

Britta Behrens

LINKEDIN BOOSTING:

„ICH BIN DANN MAL WEG“!

DER ACCOUNT-LOCKDOWN VON BRITTA „BOT“ BEHRENS. WAS WAR PASSIERT UND WIE KÖNNEN SIE SO ETWAS VERHINDERN?

In diesem Artikel erhalten Sie einen persönlichen Erfahrungsbericht zu LinkedIn, was da im Hintergrund passiert und was Sie tun können, wenn Sie irrtümlicherweise in Ihrem eigenen Account als Bot identifiziert und von LinkedIn gesperrt werden. LinkedIn-Expertin Britta Behrens schildert Ihnen die Geschichte, wie es dazu kam und aufgrund welcher Methoden und Mechanismen LinkedIn ihr scheinbar unnatürliches Verhalten so hart sanktionierte.

DIE AUTORIN



Britta Behrens gehört zu den führenden LinkedIn-Experten in Deutschland. Sie beschäftigt sich intensiv mit Social Selling, Content-Marketing & Personal-Branding auf LinkedIn. Sie gibt ihr Wissen als Keynote-Speakerin, Autorin und in Workshops weiter.



Foto: Katarzynabialasiewicz / gettyimages.de

Der Vorfall ereignete sich am Abend des 17. Aprils. Mein Abendprogramm sah vor, dass ich neben der Samstagabend-Unterhaltung in Form eines Films parallel Personen aus meinem Netzwerk zu meinem bevorstehenden Workshop „LinkedIn like a Boss“ einladen wollte – und zwar persönlich via 1:1-Nachricht.

Es ging nicht darum, willkürlich alle meine Netzwerkkontakte mit einer plumpen Werbenachricht zu beglücken, sondern einen ausgewählten, jedoch bei meinem Netzwerk immer noch großen Personenkreis über den bevorstehenden Event zu informieren.

Social-Selling-Prinzipien treu bleiben

Ich bin ein Verfechter von Social Selling. Das bedeutet, dass die allermeisten Kundenkontakte via Inbound-Marketing und Inbound-Sales auf LinkedIn zustande kommen. Ihre Sichtbarkeit, Reputation und Expertise wirken innerhalb des Netzwerks und erzeugen Sogwirkung und eine Weiterempfehlungsspirale. Die Kunden kommen auf Sie zu oder sie werden von Netzwerkpartnern vermittelt.

Es ist aber auch völlig legitim, wenn Sie Bedarf erkennen und das Interesse Ihrer potenziellen Kunden durch Äußerungen oder Handlungen identifiziert haben, ihnen auch von Zeit zu Zeit entsprechende Angebote zu unterbreiten und sie zu informieren. Vor allem, wenn Sie schon längere Zeit in Kontakt stehen und eine informelle Beziehung pflegen. LinkedIn ist eine Business-Plattform und wir sind alle hier, um unser Experten-Wissen zu teilen und zu zeigen, Geschäftsbeziehungen zu pflegen und neue Geschäftspartner und Kunden zu gewinnen.

Meine Aktion fokussierte sich auf Interessenten und Leser des im März erschienenen OMR-LinkedIn-Reports.

die ihr Wissen zu LinkedIn vertiefen wollten, persönlich anzusprechen. Und davon gibt es sicherlich viele. Ich fokussierte mich auf Netzwerkkontakte, die auf meinen Beitrag zur Veröffentlichung reagiert hatten. 309 Reactions und 201 Kommentare galt es zu „beackern“.

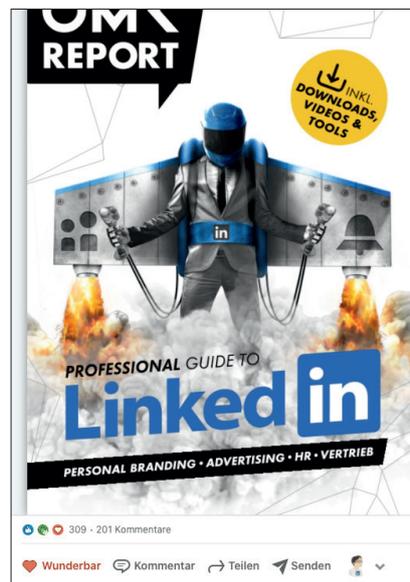


Abb. 1: Der Ursprung der Einladungsaktion: OMR-LinkedIn-Report

Mein Workflow war nicht spektakulär. Ich ging die Kommentare durch und identifizierte passende Kontakte, rief die Profile in neuen Tabs auf und klickte auf den Nachrichten-Button. Die allermeisten waren mit mir bereits vernetzt.

Leadjet Nachrichten-Template

Um mir das ständige Copy-and-Paste aus einem Word-Dokument oder Google-Doc zu erleichtern, setzte ich die Chrome-Extension Leadjet ein. Leadjet ist eigentlich ein CRM-Connector-Tool. Damit lassen sich die Kontaktdaten und die Nachrichtenkonversation auf LinkedIn von Geschäftskontakten in das eigene CRM übertragen. Innerhalb des LinkedIn-Profiles können Sie darüber hinaus auch Status-Updates und Notizen hinterlegen, ohne das CRM aktiv aufrufen zu müssen. Derzeit

arbeitet Leadjet mit vier CRM-Anbietern zusammen und ist bei ihnen offiziell im Marketplace gelistet: Salesforce, Copper, Pipedrive und HubSpot. HubSpot habe ich persönlich im Einsatz.

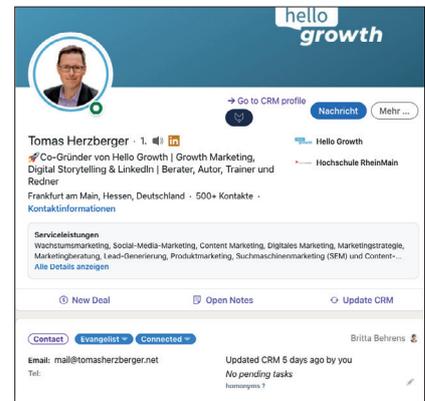


Abb. 2: Leadjet CRM-Connector für LinkedIn

Mit der Zusatzfunktion der Nachrichten-Templates für wiederkehrende Kommunikation verschickte ich meine Einladungen. Eine Alternative wäre hier zum Beispiel die Chrome-Extension Text Blaze.

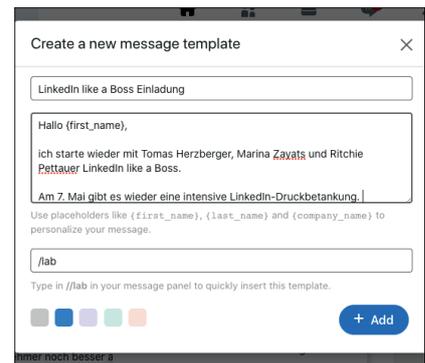


Abb. 3: Leadjet Nachrichten-Template

Manche Interessenten waren bisher nur Kontakte 2. Grades. Diesen schickte ich im Anschluss eine Vernetzungsanfrage mit dem Hinweis zu LinkedIn like a Boss. Bei einer dieser Anfragen ging dann an diesem Abend auf LinkedIn das Licht für mich aus. Der Account wurde gesperrt und die noch zahlreichen offenen Profil-Tabs blieben uninformiert. Bis zu diesem Zeitpunkt hatte ich ca. 150–200 Kontakte angeschrieben.



Abb. 4: Kontaktanfrage an Andreas Klingbeil – OMR-Report-Interessant



Abb. 5: Andreas Klingbeils positive Antwort auf meine Kontaktanfrage

LinkedIn reagiert mit sofortigem Lockdown

Zuvor hatte ich es schon ab und an erlebt, dass LinkedIn bei intensivem Verhalten den User kurzfristig ausloggt und eine Captcha-Abfrage einblendet, um eine Automatisierung auszuschließen. Meist müssen Sie einen Frosch oder ein Nilpferd in die richtige Position auf die Füße stellen. Dann können Sie Ihren Account wieder verwenden.

An diesem Tag gab es keinerlei Vorwarnung, sondern einen direkten Shutdown meines Kontos. Heutzutage würden wir von Lockdown sprechen. Meine Zugänge wurden alle gekappt und ich wurde aufgefordert, mich und meinen Account mit einem Ausweisdokument zu verifizieren. Ich ergriff sofort die Initiative und stellte dem Support meine Daten zur Verfügung. An dieser Stelle hieß es abwarten, was die offizielle Begründung sein würde und wann mein Account wieder freigeschaltet werden würde. Ich hatte natürlich eine leise Ahnung.

LinkedIn-Support einschalten

Es bietet sich bei sämtlichen Problemen mit Ihrem LinkedIn-Account an, das

Support-Formular griffbereit zu haben. Seit dem Vorfall habe ich ein Bookmark fix gesetzt, um schnell agieren zu können. Die Sucherei in der LinkedIn-Hilfe durch die FAQ können Sie sich so sparen (<http://einfach.st/linkedin4>).

In der Regel reagiert der Support innerhalb von 24 Stunden und bemüht sich, den Fall sofort zu klären. Müssen andere interne Verantwortungsbereiche herangezogen werden, leiten sie die Anfrage weiter und halten einen über den aktuellen Status auf dem Laufenden. Hier arbeitet LinkedIn bisher vorbildlich und lösungsorientiert. Daher war ich guter Hoffnung, dass sich mein Fall schnell aufklären lässt. Wichtig hierbei ist, den Fall so konkret wie

möglich zu beschreiben und möglichst mit Screenshots verständlich zu dokumentieren. In meinem Fall genügte die schnelle Reaktion mit dem Versand des Personalausweises.

Community und Netzwerk aktivieren

Nach dem anfänglichen Schock und der Irritation, warum die Reaktion von LinkedIn so massiv ausfiel, nutzte ich die Zwischenzeit, um mein Netzwerk außerhalb von LinkedIn zu informieren und zu aktivieren. Neben einigen WhatsApp-Nachrichten und E-Mails wechselte ich ins andere blaue Netzwerk zu Facebook und postete öffentlich meine LinkedIn-Sperre und zusätzlich

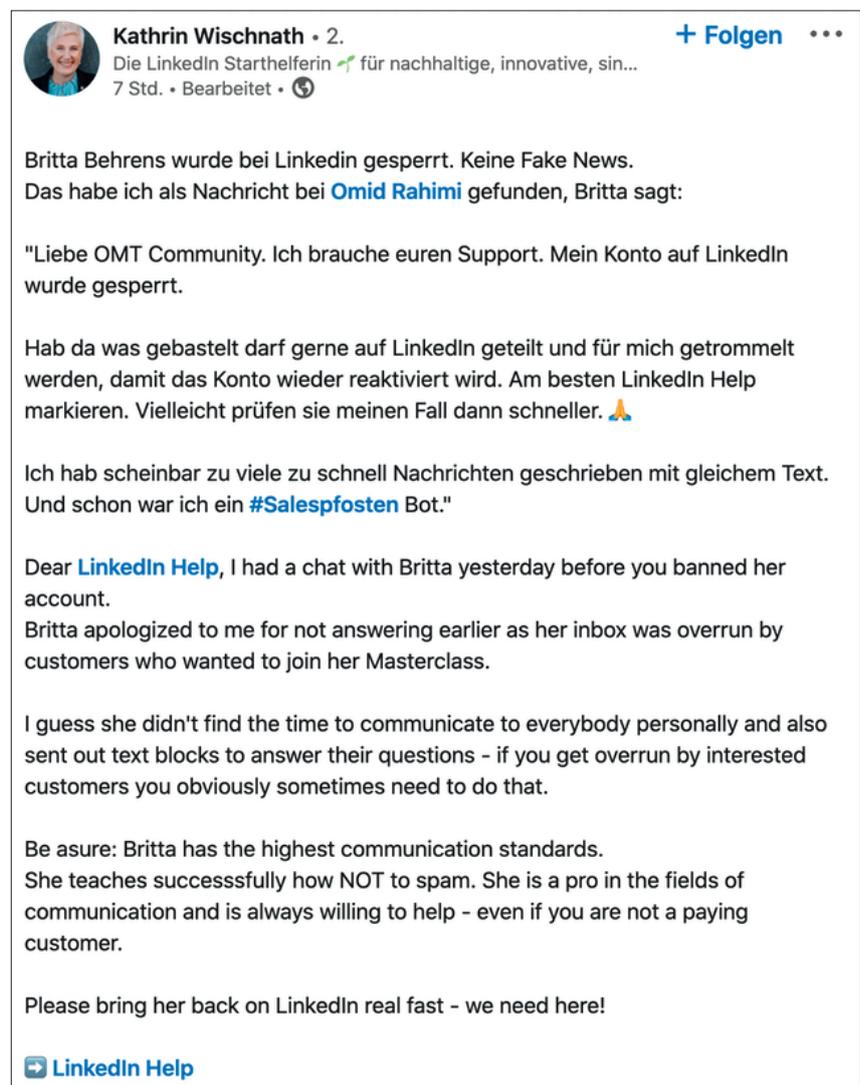


Abb. 6: Kathrin Wischnath sendet LinkedIn Help und ihrem Netzwerk eine Botschaft

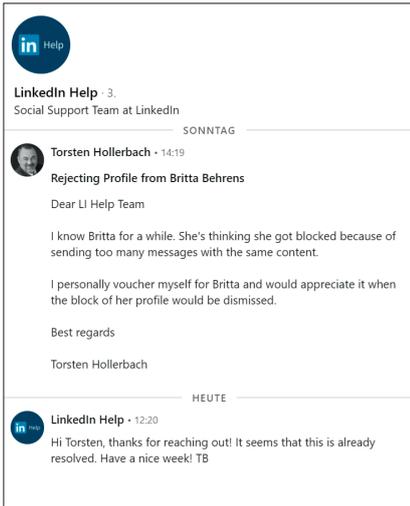


Abb. 7: LinkedIn Help Messenger Support reagiert auf Fall

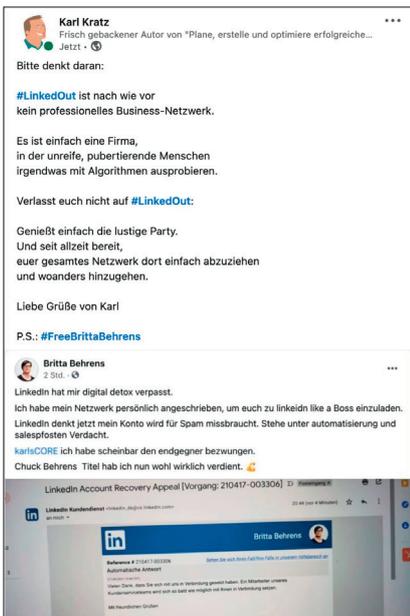


Abb. 8: Karl Kratz – Statement zur LinkedIn-Sperre

in einer der für mich besten Online-Marketing Communities, dem OMT-Club. Eine Welle der Unterstützung schwappte auf mich zu. Viele mobilisierten ihr Netzwerk, machten den Fall publik und schrieben LinkedIn Help und andere LinkedIn-Verantwortlichen direkt an, um meinen Account schneller zu prüfen und mich zurück ins Spiel zu bringen.

Hier zeigt sich die Stärke eines wertgeschätzten qualitativen Netzwerks, das sich gegenseitig unterstützt. Mit ihm bekommen Sie in Notlagen Rückenwind und nicht gehante Unterstützung. Während ich den Sonntag auf dem Golfplatz



Abb. 9: Engagement eines Website-Boosting-Lesers – Danke Markus Geisler

verbrachte, wurden viele Hebel in Bewegung gesetzt und mein Fall wurde auf LinkedIn thematisiert und diskutiert.

Karl Kratz war einer der Ersten, der die Initiative auf Facebook und LinkedIn ergriff und seinen Unmut äußerte. Seine Meinung zu LinkedIn und ihren Maßnahmen wird in seinem Post deutlich. Der Hashtag #freebritta wurde von vielen verwendet und spannenderweise auch von einem treuen Website-Boosting-Leser aufgegriffen und in Szene gesetzt.

Die Einladungen an direkte Netzwerk-Kontakte sowie die neuen Kontaktanfragen mit dem Hinweis zu LinkedIn like a Boss wurden überwiegend positiv wahrgenommen und als informativ empfunden. Es gab zahlreiche Reaktionen und persönliche Nachrichten. Niemand fühlte sich von einem Sales-Pitch aus dem Nichts überrumpelt.

Peter Claus Lamprecht, ein geschätzter Netzwerkkontakt von mir, thematisierte meine Herangehensweise, ob es nicht doch vielleicht ein Marke-

tingstunt sei und dass die Nachricht für ihn doch etwas zu viel Salesgeschmack hatte. Er stellte es öffentlich zur Diskussion. Den Dialog inklusive meiner Stellungnahme können Sie gerne auf LinkedIn nachlesen (<http://einfach.st/lnkedin5>).

Keine beabsichtigte PR-Aktion

Einige wenige Stimmen wurden laut, ob ich die Sperre provoziert hätte, um mit der Support-Aktion den Workshop zu vermarkten und eine noch stärkere Aufmerksamkeit zu erzielen. Ich kann versichern, dass ich meinen LinkedIn-Account mit Sicherheit nicht waghalsig aufs Spiel setzte, um ein paar Tickets mehr zu verkaufen. Hier sind andere Wege und Mittel und vor allem die eigene Reputation wesentlich wirksamer. Und genau diese setzte ich eigentlich ein und nutzte ein klassisches Kommunikationsmittel: die 1:1-Nachrichtenfunktion von LinkedIn.



Abb. 10: Antwort auf LinkedIn-like-a-Boss-Einladung

Die Support-Antwort von LinkedIn

Sonntagabend um 20.51 Uhr erhielt ich eine Support-Nachricht von LinkedIn. Mein Account wurde nach der Prüfung wieder freigeschaltet. Hier die Nachricht im Wortlaut:

„Thank you for providing a copy of your identification. [...] If we receive an abnormally high number of page requests or detect patterns that indicate the use of an automated tool, we may suspend or restrict that account. This is to guard and protect member privacy. This restriction prevented all access to your account as we reviewed the issue. At this time, I have restored access to your account. Feel free to let me know, if you have any questions or would like a phone call. [...]”

LinkedIn Fraud-Detection springt (zu) schnell an

Das Telefongespräch ergab, dass meine Sperre durch das Aufrufen von zig Profilen in sehr kurzer Zeit und das Nonstop-Verschicken von Nachrichten ausgelöst wurde. Britta „Bot“ Behrens war geboren. Im Vergleich zu anderen Netzwerken reagiert der LinkedIn-Fraud-Algorithmus auf ungewöhnliche und unnatürliche Verhaltensmuster extrem stark und sanktioniert einen Power-User sehr schnell. Andere behaupten, dass die Systeme einfach nicht ausreichend ausgereift sind, um die Guten von den Bösen zu unterscheiden. KI kann nicht denken und hat keine Moral. Sie reagiert nach Wenn-Dann-Regeln.

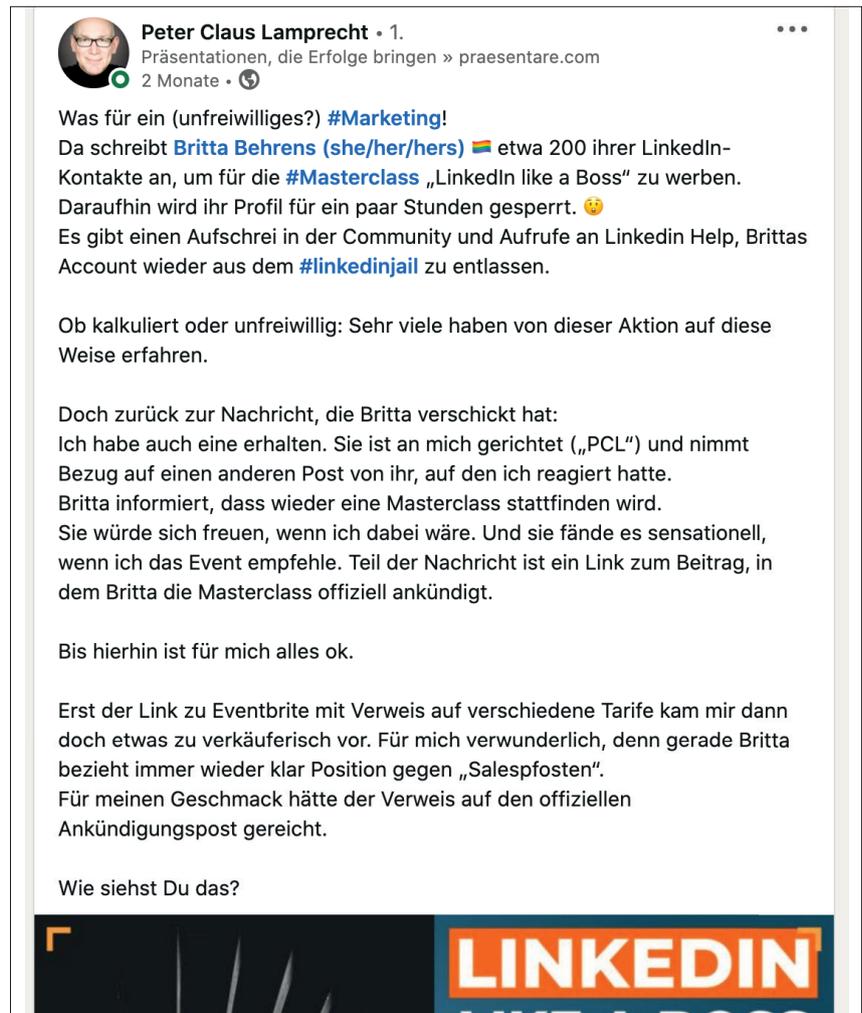


Abb. 11: Peter Claus Lamprecht – Diskussion Salesposten oder Social Selling?

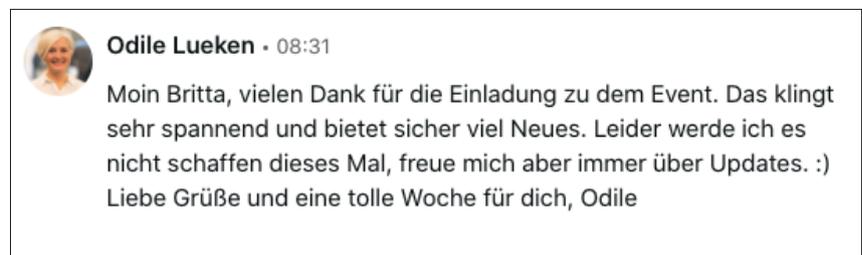


Abb. 12: Odile Luekens Antwort auf die Einladung – Updates Willkommen

LinkedIn verbietet Automation-Tools bewusst

LinkedIn verbietet bewusst Automation-Tools in jedweder Form, die Aufgaben und Aktionen auf LinkedIn ohne manuellen Eingriff ausführen oder Daten unerlaubt scrapen. Es handelt sich um einen Verstoß gegen die Nutzervereinbarung und kann zur Folge haben, dass der Account gesperrt oder ganz geschlossen wird.

Hier ein Auszug aus der Hilfe, den Sie sich online unbedingt vollständig durchlesen sollten: „LinkedIn ist ständig bestrebt, die Daten seiner Mitglieder sowie die Webseite vor Betrug und Missbrauch zu schützen. Damit die Daten unserer Mitglieder und unsere Webseite geschützt sind, erlauben wir keinerlei Verwendung von Drittanbieter-Software (wie Webcrawler, Bots, Browser-Plug-ins oder Browser-

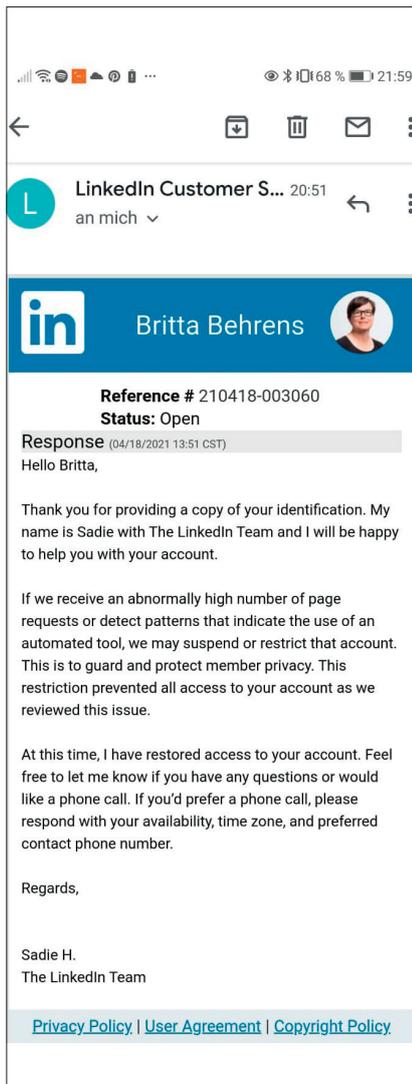


Abb. 13: LinkedIn-Support-Nachricht – Account-Freischaltung

erweiterungen (Add-ons)), die ein Scraping oder eine Automatisierung der Aktivitäten auf der LinkedIn Webseite vornimmt oder das Erscheinungsbild der Webseite verändert. Solche Tools verstoßen gegen die Nutzervereinbarung...“ – <http://einfach.st/linkedin6>).

LinkedIn-Accounts auf Autopilot ein No-Go

Es gibt unzählige Tools, die dafür sorgen, dass Sie z. B. Profile von potenziellen Kunden besuchen, ihnen automatisch Nachrichten und Follow-up-Nachrichten zeitlich terminiert schicken. Mein persönlicher Albtraum, denn diese Nachrichten nerven kolossal und zeigen vor allem eins: negative Wirkung. Die Tools können Skills Ihrer Kontakte automatisch bestätigen, Kommentare oder Likes hinterlassen oder Listen mit neuen Kontakten erstellen und für Sie automatisiert Kontaktanfragen verschicken – ohne dass Sie einen Finger krümmen müssten. Bis auf die Einrichtung des Tools und der jeweiligen Aktion. Klingt verlockend und nach einer Erleichterung und vor allem Zeitersparnis. LinkedIn auf Autopilot.

LinkedIn ist aber ein People-to-People-Netzwerk und es soll nicht zu einem

automatisierten Marketing- und Saleskanal verkommen, wo Sie nicht sicher sein können, ob Sie wirklich direkt mit der Person kommunizieren. Hinter den Handlungen sollen echte Menschen stecken und Beziehungen entstehen.

Sales Navigator besitzt bewusst keine Automation-Funktion

Selbst im kostenpflichtigen Produkt Sales Navigator gibt es für Nutzer keine Automation-Funktionen. Massenmails können bewusst nicht an bereits vorhandene Netzwerkkontakte oder Leads verschickt werden. Es steht nur die 1:1-Messenger- oder Gruppen-Messenger-Funktion zur Verfügung und ein begrenztes Kontingent an InMails für potenzielle Leads, mit denen Sie noch nicht vernetzt sind.

Marketing-Automation muss bewusst aus anderen Tools wie z. B. dem eigenen CRM oder der E-Mail-Marketing-Software erfolgen. Dementsprechend sollten Sie immer darauf bedacht sein, geschäftlich relevante Netzwerkkontakte auch über andere, eigene Kommunikationskanäle anzusprechen und die Daten nicht nur auf LinkedIn zu besitzen.



Moderierte UX-Tests und Nutzerinterviews: 50% effizienter als Inhouse-UX-Tests

- ✓ Ortsunabhängig und kollaborativ UX testen
- ✓ UX und Conversion-Rate optimieren
- ✓ Panel mit über 30.000 Probanden oder eigene Tester

cyberport

zalando

CHECK24

Adobe

Deutsche Telekom

IMMOBILIEN SCOUT24

20% sparen mit dem Gutscheincode Boosting20
Starten Sie Ihre Live-Session unter rapidusertests.com

Tools nicht gänzlich verboten

Ich persönlich nutze eine Vielzahl an „kleinen Helferlein“ auf LinkedIn. Es sind meist Chrome-Extensions zur besseren und schnelleren Kommunikation (Hashtag-Recherche, Company-Page-Interaktion, LinkedIn-Suche u. v. m.), zur Content-Analyse (Shield App) oder zur Sammlung von Informationen über meine Netzwerkkontakte und den Connect zum CRM. Hier ist immer ein manueller Eingriff notwendig. Die bereits oben genannten Automatisierungsfunktionen klingen verlockend, machen durch den Missbrauch aber zu viel kaputt.

LinkedIn entwickelt seine Stärken, wenn Sie authentisch und nahbar auf der Plattform aktiv sind. Ein Profil, das auf Autopilot gestellt ist und nur von Mitarbeitern oder eben Tools gefüttert und gepflegt wird, kann keine erfolgversprechenden Beziehungen aufbauen und wird früher oder später entlarvt. Die Kommunikation auf LinkedIn ist ein stetiges Investment. Durch Ihren sichtbar gewordenen Experten-Status und Ihre Hilfsbereitschaft werden Kunden angezogen. Sie sind Ihr eigener Kundenmagnet.

LinkedIn kämpft gegen Fake-Accounts

Derzeit wird auch LinkedIn von Fake-Accounts geflutet, die massiv als Like Bots eingesetzt werden. Auch mein Profil wird in letzter Zeit immer wieder mit Fake-Likes und Fake-Followern torpediert. Ein manuelles Eingreifen seitens des Users gleicht einem Kampf gegen Windmühlen. Hier müssen die automatischen Mechanismen von LinkedIn greifen.

In ihrem aktuellen Community-Report (<http://einfach.st/linkedin7>) für das zweite Halbjahr 2020 schreiben sie, dass sie weltweit 11,6 Mio. Fake-Accounts direkt bei der Registrierung identifiziert und gelöscht haben, weitere

3 Mio. durch eigene Identifizierung auf der Plattform und 111 Tsd. Fake-Accounts von Mitgliedern gemeldet und anschließend geschlossen wurden. Die gemeldeten Fälle von Nutzern wirken vergleichsweise niedrig. Die Entwicklung von Fake-Accounts muss LinkedIn stark verfolgen, um eine einsatzfähige und gern genutzte Plattform zu bleiben. Dementsprechend beobachten sie massiv unnatürliches Verhalten.

Kaltakquise auf dem Vormarsch

Ein weiterer Dorn im Auge von LinkedIn sind die Kaltakquisiteure. Es herrscht Goldgräberstimmung. An vielen Stellen wird suggeriert, dass LinkedIn das neue Schlaraffenland für einen schnellen Deal sei. Und vermeintliche Lead-Agenturen befeuern mit ihren automatisierten Dienstleistungen diesen Glauben. Accounts werden angelegt, um rasant schnell ein Netzwerk von Zehntausenden aufzubauen, um nichts anderes zu tun, als Sales-Pitches für Erstgespräche zu akquirieren.

LinkedIn hat seit wenigen Monaten eine neue Maßnahme ergriffen, um dies einzudämmen. Zum Nachteil aller LinkedIn-Mitglieder. Pro Woche hat jedes Mitglied die Möglichkeit, 100 Kontaktforderungen zu versenden. Somit können im Höchstfall nur noch 400 Kontakte pro Monat ins Netzwerk aufgenommen werden. Damit soll strategisches und qualitatives Netzwerken in den Mittelpunkt gestellt werden. Die Jäger und Sammler bekommen eine Schranke.

Fazit

Auch LinkedIn ist alles andere als perfekt. Echte Menschen mit guten Absichten und wertschätzender Kommunikation werden unter Bot-Verdacht gestellt und aus dem Netzwerk (kurzfristig) ausgeschlossen. Dies kann passieren, wenn die Mechanismen so stark auf unnatürliches Verhalten eingestellt sind, dass man ins Raster fällt.

Daher meine Empfehlung: sukzessiv und in homöopathischen Dosen Netzwerkkontakte mit Informationen versorgen oder die Kontakte sinnvoll über andere Kommunikationskanäle ansprechen und das Netzwerk im eigenen CRM pflegen. Dies frisst mit Sicherheit weniger Ressourcen, ist zeit-effizienter und bereitet keine Sorgenfalten, wenn der Account kurzfristig gesperrt wird.

Wir alle sollten dafür sorgen, dass LinkedIn eine Business-Austauschplattform bleibt, um Erfahrungen und Wissen auszutauschen, seine Expertise zu zeigen und natürlich auch anzubieten und Geschäftskontakte anzubahnen oder Geschäftspartner einander zu empfehlen. Fallen Sie nicht auf Dienstleister rein, die Ihnen Leads versprechen und Ihren Account auf Autopilot stellen wollen.

Sales ist auf der Plattform ausdrücklich erlaubt, wenn er gut gemacht und vorbereitet ist. Timing und echter Bedarf spielen eine wichtige Rolle. Das was Sie selbst an Know-how und Erfahrungen in Ihr Netzwerk hineingeben, werden Sie an anderer Stelle ernten und langfristig profitieren. Ich freue mich auf den fachlichen Austausch mit Ihnen auf LinkedIn und lade Sie herzlich gerne zum kommenden LinkedIn-like-a-Boss-Workshop ein. ;-) ¶



Abb. 14: Ich bin wieder da – Posting zur Reaktivierung des Accounts