

Inhalt

Geleitwort von Britta Behrens	15
Einleitung	17
1 Was kann LinkedIn leisten?	19
1.1 Aktuelle Nutzungsdaten von LinkedIn	19
1.2 Chancen und Möglichkeiten auf LinkedIn	23
1.3 Die verschiedenen Profilvarianten	29
1.4 Zusammenfassung	32
2 Markenbildung	35
2.1 Was ist eine Marke eigentlich?	36
2.2 Warum sind Marken wichtig?	37
2.3 Kannst du eine Marke allein auf LinkedIn aufbauen?	40
2.4 Wie viel ist eine Marke wert?	43
2.5 Wie funktioniert Branding?	48
2.6 Was macht eine gute Marke aus?	53
2.7 Zwischen Plan und Realität: Brand-Concept vs. Brand-Image	55
2.7.1 (Wahrgenommene) Marktführer	57
2.7.2 Challenger	59
2.7.3 Innovationstreiber	59
2.7.4 Emotional Leader	59
2.8 Erst durch die Mitarbeiter*innen wird eine Marke lebendig	65
2.9 Zusammenfassung	68
3 Social Media im Unternehmen	71
3.1 Die zentralen Unternehmenskanäle	73
3.2 Die individuellen Kanäle der Mitarbeitenden	77

4	Die eigene Positionierung: Deine Personal Brand	79
4.1	Deine Ziele	79
4.2	Deine Zielgruppen	82
4.2.1	Wer ist in deiner primären Zielgruppe?	82
4.2.2	Wer ist in deiner sekundären Zielgruppe?	83
4.3	Deine Superkräfte	85
4.3.1	Frage deine Mitmenschen	86
4.3.2	Mache einen Persönlichkeitstest	86
4.4	Deine Themen und Botschaften	87
4.5	Dein Personal Branding Pitch	93
4.5.1	Wie sieht der Personal Branding Pitch im Info-Feld aus?	95
4.5.2	Beispiele für richtig gute Personal Branding Pitches	96
4.6	Zusammenfassung	100
5	So verbesserst du dein Profil und schärfst deine Marke	103
5.1	Grundlagen und Einstellungen	104
5.1.1	In welcher Sprache sollte ich mein Profil pflegen?	105
5.1.2	Wie vollständig sollte ich mein Profil ausfüllen?	106
5.2	Kontoeinstellungen	108
5.2.1	Einloggen und Sicherheit	109
5.2.2	Sichtbarkeit	110
5.2.3	Sichtbarkeit deiner LinkedIn-Aktivitäten	113
5.2.4	Datenschutz	115
5.3	Der erste Eindruck zählt: Das richtige Profilbild wählen	116
5.4	Geheimtipp: Der Profil-Slogan	120
5.5	Dein persönliches Plakat: Der Profil-Header	122
5.6	Deine Kontaktinformationen	126
5.7	Zeige Profil in deiner Info	128
5.8	Was steht bei dir im Fokus?	134
5.9	Deine Berufserfahrung	135
5.10	You never walk alone: Empfehlungen, Kenntnisse und Fähigkeiten	138
5.11	Für Freelancer & Solopreneure: Die Service-Seite	139

5.12	Unauffällig, aber nicht unwichtig: Profil-Details	140
5.13	Frequently Asked Questions	143
5.14	Zusammenfassung	145
6	Adieu Schreibblockade: Deine Inhalte	147
6.1	Wie du die richtigen Themen für deine Beiträge findest	148
6.1.1	Die unterschätzte Macht der Kommentare	148
6.1.2	Über welche Themen sollte ich schreiben?	151
6.1.3	Jetzt mal Tacheles: Was soll ich posten?	152
6.1.4	Soll ich private Themen auf LinkedIn posten?	154
6.1.5	Wie funktioniert der LinkedIn-Algorithmus?	156
6.1.6	Gibt es noch mehr Inspirationsquellen?	156
6.1.7	Wie oft solltest du posten?	159
6.1.8	Wann solltest du posten?	160
6.1.9	Warum sollte jemanden meine Meinung interessieren?	161
6.1.10	3-Punkte-Checkliste für Creator	162
6.2	Wie du deinen Ideenspeicher erstellst	163
6.3	Wie du mentale Schreibblockaden überwindest	168
6.4	Prozesse machen Profis: der LinkedIn-Workflow	169
6.4.1	Einfacher Prozess für Teilzeit-Creator	169
6.4.2	LinkedIn-Workflow für ambitionierte Content Creator	169
6.4.3	Ab wann sich ein Ghostwriter lohnt	170
6.5	Tools, Tipps und Tricks für besseres Social-Marketing	173
6.5.1	Netiquette	173
6.5.2	Social-Media-Guidelines	175
6.5.3	Small Talk	175
6.5.4	Tools	176
6.6	Zusammenfassung	176
7	Formate für deine Beiträge	179
7.1	Die Formate auf LinkedIn	179
7.2	So gestaltest du Texte, die auch gelesen werden	180
7.2.1	Der Anfang	181
7.2.2	Die Mitte	183
7.2.3	Das Ende	185

7.2.4	Sollte ich Text formatieren? Und wenn ja, wie?	186
7.2.5	Wie lang sollte mein Beitrag sein?	186
7.2.6	In welcher Sprache sollte ich meinen Beitrag verfassen?	187
7.3	Für die Thought Leader: Artikel und Newsletter auf LinkedIn	187
7.4	Wie du Hashtags richtig nutzt	192
7.4.1	Wie funktionieren Hashtags auf LinkedIn?	192
7.4.2	Welche Hashtags sollte ich verwenden?	193
7.5	Bitte nur dosiert anwenden: Leute taggen	194
7.6	Der Eyecatcher für deinen Beitrag: Bilder	195
7.6.1	Was gilt es bei einem Bild zu beachten?	195
7.6.2	Wie professionell muss das Bild sein?	197
7.6.3	Die Sache mit den Bildrechten	198
7.7	Einfach mal eine Frage stellen: Umfragen	200
7.8	Der Geheimtipp: PDF-Slider aka »Dokument«	201
7.8.1	Was ist der PDF-Slider?	202
7.8.2	Wie erstelle ich einen guten PDF-Slider?	202
7.8.3	Welche Themen eignen sich für einen PDF-Slider?	203
7.9	Lohnen sich Videos bei LinkedIn?	203
7.9.1	Video- und Audio-Events	205
7.10	Zusammenfassung	206
8	Strukturen für deine Beiträge	207
8.1	Wie du die Aufmerksamkeit deiner Leserschaft gewinnst	207
8.2	Listicles	209
8.3	Tutorials	210
8.4	Situation – Konflikt – Lösung	211
8.5	Storytelling	212
8.6	Warum erfolgreiche Marken (fast immer) gute Geschichten erzählen	212
8.6.1	Warum Geschichten auch für Unternehmen relevant sind	213
8.7	Die Anatomie eines Storytelling-Beitrags	218
8.7.1	Der Anfang: Es war einmal	218
8.7.2	Die Mitte: Held und Herausforderung	218
8.7.3	Das Ende: Kontext und Relevanz	219

8.8 »Storytells« erwecken deine Beiträge zum Leben	220
8.9 Wie du mit Engagement-Trigger mehr Interaktion erzielst	221
8.9.1 Was sind Engagement-Trigger?	222
8.9.2 Was du bei Engagement-Triggern beachten solltest	230
8.10 Zusammenfassung	231
9 Networking	233
9.1 Die wichtigsten drei Netzwerke in deinem Leben	233
9.2 Wie du dein Netzwerk aufbaust	234
9.3 Die richtigen Menschen finden: Wie funktioniert die Suche?	235
9.3.1 Definiere deine Suchbegriffe	236
9.3.2 Wie die Suchfilter funktionieren	237
9.3.3 Erstellen von booleschen Suchzeichenfolgen	239
9.3.4 Tipps aus der Praxis	241
9.4 Wie deine Kontaktanfragen bestätigt werden	242
9.5 Die Macht der Kommentare	246
9.6 Networking auf echten Business-Partys	248
9.7 Idioten gibt es überall: Wie du mit Trollen umgehst	249
9.7.1 Wie ein Shitstorm entsteht	251
9.7.2 Wie man mit Kritiker*innen umgehen sollte	252
9.7.3 Wie man mit Trollen und Hatern umgeht	253
9.8 Hatespeech auf Social Media	255
9.9 Zusammenfassung	257
10 Influencerinnen und Influencer	259
10.1 Wie man andere Menschen beeinflusst	259
10.2 Welche Rolle spielen Influencer*innen auf LinkedIn?	266
10.2.1 LinkedIn Top Voice (die blauen Badges)	268
10.2.2 Community Top Voice (die goldenen Badges)	269
10.2.3 Expert*innen abseits der LinkedIn-Badges	270
10.3 Zusammenfassung	274

11 Corporate Influencer: Die Botschafter*innen deiner Marke	275
11.1 Was sind Corporate Influencer?	275
11.1.1 Welche Unternehmen haben bereits Corporate Influencer?	276
11.1.2 Was sind die Vorteile von Corporate Influencern?	277
11.2 Voraussetzungen für erfolgreiches Corporate-Influencer-Programm	279
11.3 Umsetzung	282
11.4 Einwände & FAQ	284
11.5 Checkliste: Corporate Influencer	288
11.6 Zusammenfassung	288
12 Unternehmensprofile	291
12.1 Für wen lohnt sich ein Unternehmensprofil?	291
12.2 Aus welchen Bestandteilen besteht ein Unternehmensprofil?	295
12.3 Verwaltung des Unternehmensprofils	301
12.4 Wie man mehr Follower*innen generiert	302
12.5 Die Rolle des Unternehmensprofils für Marketing, Vertrieb und HR	306
12.5.1 Marketing	306
12.5.2 Human Resources	307
12.5.3 Vertrieb	308
12.5.4 Zusammenspiel zwischen Company Page & Corporate Influencer	309
12.5.5 Worüber sollte die Company Page posten?	310
12.5.6 Neue und versteckte Tipps, Tricks und Funktionen	311
12.6 Checkliste: Unternehmensprofil	315
12.7 Zusammenfassung	315
13 Social Selling	317
13.1 Warum ist Social Selling wichtig?	317
13.2 Was ist Social Selling?	320

13.3 Wie funktioniert Social Selling?	321
13.3.1 Ein richtig gutes Profil	321
13.3.2 Social Listening: Was interessiert deine Leads?	321
13.3.3 Netzwerk ausbauen	322
13.3.4 Netzwerk stärken und Kontakte pflegen	325
13.3.5 Expertise zeigen durch eigene Beiträge	326
13.3.6 Social Selling Use Case von Hays	328
13.4 Was sind die Voraussetzungen für Social Selling?	329
13.4.1 Die richtige Erwartungshaltung	329
13.4.2 Ein gutes Profil	330
13.4.3 Ehrliches Interesse an Menschen	331
13.4.4 Fokus	332
13.4.5 Organisation	333
13.5 Der Social Selling Index: Was ist das und wie kann es mir helfen?	334
13.5.1 Wie kannst du den SSI nutzen?	336
13.5.2 Was gibt es zu beachten?	336
13.6 Social Selling implementieren	338
13.7 Social Selling Hacks	340
13.8 Zusammenfassung	342
14 Die 3 Säulen des Social Recruiting	343
14.1 Social-Media-Werbung	344
14.2 Active Sourcing	345
14.3 Die Kraft der Corporate Influencer: Mitarbeitende als Multiplikator*innen für dein Recruiting	349
14.4 Zusammenfassung	350
15 Werben auf LinkedIn	353
15.1 Die Grundlagen	353
15.2 Voraussetzungen	355
15.3 Rollen im Kampagnenmanager	355
15.4 Kampagnen auf LinkedIn schalten: Funktionen und Aufbau	356

15.5 Achtung, teuer! Nutze die richtige Kampagnenstrategie	358
15.5.1 Ziele auswählen	359
15.5.2 Best Practices	361
15.6 Targeting: So findest du die richtigen Menschen	363
15.6.1 Wie du deine Kampagnen optimieren kannst	365
15.6.2 Matched Audiences	365
15.7 Welche Anzeigenformate lohnen sich – und welche nicht?	367
15.7.1 Bildanzeigen	370
15.7.2 Video Ads	372
15.7.3 Conversation Ads	375
15.7.4 Thought Leader Ads: Positioniere dich als Expert*in	376
15.7.5 Message Ads	377
15.7.6 Click-to-Message Ads	378
15.7.7 Lead Gen Forms	379
15.7.8 Text Ads	381
15.7.9 Dynamic Ads	382
15.8 Nach dem Klick ist vor dem Lead: Baue deinen Funnel auf!	383
15.9 Zusammenfassung	387
16 Wie man LinkedIn in den Arbeitsalltag integriert	389
16.1 Die magischen 5 Minuten: tägliches Networking	391
16.2 Die magischen 60 Minuten: deine Beiträge	392
16.2.1 Direkt drauflos schreiben, wenn die Muse küsst	392
16.2.2 Baue deine Routine auf	393
16.3 Zusammenfassung	397
17 Tools	399
17.1 Tools für die Erstellung deiner Beiträge	399
17.1.1 Speziell für Creator auf LinkedIn gemacht: AuthoredUp	399
17.1.2 Canva: das Schweizer Taschenmesser aus Australien	401
17.1.3 CapCut: Videobearbeitung leicht gemacht für LinkedIn	403
17.1.4 Taplio: Die umfassende Plattform für LinkedIn Branding	403
17.1.5 Follower Insights for LinkedIn	404
17.1.6 ChatGPT	404
17.1.7 KI-Funktionen bei LinkedIn	407

17.2 Verkaufen wie ein Profi mit dem Sales Navigator	407
17.3 LinkedIn Learning: Die Lernplattform für Mitarbeiter*innen	410
17.4 Für Personaler*innen: Talent Solutions	412
17.5 Zeit und Nerven sparen mit diesen kleinen Helferlein	413
17.6 Zusammenfassung	415
Index	417