

ANDREA
GRUNDMANN

LinkedIn Profiloptimierung

LinkedIn
INSIGHTS 01

Ihr LinkedIn-Profil – das Tor zu 740 Millionen Geschäftskontakten

LinkedIn ist die weltweit größte Business Plattform und gewinnt auch in Deutschland und der DACH-Region immer mehr an Bedeutung.

Ca. 740 Millionen User weltweit und bereits über 16 Millionen deutschsprachige Mitglieder nutzen das Portal, um sich mit Kollegen, Unternehmen oder Marken zu vernetzen und neue Geschäftskontakte zu knüpfen. Das war allein in der DACH-Region Ende 2020 ein Wachstum von über 1 Million aktiver User innerhalb von 6 Monaten.

Im B2B hat sich das Netzwerk längst als wichtigstes Werkzeug für **Leadgenerierung, Recruiting** und **Markenaufbau** etabliert und ist gleichzeitig zu einer vollständigen SocialMedia Plattform gewachsen, bei der es um persönliche Interaktion im Business-Kontext geht. Insbesondere Entscheidungsträger verbringen hier viel Zeit, um sich zu informieren und zu vernetzen.

Besonders beeindruckend sind die stetig wachsenden Interaktionen (in 2021 ca. 50%), was zeigt, dass nicht nur die Nutzerzahlen steigen sondern diese dort auch enorm aktiv sind. Dabei ist die Bandbreite einzigartig:

Pro Woche werden ca. 1 Million Stunden E-Learning konsumiert, pro Sekunde ca. 55 Bewerbungen eingereicht und alle 7 Sekunden eine Stelle besetzt.

„Mit unserer Serie **LinkedIn-INSIGHTS** zeigen wir Schritt für Schritt, worauf es beim Netzwerken auf LinkedIn ankommt ...“

Für Marketing und Vertrieb sind die Möglichkeiten, Sichtbarkeit und Reichweite zu generieren – und das bei sauber targetierten B2B-Zielgruppen – gewaltig. Dementsprechend hoch sind Wettbewerb und Kommunikationsdichte bereits jetzt. Um so wichtiger ist eine umfassende Kommunikations-Strategie für das sich ständig weiterentwickelnde Netzwerk, um die großen Potentiale zu erschließen.

Mit unserer kleinen Serie **LinkedIn-INSIGHTS** zeigen wir Schritt für Schritt, worauf es beim Netzwerken auf LinkedIn ankommt und verraten wertvolle Tricks und Hacks für mehr Erfolg und Spaß.

Als erstes befassen wir uns mit dem persönlichen LinkedIn-Profil, das die Basis für jede Aktivität ist.

The LinkedIn logo is centered in the lower half of the page. It features the word "LinkedIn" in a bold, red, sans-serif font. The "in" part is enclosed in a red square. The background behind the logo consists of several large, light blue, brush-stroke-like arrows pointing outwards from the center, creating a dynamic, network-like pattern.

Seien Sie interessant, relevant und heben Sie sich ab!

Ihr **persönliches LinkedIn-Profil** ist der erste und wichtigste Kontaktpunkt im Netzwerk. Hier entscheidet sich – oft innerhalb von Sekunden –, ob Sie für einen potenziellen Geschäftspartner oder Mitarbeiter interessant sind oder nicht. Umso entscheidender ist es, dass Sie es ausdrucksstark und individuell gestalten.

Es ist auf LinkedIn sehr einfach möglich, eine eigene Marke zu werden und es lohnt sich, das eigene Profil zu optimieren und anderen Mitgliedern ganz gezielt die wichtigsten Informationen mitzuteilen.

01. **Fassen Sie sich kurz!** Weniger ist mehr.
02. Achten Sie darauf, dass Ihr Gesicht auf Ihrem **Profilfoto** gut zu erkennen ist.
03. Wählen Sie ein **Titelbild**, das Sie bei sozialer Interaktion im Geschäftsumfeld zeigt oder Ihr Thema visualisiert.
04. Formulieren Sie eine aussagekräftige Beschreibung (**Headline**).
05. Texten Sie die **Zusammenfassung** Ihres Profils interessant und prägnant.
06. Integrieren Sie einen klaren **Call-To-Action** am Ende Ihrer Profil-Info.
07. Sammeln Sie **LinkedIn-Empfehlungen** von Kollegen, Freunden oder guten Kunden.
08. Lassen Sie sich Ihre **Kenntnisse** bestätigen.
09. Fokussieren Sie sich bei Ihrem **Lebenslauf** auf die wichtigsten Stationen Ihrer Karriere.
10. Wählen Sie Ihre **Interessen** sorgfältig aus.
11. Nutzen Sie **Keywords**, um von anderen gezielt gefunden zu werden.

Reduktion auf das Wesentliche

Bei Ihrem Profil gilt wie so oft: Weniger ist mehr.

Ihr Profil ist das, was neue Kontakte von Ihnen wahrnehmen. Kommunizieren Sie dort nur die Informationen, die wirklich wichtig sind. Bei einem seitenlangen Profil ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass Ihre Kontakte nur einen kleinen Teil überhaupt lesen.

Überlegen Sie genau, welcher das sein soll, und beschränken Sie sich dann konkret auf diesen.

Ihre Expertise: die Profil-Überschrift

Die „Überschrift“ unter Ihrem Profilfoto ist das, was ein Kontakt inhaltlich als erstes von Ihnen wahrnimmt. Stellen Sie Ihre besondere Tätigkeit vor und erwähnen Ihre Alleinstellungsmerkmale und den Nutzen. Zum Beispiel indem Sie diese zwei Fragen beantworten: Was bieten Sie an? Und für wen?

Bezeichnungen wie „Geschäftsführer“ oder „Bereichsleiter XY“ sind unspezifisch und geben keinerlei Aufschluss über Ihre Expertise. Sie locken damit höchstens Vertriebler an, die etwas an Entscheider verkaufen wollen.

Ihr Profilfoto

Überzeugen Sie mit Sympathie und Persönlichkeit: am besten professionell und authentisch. Es lohnt sich unbedingt, in einen guten Fotografen zu investieren. Denn für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance.

Achten Sie bei Ihrem Profilbild auch darauf, dass Ihr Gesicht auf den ersten Blick und auch auf dem Smartphone gut zu erkennen ist.

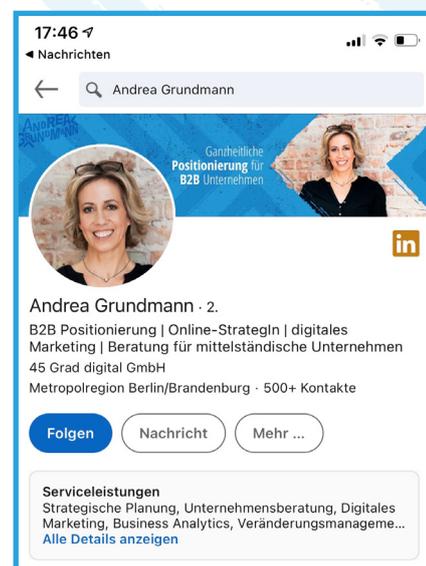


Ein aussagekräftiges Titelbild

Mit einem interessant gestalteten Titelbild können Sie gezielt die Aufmerksamkeit Ihrer wichtigsten Geschäftspartner generieren – für Ihr Thema, Ihren Expertenstatus oder Ihr Unternehmen.

Vielleicht haben Sie ein tolles Foto von einer Veranstaltung oder einem Vortrag von sich? Bilder im Business-Kontext machen sich auf LinkedIn besonders gut, da sie die soziale Interaktion im Geschäftsumfeld betonen. Bilder, auf denen Sie bei Veranstaltungen sprechen, unterstreichen zusätzlich Ihre Expertise und vermitteln Autorität.

Beachten Sie unbedingt, dass die meisten Besucher LinkedIn auf dem Mobiltelefon nutzen und optimieren Sie das Motiv und den Ausschnitt für die Ansicht auf dem Handy.



Etwas mehr ins Detail: die Profil-Info

Wenn Sie es geschafft haben mit den bisherigen Elementen das Interesse Ihres Profilbesuchers zu wecken, dann stehen die Chancen gut, dass er auch den Infotext liest.

Verwenden Sie unbedingt in den ersten Zeilen einen spannenden Textestieg, damit der Leser auf „mehr“ klickt. Nun haben Sie die Chance, mehr von sich und Ihrem Angebot zu schreiben: Wer sind Sie? Was machen Sie? Warum lohnt sich ein Kennenlernen? Nennen Sie gern auch Ihre Ziele und die wichtigsten Leistungen, die Ihre Fähigkeiten widerspiegeln.

Verpacken Sie Ihre Erfahrungen in eine spannende Geschichte, erzählen Sie, was Sie während Ihrer beruflichen Laufbahn gelernt haben und welche Ergebnisse Sie für andere erzielen. Wenn relevant können hierbei auch private Aspekte mit einfließen.

Beziehen Sie Position: Verleihen Sie Ihrer Persönlichkeit Ausdruck und Individualität, indem Sie Ihre Werte, Stärken und Meinungen mit einfließen lassen. Was macht Sie unverwechselbar?

„Scheuen Sie sich nicht, Ihre Meinung zu gewissen Themen zu kommunizieren...“

Scheuen Sie sich nicht, Ihre Meinung zu gewissen Themen zu kommunizieren oder auch kontroverse Aussagen zu treffen, denn das zeigt Ihre Persönlichkeit und zieht die richtigen Menschen an.

Last but not least: eine Handlungsaufforderung.

Sie wollen, dass Interessenten Kontakt mit Ihnen aufnehmen? Dabei hilft ein klarer Call-To-Action. In diesem können Sie Profilbesucher dazu bringen, sich mit Ihnen zu vernetzen, ein Gespräch zu initiieren oder sich zu Ihrem Newsletter anzumelden.

LinkedIn Empfehlungen sammeln

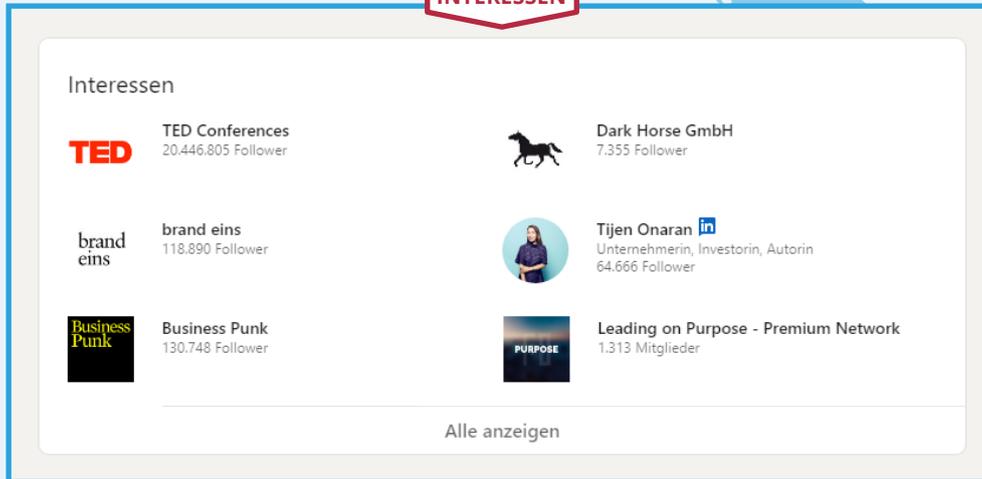
Empfehlungen sind eines der wertvollsten Features auf LinkedIn für SocialProof. Die Empfehlungen werden direkt auf Ihrem Profil angezeigt und steigern die Aussagekraft Ihres Accounts erheblich. Und da die Empfehlungen direkt auf der Plattform verfasst werden, genießen Sie ein hohes Maß an Kreditibilität und wirken noch überzeugender als gesammelte Rezensionen auf der eigenen Webseite.

PROFILINFO

Haben Sie Lust bekommen, mehr zu erfahren? Dann lade ich Sie ein, meinen Newsletter zu abonnieren, in dem ich regelmäßig über B2B-Online-Potenziale, Erfolgs-Strategien und spannende Denkfehler schreibe und Unternehmer zum Handeln inspiriere.

Seien Sie gespannt und melden Sie sich an: www.andreagrundmann.de/strategie-kick/

INTERESSEN



Die richtigen Interessen

Ihre angegebenen Interessen geben Aufschluss über Ihre Themen, Ihren Fokus und sind für alle in Ihrem Netzwerk ersichtlich. Machen Sie sich also vor der Auswahl Gedanken, welche Interessen wirklich zu Ihnen passen und was Besucher daraus schließen werden.

Ihr LinkedIn Lebenslauf

Ihr LinkedIn Profil ermöglicht es Ihnen Ihre Karrierelaufbahn und Bildung in tabellarischer Reihenfolge abzubilden. Fokussieren Sie sich dabei besonders auf Ihre aktuelle Position bzw. auf das, was neue Kontakte von Ihnen wahrnehmen sollen. Niemand möchte hier einen formalen CV von mehreren Seiten lesen.

Lassen Sie alles Nebensächliche weg. LinkedIn macht es einem leicht und fragt die entsprechenden Informationen nach und nach ab. Legen Sie den Fokus auf Ihre aktuelle Tätigkeit. Die Portfolio-Funktion bietet Ihnen die Möglichkeit, Ihren Berufserfahrungen wichtige Informationen hinzuzufügen. Auch hierbei ist weniger mehr.

Lassen Sie sich Ihre Kenntnisse bestätigen

Auch Ihre speziellen Kenntnisse und Erfahrungen können Sie sich von Kollegen, Kunden oder Geschäftspartnern bestätigen lassen.

Machen Sie neue Geschäftsbeziehungen auf dieses LinkedIn Feature aufmerksam, somit gelingt es Ihnen mit der Zeit Ihr Profil, mittels „socialproof“ noch überzeugungsstärker zu gestalten.

Die richtigen Keywords: so werden Sie gefunden

LinkedIn ist nicht nur ein extrem großes und vielseitiges Netzwerk. Es ist auch eine wunderbare Suchmaschine und Fundgrube. Voraussetzung dafür, gefunden zu werden, ist die Verwendung der richtigen Keywords (Suchbegriffe) in Ihren Texten. Überlegen Sie also, nach welchen Begriffen Ihre bevorzugten Zielpersonen suchen könnten und lassen Sie diese in Ihre Beschreibung einfließen.

Fazit

Ein durchdacht aufgebautes LinkedIn Profil ist das Fundament für Ihr erfolgreiches Netzwerken. Es weckt das Interesse der richtigen Personen, macht diese auf Ihre Dienstleistungen oder Produkte aufmerksam und bringt Geschäftskontakte dazu, sich mit Ihnen in Verbindung zu setzen.

Die perfekte Ausgangsbasis, um effizient und erfolgreich das Netzwerk für Ihre eigenen Interessen zu nutzen.

„Positionierung ist kein Marketing.
Sondern die Basis des Unternehmens und
das Herzstück der Gesamt-Strategie.“

„Ich bin Gründerin und Geschäftsführerin der Digitalagentur 45 Grad im Herzen von Berlin und seit über 20 Jahren im Online-Business unterwegs.“

Mit meinen bewährten Positionierungs-Workshops richte ich mich vor allem an mittelständische B2B-Dienstleister und Sorge dort für Klarheit, Fokus und Neu-Ausrichtung der Unternehmens-Strategie in turbulenten Zeiten.“



Andrea Grundmann

45 Grad digital GmbH

Danckelmannstraße 34 | 14059 Berlin

Telefon: 030 322 00 465 | E-Mail: anfrage@45grad.de | www.andreagrundmann.de