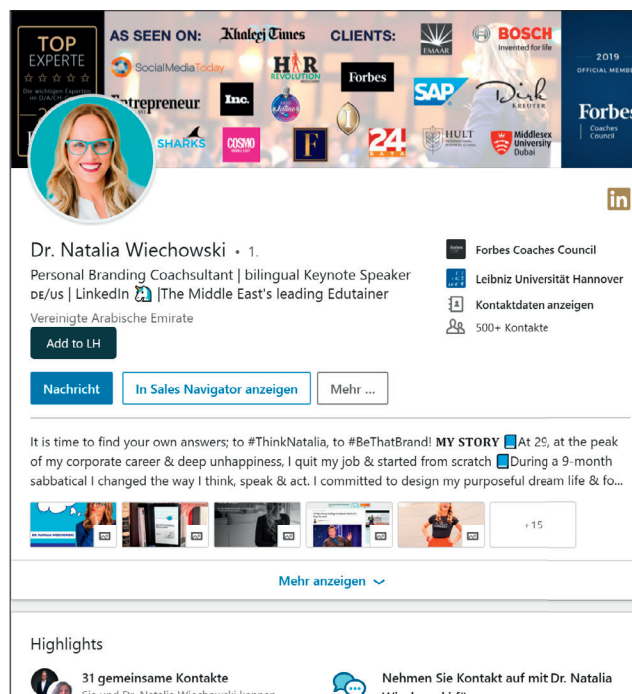


Abb.1: Exzellentes LinkedIn-Profil von Dr. Natalia Wiechowski

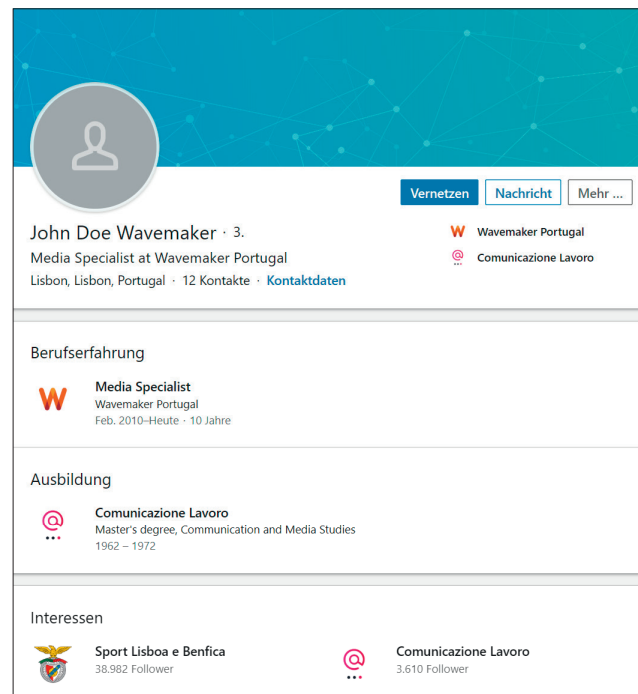


Abb.2: LinkedIn-Profil ohne Aussagekraft

auf einer Messe als Repräsentant oder wenn man Sie am Arbeitsplatz fokussiert bei Projekten sieht. Dies zählt auch aufs Employer Branding ein.

Wichtig ist, dass das Titelbild nicht zu kleinteilig und textlastig wird. Es muss schnell erfasst werden können. Eine weitere Variante ist auch ein Titelbild unabhängig vom Job, das die eigene Persönlichkeit und Ihre Interessen zeigt: ein Bergfoto, da Sie gerne wandern, einen Fallschirmsprung, einen Golfplatz oder ein Segelboot. Dies gibt einen ersten Einblick in Ihre Persönlichkeit unabhängig vom Jobprofil.

Das Profilbild sollte ein ausdrucksstarker Headshot oder ein Porträt sein. Es geht um Ihre Ausstrahlung und die Wiedererkennbarkeit. Nehmen Sie kein Foto, das schon 15 Jahre alt ist, ein Instagram-Selfie oder ein Foto mit Ihrem besten Kumpel oder Ihrem Auto. Hier geht es um ein professionelles Erscheinungsbild. Achten Sie auf ein kompetentes Auftreten.

Der Slogan als Networking-Tool

Der Slogan ist der Bereich direkt unter dem eigenen Namen. Er ist auf



Abb.3: Profilbild ohne Wirkung

LinkedIn eine echte Geheimwaffe für den weiteren Netzerkaufbau und die eigene Positionierung. Er sollte sinnvoll genutzt werden. Üblicherweise sieht man hier die Jobposition der Person und den Namen der Firma, wo sie beschäftigt ist. Dies ist kein Fehler und völlig legitim. Vor allem, wenn die Firma eine starke Marke ist und man sie stolz präsentieren möchte.

Der Slogan hat die Besonderheit, dass er einen auf LinkedIn permanent begleitet. Er ist nicht nur auf der Profil-Seite sichtbar, sondern erscheint bei jedem Post und auch jedem Kommentar. Daher sollten Sie hier entweder passende Keywords mit Visualisierungen einsetzen – beispielsweise passende Emojis oder Icons. Oder Sie

formulieren einen Claim oder eine Message, wie Sie anderen helfen und sie unterstützen können. So sprechen Sie potenzielle Kunden und Geschäftspartner direkt an. Mit der Variante der ausgewählten Keywords schärfen Sie Ihre Positionierung. Der Slogan kann bei der Kommunikation auf LinkedIn die entscheidende Initialzündung sein, dass jemand Sie um Hilfe oder Vernetzung bittet. Der Diskussionsbeitrag über einen Kommentar hat jemandem gefallen und der Slogan festigt noch einmal das Know-how und weckt Interesse.

Summary – eine Portion LinkedIn-SEO

Das Summary (Info) ist ein sehr wichtiger Bestandteil, weil der Text semantisch von LinkedIn gescannt und für die LinkedIn-Suche genutzt wird. Hier ist es wichtig, seine berufliche Expertise zu präsentieren. Was ist Ihre Rolle und Verantwortung im Unternehmen und womit helfen Sie anderen? Schreiben Sie kundenorientiert an Ihre Netzwerkpartner. Was können sie von Ihnen erwarten? Es geht nicht darum, Ihre Vita kundzutun und zu zeigen, wie Sie sich bis dahin entwickelt haben und

was Sie alles können. Machen Sie deutlich, was Sie für andere auszeichnet und besonders macht.

Spicken Sie die Info mit passenden Keywords, die Ihre Kunden und Geschäftspartner verwenden würden und die diesen geläufig sind. Formulieren Sie auch einen klaren Call-to-Action, um Profil-Besucher in Ihr Netzwerk einzuladen oder sie auch direkt zu kontaktieren. Je nach Position und Rolle im Unternehmen sollten Sie Ihre Kontaktdaten wie Telefonnummer und E-Mail-Adresse sichtbar präsentieren. So bahnen Sie schneller Geschäftskontakte an und zeigen, dass Sie offen für die Kontaktaufnahme sind.

Im Bereich der Berufserfahrung zeichnet das Summary Ihren Werdegang nach. Es kann als Lebenslauf fungieren und Ihre beruflichen Stationen zeigen. Muss es aber nicht zwingend. Hier sollten Sie nicht bloß die Firmennamen und Ihre Jobposition angeben, sondern pointiert schildern, wofür Sie verantwortlich waren und welche persönlichen Erfolge Sie feiern konnten. Auch Karriereentwicklung innerhalb eines Unternehmens können Sie präsentieren und zeitlich darstellen. Für jeden Bereich können Sie eine Beschreibung hinzufügen.

Berufliche Stationen, die für Ihre aktuelle Position nicht relevant sind, können Sie einfach weglassen. Es ist Ihr Profil und Sie entscheiden, was für Ihre Karriere und Ihr Personal Branding jetzt wichtig ist.

Mit Rich Media die Textwüste durchbrechen

Wenn Sie Ihr Profil vollständig pflegen, entsteht zwangsläufig eine Menge Text. Damit Sie Ihre beruflichen Stationen und vor allem Ihr Summary hervorheben können, bietet LinkedIn die Möglichkeit, Rich-Media-Formate einzubinden. Das können Bilder, Links, PDFs u. v. m. sein. Diese können Sie mit Beschreibungstexten versehen. Mit

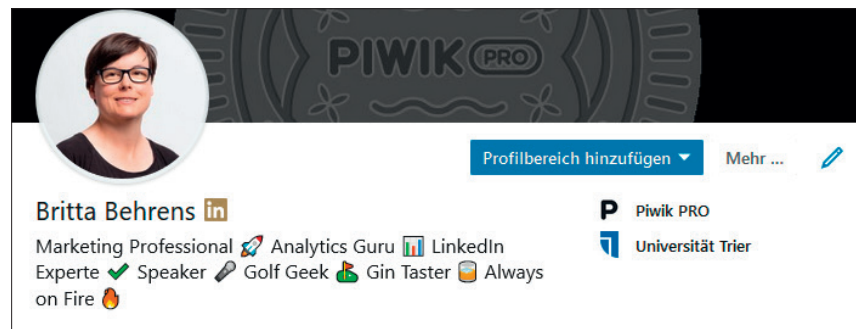


Abb.4: Headshot, Titelbild und Slogan sind wichtige Elemente für den ersten Eindruck

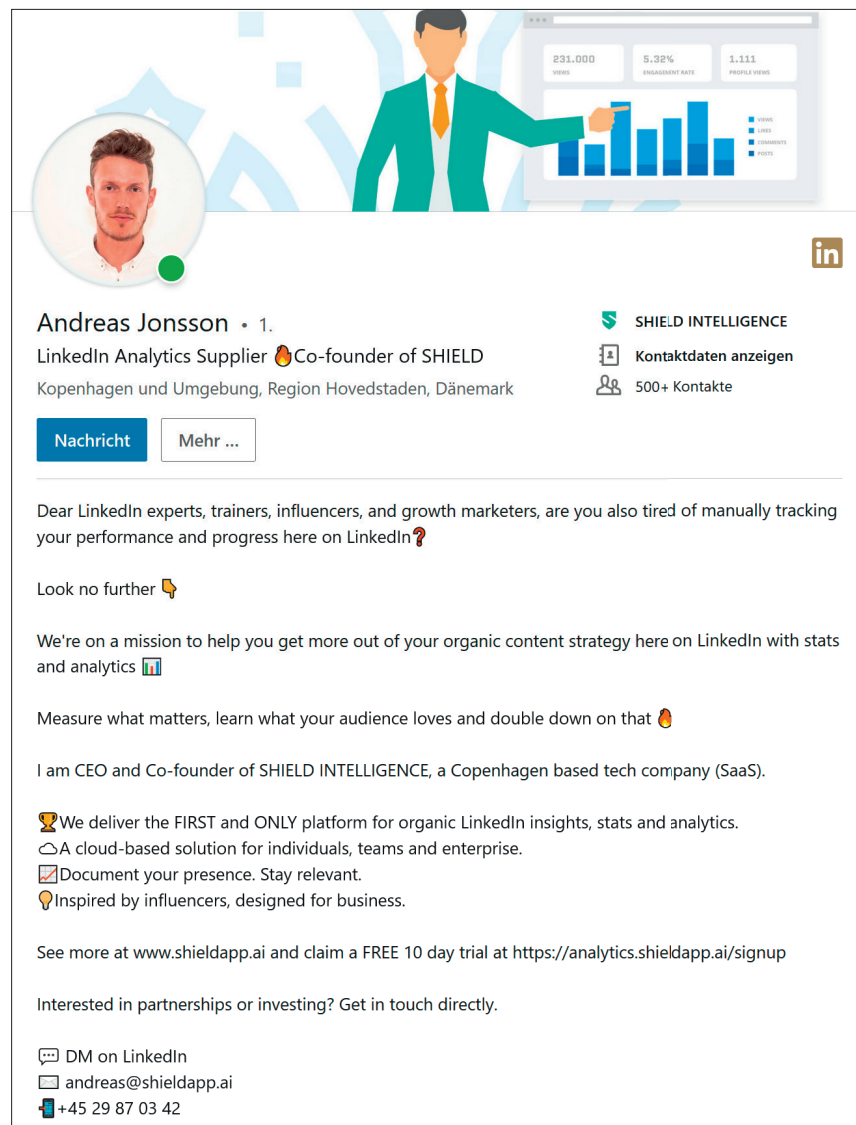


Abb.5: Prägnantes Summary mit Call-to-Action von Andreas Jonsson

diesen Elementen können Sie Content-Marketing in eigener Sache oder auch fürs Unternehmen betreiben. Damit leiten Sie das Auge des Betrachters, damit er Ihr Profil in Ruhe scannen kann. Nutzen Sie diese Möglichkeit, aber übertreiben Sie es nicht. So können Sie Ihre Expertise hervorheben

oder die Elemente als Lead-Magnete für neue Kunden einsetzen.

LinkedIn rollt gerade eine neue Featured-Box für die Profile aus. Dort können Medien separat hochgeladen werden und bekommen mehr Raum zur Präsentation. Auf diese Weise wird die Info von den Rich-Media-Formaten

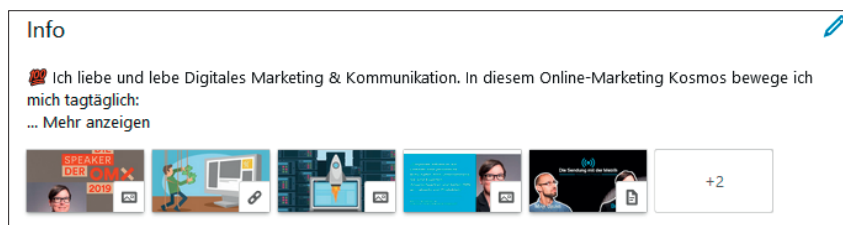


Abb.6: Info inklusive Rich-Media-Formate für Personal Branding und Content-Marketing

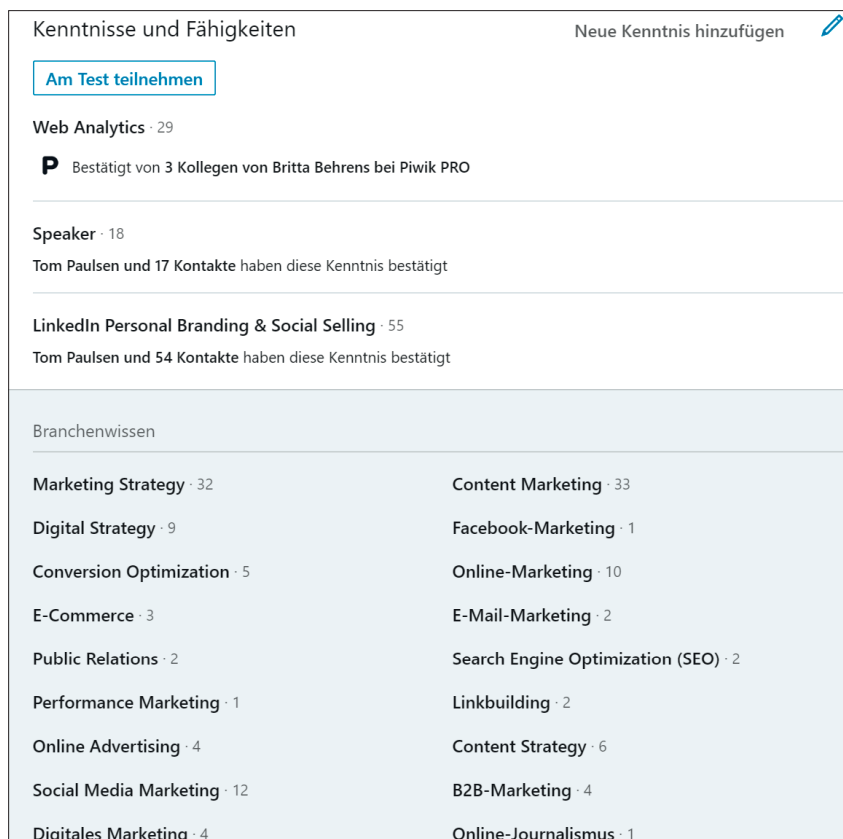


Abb.7: Drei Top-Skills und bis zu 50 Skills können individuell festgelegt und bestätigt werden

getrennt. Auch hier kann man zukünftig x-beliebige Elemente präsentieren. Fokussieren Sie sich und machen nur wenige, aber dafür prägnante Content-Angebote.

Skills und Empfehlungen als Social Proof

Skills sind sehr wertvoll für die Positionierung als Experte auf LinkedIn. Sie können bis zu 50 Skills in Ihrem Profil angeben. Davon wählen Sie drei als Ihre Top-Skills aus. Ihre Erst-Kontakte können Ihnen Ihre Skills bestätigen. Je mehr Kontakte Ihre Fähigkeiten bestätigt haben, desto höher wird Ihre Expertise von LinkedIn eingeschätzt. Daher animieren Sie Ihre Kontakte, Ihre Skills regelmäßig zu

bestätigen. Nutzen Sie das Gesetz der Reziprozität. Bestätigen Sie die Fähigkeiten von anderen und sie werden Ihnen den gleichen Gefallen tun.

Empfehlungen eignen sich hervorragend, um zu zeigen, wie Sie mit anderen erfolgreich zusammengearbeitet haben. Dies ist die beste Referenz, die

man öffentlich auf LinkedIn platzieren kann. Schreiben Sie Kollegen, Vorgesetzten, Geschäfts- und Kooperationspartnern sowie Kunden ein Feedback. Unterstützen Sie sich gegenseitig.

Referenzen und Veröffentlichungen

Zertifikate und Publikationen sind dazu da, Ihre Fähigkeiten und Expertise zu unterstreichen. Zeigen Sie, an welchen Seminaren, Lehrgängen und Kursen Sie teilgenommen haben, die auf Ihre jetzige berufliche Situation einzahlen. Dies belegt, dass Sie stetig am Ball bleiben und sich in Ihrer Branche weiterbilden. Wenn Sie Bücher oder Fachartikel veröffentlicht haben, nutzen Sie die Gelegenheit, diese zu präsentieren.

Ehrenamt und Interessen können Sie nutzen, um Ihrem Netzwerk zu zeigen, wofür Sie eintreten und was Sie bewegt. Zeigen Sie z. B., dass Sie Organspender sind (vielen Dank an Mario Fischer, dass der Website Boosting 60 ein Ausweis beilag), dass Sie sich für die Tafel engagieren oder für Ärzte ohne Grenzen. Zeigen Sie Facetten Ihrer Persönlichkeit und definieren Sie sich auf LinkedIn nicht ausschließlich eindimensional über den Beruf.

LinkedIn Profil-Hacks

Achten Sie unbedingt darauf, dass Ihr Profil für Suchmaschinen freigegeben ist. LinkedIn hat enorme Autorität und SEO-Power, dass Ihr LinkedIn-



Abb.8: Empfehlungen können wechselseitig erteilt werden

Profil bei der Suche Ihres Namens auftaucht und gefunden wird. Sie müssen Ihr Profil für die Indexierung bei Google & Co. freigeben.

Prüfen Sie in den Datenschutz-Einstellungen und bei Ihrem Profilbild unbedingt, wer Ihren Namen und Ihren Headshot sehen darf. Hier sollten Sie die volle Sichtbarkeit einstellen. Sie wollen schließlich von neuen Kontakten gefunden und gesehen werden. Wenn Sie Ihr Profilbild nur für direkte Kontakte freigegeben haben, hat das den Nachteil, dass niemand Ihrer neuen Kontakte Sie vor der Kontaktbestätigung sieht. Stattdessen wird ein graues Icon eingeblendet. Wenn dann auch noch der Nachname gekürzt wird, sieht das Profil völlig anonym aus.

Ein weiterer Nachteil ist zugleich, dass Ihre Kommunikation auf LinkedIn für andere außerhalb des Netzwerks zwar sichtbar ist, aber auch dort das graue Icon statt eines aussagekräftigen Headshots zu sehen ist. Die Wirkung, durch einen Kommentar neue Netzwerkkontakte auf sich aufmerksam zu machen und Neugier zu wecken, verpufft.

Als letzten Tipp empfehle ich, die eigene Profil-URL anzupassen. Hinter dem eigenen Namen verwendet LinkedIn zu Beginn eine kryptische Zahlenreihenfolge, sodass bei Namensdoppelungen keine Probleme auftreten. Diese Zahlenkolonne können Sie eliminieren und eine sprechende URL erstellen. Verwenden Sie Ihren Namen und platzieren Sie dahinter passende Keywords zu Ihrer Expertise. Dies unterstützt das Personal Branding.

Fazit

Positionieren Sie sich auf LinkedIn und arbeiten Sie aktiv an Ihrer Personal Brand. Das Profil ist mehr als nur Ihre digitale Visitenkarte. Es ist Ihre Bühne und häufig der erste Kontakt zu neuen Geschäftspartnern, potenziellen Neukunden und Branchenkollegen.



Abb.9: Anonyme Kontaktanfrage aufgrund der Datenschutzeinstellungen

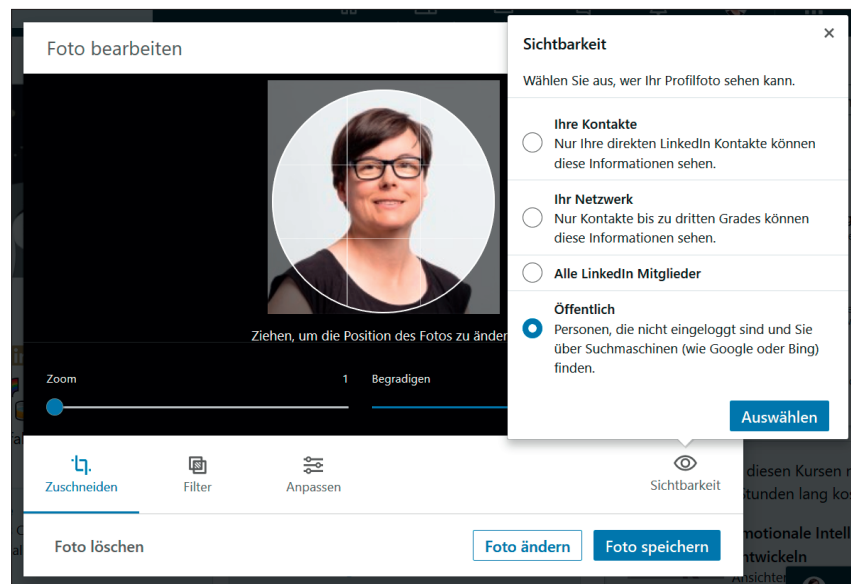


Abb.10: Profilbild öffentlich sichtbar machen

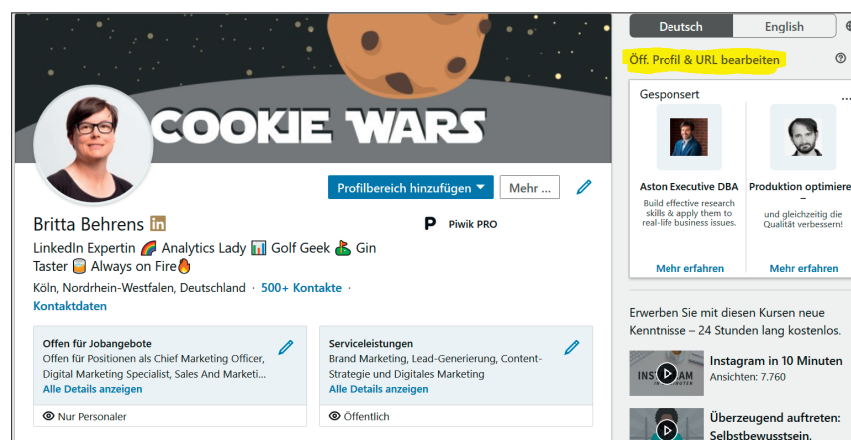


Abb.11: Öffentliches Profil und URL bearbeiten

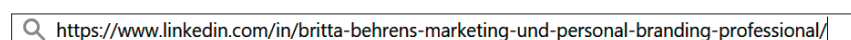


Abb.13: Sprechende-URL fürs LinkedIn-Profil

Nutzen Sie die Gelegenheit und schöpfen Sie die Möglichkeiten aus, die Ihnen LinkedIn bietet. Durch ein aussagekräftiges Profil wecken Sie Neugier und Interesse und unterstreichen gleichzeitig Ihre Expertise. Als schöner

Nebeneffekt schenkt Ihnen LinkedIn zusätzlich organische Reichweite für Ihr Engagement.