

WHITEPAPER / LEITFADEN FÜR TOP-FÜHRUNGSKRÄFTE

division one

LINKEDIN ALS TOOL FÜR IHRE ERFOLGREICHE SELBSTVERMARKTUNG

IN 3 SCHRITTEN ZUR MAXIMALEN SICHTBARKEIT

Verstehen Sie die Plattform und erlangen Sie maximale Sichtbarkeit LinkedIn ist das weltweit größte Karrierenetzwerk und zentrale Anlaufstelle der digitalen B2B-Kommunikation – um die Plattform als Top-Führungskraft erfolgreich zur Selbstvermarktung einzusetzen, benötigen Sie eine persönliche Markenstrategie. Dieser Leitfaden kann Ihnen Orientierung bieten, um sich taktisch klug auf LinkedIn zu präsentieren.

Interaktiv, vielfältig, persönlich

Wer heutzutage im Business-Bereich erfolgreich sein will, kommt nicht an LinkedIn vorbei. Dies gilt auch – oder gerade für Top-Führungskräfte. Für sie kann die Online-Plattform ein entscheidender Vertriebskanal sein, der unzählige Gestaltungsmöglichkeiten bietet. LinkedIn weist im Vergleich zu anderen Plattformen einen außergewöhnlich großen Zugang zu Entscheidungssträ-

gerInnen auf: Laut LinkedIn sind unter allen Mitgliedern allein 63 Millionen EntscheiderInnen. Um jedoch genügend Reichweite und Sichtbarkeit auf LinkedIn zu schaffen, gilt es die Plattform tiefgreifend zu verstehen und strategisch für die persönliche Marke zu nutzen.

SCHRITT **1**

STRATEGIE – ERARBEITEN SIE IHRE PERSÖNLICHE MARKE

Werden Sie sich darüber bewusst, was Ihre „Marke Ich“ ausmacht und wie Sie sich mit Ihrer Persönlichkeit, herausragenden Kompetenzen, Erfolgen und klaren Zielen positionieren können.

Beantworten Sie für sich folgende Fragen:

- Was zeichnet mich als Top-Führungskraft aus?
- Welche Alleinstellungsmerkmale und Kompetenzen habe ich?
- Welche Botschaft will ich transportieren?
- Und in welcher Tonalität kommuniziere ich diese?
- Wer ist meine Zielgruppe und wen möchte ich über LinkedIn erreichen?
- Was will ich bei meiner Zielgruppe bewirken?

SCHRITT 2

METHODE – PLANEN SIE IHRE AUTHENTISCHEN INHALTE

Erwecken Sie Ihre persönliche Positionierung zum Leben und produzieren Sie Inhalte in Form von Texten, Videos, Grafiken, Bildern, usw. Um die Markenwahrnehmung zu steigern, gilt das Motto: „Alles aus einem Guss“ – stellen Sie sicher, dass die Inhalte visuell zu Ihrem Auftritt auf anderen Kanälen wie z. B. der Website passen.

Beantworten Sie zur besseren Planung folgende Fragen:

- Welche Inhalte heben Ihre Kompetenz und den Mehrwert als Top-Führungskraft wirksam hervor?
- Welche Formate generieren einen Wiedererkennungswert und passen zu Ihrer Ausrichtung?
- Welche Fokusthemen sind für Ihre Zielgruppe relevant?

Beispielformate

- Statements zu aktuellen, branchenrelevanten Themen – immer mit dem Bezug zu Ihrem Mehrwert als Top-Führungskraft
- Grafiken/Bilder mit z. B. persönlichen Zitaten, die Ihr Markenbild (visuell) schärfen (Video-)Interviews mit reichweitenstarken GeschäftspartnerInnen
 - zeigen Sie Ihr branchenspezifisches Netzwerk und nutzen Sie die Kraft der Multiplikation
 - » Beispielvideo

Interaktiv, vielfältig, persönlich

Um Ihre regelmäßige Präsenz auf LinkedIn sicherzustellen und die Wahrnehmung Ihrer „Marke Ich“ zu erhöhen, empfiehlt es sich, Inhalte mittels eines Redaktionsplans zu strukturieren. Im besten Fall planen Sie Ihre Kommunikation – je nach Aufwand der Aufbereitung – bereits ein bis

zwei Wochen vor der Veröffentlichung fest ein. So behalten Sie den Überblick. Nichtsdestotrotz können auch ad hoc Postings veröffentlicht werden – vorausgesetzt Ihr Markenimage profitiert.

» Beispiel: Social Media-Redaktionsplan

SCHRITT 3

TAKTIK – GENERIEREN SIE REICHWEITE

Mit Schritt 1 und 2 haben Sie bereits die Grundlagen für Ihre erfolgreiche LinkedIn-Vermarktung geschaffen. Um Ihre Sichtbarkeit in den Newsfeeds Ihrer Zielgruppe sowie die Reichweite maßgeblich zu erhöhen, achten Sie abschließend auf folgende Punkte:

- Verstehen Sie die Funktion des LinkedIn-Algorithmus
- Wählen Sie den besten Zeitpunkt für Ihre Beiträge aus
- Verwenden Sie Hashtags
- Erwecken Sie Aufmerksamkeit – formulieren Sie aussagekräftige Texte als Aufmacher
- Sprechen Sie reichweitenstarke und branchenrelevante Kontakte direkt an: Markieren Sie diese in Ihren Beiträgen und/oder starten Sie den Dialog, indem Sie regelmäßig kommentieren
- Erweitern Sie stetig Ihr Netzwerk und vernetzen Sie sich mit Branchen-EntscheiderInnen

TIPP Wählen Sie die Form der Kommunikation, mit der Sie sich wohl fühlen und verkörpern Sie mit jeder Aktivität authentisch Ihre Marke. Sie sind z. B. redegewandt und können komplexe Sachverhalte einfach darstellen? Präsentieren Sie sich in Kurzvideos und unterstreichen Sie damit diese wichtigen Alleinstellungsmerkmale als Führungspersönlichkeit. Wichtig: Behalten Sie immer Ihre Botschaft im Hinterkopf. Sie sollte stets die Quintessenz Ihrer LinkedIn-Aktivitäten sein.

ZUSAMMENFASSUNG

Um maximale Sichtbarkeit und Reichweite auf LinkedIn zu erlangen, sollten Sie Ihre persönliche Markenstrategie verfolgen und damit Ihre einzigartigen Kompetenzen und Erfolge authentisch am Markt kommunizieren. Wählen Sie dabei das zu Ihnen passende Format mit relevanten Fokusthemen aus und strukturieren Sie sich mit Hilfe eines Redaktionsplans. Gehen Sie in der Umsetzung taktisch klug vor, indem Sie die Eigenheiten der Plattform verstehen und für sich nutzen. So stechen Sie positiv mit Ihrer LinkedIn-Präsenz aus der Masse heraus und positionieren.



division one

**WE CREATE CAREERS
& DEVELOP COMPANIES**

division one

Friedrichstraße 6
D-70174 Stuttgart

T: +49 711 3105840

E: info@division-one.com

www.division-one.com

www.linkedin.com/company/division-one/