

Do's and don'ts på LinkedIn som virksomhed og medarbejder

Do's

Skriv den første linje i dit opslag, så den er spændende og vækker opsigt. Det er den første linje, der skal give lyst til at læse videre. Tilføj et eller flere billeder, skal der gerne være tydelige ansigter at se.

Gør dit opslag relevant og interessant for dine forbindelser at læse. Tal til en følelse eller oplevelse, som din læser kan genkende.

Skab værdi for din læser ved at dele en aha, en ny indsigt, en oplevelse, en læring eller noget, du er stolt af.

Lav 1 eller 2 opslag om ugen. Mere er ikke nødvendigt, da brugerne på LinkedIn er på platformen markant mindre end f.eks. Facebook og Instagram.

Tag @virksomheden i dit opslag og evt andre personer, kollegaer, samarbejdspartnere eller kunder.

Afslut gerne dit opslag med en opfordring. Det kan være en Call to Action, men det kan også være en Call to Think eller en Call to Feel. Med et spørgsmål opfordrer du til tanke/følelse og interaktion.

Vær autentisk. Betragt LinkedIn som dit fysiske netværk. De ønsker at høre fra DIG, ikke din virksomhed. Du opnår markant større rækkevidde fra en personlig profil sammenholdt med en virksomhedsprofil.

Svar ALTID på kommentarer. Tag den @person, hvis kommentar, du svarer på. Det ville du gøre i det fysiske rum. Derudover hjælper det med at få dit opslag ud til flere.

Like og kommentér andres opslag. Det styrker dit netværk, og det fortæller platformen, at du er engageret, hvilket vil hjælpe til med at få dine egne opslag længere ud.

Forbind med personer, som du ønsker at følge og interagere med. Vær også åben for at acceptere forbindelsesanmodninger fra andre fagfolk.

Sørg for, at din profil er fyldig og opdateret. Brug et professionelt profilbillede og baggrundsbillede, og sørg for at din overskrift og resumé giver et klart billede af dine færdigheder og ekspertiseområder.

Don'ts

Del ikke et opslag – du skal i stedet like eller kommentere. Vil du gerne dele virksomhedssidens budskab, skal du lave dit eget opslag. Du kan bruge samme tekst, men tilpasset din tone og dig som afsender. Du kan bruge samme billede eller et andet. Egne opslag får meget større rækkevidde, end delte opslag gør.

LinkedIn er ikke en salgskanal, og markante salgsoptag virker sjældent.

Del ikke kun jobopslag. Lav også opslag fra dig selv. Ligesom du ville have gjort til et fysisk netværksmøde.

Undgå at sætte links i opslag, hvis muligt. Brugerne synes, det er bøvlet, og platformen ønsker ikke at sende brugerne ud af platformen.

Tag ikke først LinkedIn i brug den dag, du virkelig har brug for det. LinkedIn er en platform og et netværk, der skal vedligeholdes for at være effektivt den dag, du virkelig får brug for netværket.

Lad vær med at forbinde eller interagere med personer, hvis opslag, du ikke gider se i dit feed. Afbryd forbindelsen og fyld dit feed med forbindelser, som du glædes over at høre fra.