

Auf einen Blick

1	Einleitung	13
2	Was kann LinkedIn leisten?	16
3	Markenbildung	41
4	Social Media im Unternehmen	75
5	Die eigene Positionierung: Deine Personal Brand	81
6	So verbesserst du dein Profil und schärfst deine Marke	100
7	Adieu Schreibblockade: Deine Inhalte	136
8	Formate für deine Beiträge	161
9	Storytelling	188
10	Networking	210
11	Influencerinnen und Influencer	237
12	Corporate Influencer: Die Botschafter*innen deiner Marke	251
13	Unternehmensprofile	262
14	Social Selling	280
15	Social Recruiting	302
16	Werben auf LinkedIn	306
17	Gruppen richtig nutzen	341
18	Tools	349

Inhalt

1	Einleitung	13
2	Was kann LinkedIn leisten?	16
2.1	Wie damals auf Facebook? Aktuelle Nutzungsdaten von LinkedIn	16
2.2	Chancen und Möglichkeiten auf LinkedIn	21
2.3	Wie dein Beitrag (nicht) viral geht	23
2.4	Was LinkedIn von XING (und anderen Netzwerken) unterscheidet	28
2.5	LinkedIn-Start mit 50+ – ein Erfahrungsbericht von Dr. Cornelia Andriof	30
2.5.1	Motivation	30
2.5.2	Start	31
2.5.3	Erfahrungen	31
2.6	LinkedIn als Berufseinsteigerin – ein Erfahrungsbericht von Maria Kessing	33
2.6.1	Motivation	33
2.6.2	Start	34
2.6.3	Erfahrungen	35
2.7	Die verschiedenen Profilvarianten: kostenlos vs. Premium vs. Sales Navigator	36
2.8	Zusammenfassung	39
3	Markenbildung	41
3.1	Was ist eine Marke eigentlich?	42
3.2	Warum sind Marken wichtig?	43
3.3	Kannst du eine Marke allein auf LinkedIn aufbauen?	46
3.4	Wie viel ist eine Marke wert?	49
3.5	Wie funktioniert Branding?	54
3.6	Was macht eine gute Marke aus?	59

3.7	Zwischen Plan und Realität: Brand-Concept vs. Brand-Image	61
3.7.1	(Wahrgenommene) Marktführer	63
3.7.2	Challenger	65
3.7.3	Innovationstreiber	65
3.7.4	Emotional Leader	65
3.8	Erst durch die Mitarbeiter*innen wird eine Marke lebendig	71
3.9	Zusammenfassung	74
4	Social Media im Unternehmen	75
4.1	Die zentralen Unternehmenskanäle	77
4.2	Die individuellen Kanäle der Mitarbeitenden	80
5	Die eigene Positionierung: Deine Personal Brand	81
5.1	Eigene Themen und Botschaften	81
5.2	Eigene Ziele	85
5.3	Eigene Zielgruppen	87
5.3.1	Wer ist in deiner primären Zielgruppe?	88
5.3.2	Wer ist in deiner sekundären Zielgruppe?	89
5.4	Superkräfte	91
5.4.1	Frage deine Mitmenschen	92
5.4.2	Mache einen Persönlichkeitstest	92
5.5	Dein Personal Branding Pitch	93
5.5.1	Wie sieht der Personal Branding Pitch im Info-Feld aus?	95
5.5.2	Beispiele für Info-Texte mit gutem Personal Branding Pitch	96
5.6	Zusammenfassung	99
6	So verbesserst du dein Profil und schärfst deine Marke	100
6.1	Grundlagen und Einstellungen	101
6.1.1	In welcher Sprache sollte ich mein Profil pflegen?	101
6.1.2	Wie vollständig sollte ich mein Profil ausfüllen?	101
6.2	Kontoeinstellungen	103
6.2.1	Einloggen und Sicherheit	104

6.2.2	Sichtbarkeit	105
6.2.3	Sichtbarkeit deiner LinkedIn-Aktivitäten	107
6.2.4	Kommunikation	109
6.3	Der erste Eindruck zählt: Das richtige Profilbild wählen	110
6.4	Vielleicht das Wichtigste: Der Profil-Slogan	113
6.5	Dein persönliches Plakat: Der Profil-Header	116
6.6	Deine Kontaktinformationen	119
6.7	Zeige Profil in deiner Info	121
6.8	Nicht dein CV: Dein Werdegang	126
6.9	You never walk alone: Empfehlungen, Kenntnisse und Fähigkeiten	128
6.10	Unauffällig, aber nicht unwichtig: Profil-Details	130
6.11	Creator Mode: Profil-Update für Content Queens und Newsfeed Kings – ein Beitrag von Ritchie Pettauer	132
6.12	Frequently Asked Questions	134
7	Adieu Schreibblockade: Deine Inhalte	136
7.1	Wie du Themen findest, die für deine Leser*innen interessant sind	137
7.1.1	Muss ich auf LinkedIn eigene Beiträge posten, um erfolgreich zu sein?	137
7.1.2	Über welche Themen sollte ich schreiben?	139
7.1.3	Jetzt mal Tacheles: Was soll ich posten?	139
7.1.4	Soll ich private Themen auf LinkedIn posten?	141
7.1.5	Gibt es noch mehr Inspirationsquellen?	141
7.1.6	Wie oft solltest du posten?	143
7.1.7	Wann solltest du posten?	144
7.1.8	Warum sollte jemanden meine Meinung interessieren?	146
7.1.9	Beantworte diese drei Fragen, bevor du auf »Publizieren« klickst	146
7.2	Wie du deinen Ideenspeicher erstellst	147
7.3	Prozesse machen Profis: der LinkedIn-Workflow	152
7.3.1	Tools, Tipps und Tricks für besseres Social-Marketing	155
7.3.2	Netiquette	155
7.3.3	Social-Media-Guidelines	157

7.3.4	Smalltalk	157
7.3.5	Tools	157
7.4	Zusammenfassung	160
8	Formate für deine Beiträge	161
8.1	Die Anatomie eines LinkedIn-Beitrags	161
8.2	So gestaltest du Texte, die auch gelesen werden	165
8.2.1	Der Anfang	165
8.2.2	Die Mitte	167
8.2.3	Das Ende	170
8.3	Für die Autor*innen unter uns: Artikel und Newsletter auf LinkedIn	171
8.4	Wie du Hashtags richtig nutzt	176
8.4.1	Wie funktionieren Hashtags auf LinkedIn?	176
8.4.2	Welche Hashtags sollte ich verwenden?	177
8.5	Bitte nur dosiert anwenden: Leute taggen	179
8.6	Nicht originell, aber wahr: Ein Bild sagt mehr als tausend Worte	179
8.6.1	Muss ich immer ein Bild verwenden?	179
8.6.2	Was gilt es bei einem Bild zu beachten?	180
8.6.3	Wie professionell muss das Bild sein?	181
8.6.4	Die Sache mit den Bildrechten	183
8.7	Für Geschichtenerzählerinnen und Listenbauer: Der PDF-Slider	184
8.7.1	Was ist der PDF-Slider?	184
8.7.2	Wie erstelle ich einen guten PDF-Slider?	185
8.7.3	Welche Themen eignen sich für einen PDF-Slider?	185
8.8	Welche Videos sich bei LinkedIn lohnen	186
8.9	Zusammenfassung	187
9	Storytelling	188
9.1	Warum erfolgreiche Marken (fast immer) gute Geschichten erzählen	188
9.1.1	Warum Geschichten auch für Unternehmen relevant sind ...	189
9.1.2	An wen richtet sich Storytelling?	190
9.1.3	Braucht es für Storytelling immer ein Video?	191

9.2	Wie du Storytelling in deine Beiträge integrierst	193
9.3	Die Anatomie eines Storytelling-Beitrags	197
9.3.1	Der Anfang: Es war einmal ...	197
9.3.2	Die Mitte: Held und Herausforderung	197
9.3.3	Das Ende: Kontext und Relevanz	198
9.4	»Storytells« erwecken deine Beiträge zum Leben	198
9.5	Wie du mit Engagement-Trigger mehr Interaktion erzielst	200
9.5.1	Was sind Engagement-Trigger?	200
9.5.2	Was du bei Engagement-Triggern beachten solltest	207
9.6	Zusammenfassung	209
10	Networking	210
10.1	Wie du dein Netzwerk aufbaust	210
10.2	Die richtigen Menschen finden: Wie funktioniert die Suche?	212
10.2.1	Definiere deine Suchbegriffe	212
10.2.2	LinkedIn-Filter	214
10.2.3	Erstellen von booleschen Suchzeichenfolgen	216
10.3	Gude, Servus und Moin: Wie deine Kontaktanfragen bestätigt werden	218
10.4	Wie man LinkedIn in den Arbeitsalltag integriert	222
10.5	Die magischen 15 Minuten: tägliches Networking auf LinkedIn	226
10.6	Es muss nicht immer ein eigener Post sein	227
10.7	Idioten gibt es überall: Wie du mit Trollen umgehst	228
10.7.1	Wie ein Shitstorm entsteht	230
10.7.2	Wie man mit Kritikern umgehen sollte	231
10.7.3	Wie man mit Trollen und Hatern umgeht	232
10.8	Hatespeech auf Social Media	234
10.9	Zusammenfassung	236
11	Influencerinnen und Influencer	237
11.1	Wie man andere Menschen beeinflusst	237
11.2	Welche Rolle spielen Influencer*innen auf LinkedIn?	244
11.3	Zusammenfassung	250

12 Corporate Influencer: Die Botschafter*innen deiner Marke	251
12.1 Was sind Corporate Influencer?	251
12.2 Was sind die Vorteile von Corporate Influencern?	252
12.3 Voraussetzungen für erfolgreiches Corporate Influencing?	254
12.4 Umsetzung	256
12.5 Einwände	258
12.6 Checkliste: Corporate Influencer	260
12.7 Zusammenfassung	261
13 Unternehmensprofile	262
13.1 Für wen lohnt sich ein Unternehmensprofil?	262
13.2 Aus welchen Bestandteilen besteht ein Unternehmensprofil?	265
13.3 Verwaltung des Unternehmensprofils	270
13.4 Wie man mehr Follower*innen generiert	271
13.5 Die Rolle des Unternehmensprofils für Marketing, Vertrieb und HR	275
13.5.1 Marketing	276
13.5.2 Human Resources	277
13.5.3 Vertrieb	277
13.6 Checkliste: Unternehmensprofil	278
13.7 Zusammenfassung	279
14 Social Selling	280
14.1 Warum ist Social Selling wichtig?	280
14.2 Was ist Social Selling?	283
14.3 Wie funktioniert Social Selling?	284
14.3.1 Ein richtig gutes Profil	284
14.3.2 Social Listening: Was interessiert deine Leads?	285
14.3.3 Netzwerk ausbauen	285
14.3.4 Netzwerk stärken und Kontakte pflegen	286

14.3.5	Expertise zeigen durch eigene Beiträge	287
14.3.6	Social Selling Use Case von Hays	288
14.4	Was sind die Voraussetzungen für Social Selling?	289
14.4.1	Die richtige Erwartungshaltung	289
14.4.2	Ein gutes Profil	290
14.4.3	Ehrliches Interesse an Menschen	291
14.4.4	Fokus	292
14.4.5	Organisation	293
14.5	Der Social Selling Index: Was ist das und wie kann es mir helfen?	294
14.5.1	Wie kannst du den SSI nutzen?	296
14.5.2	Was gibt es zu beachten?	296
14.6	Social Selling implementieren	297
14.7	Social Selling Hacks	300
14.8	Zusammenfassung	301
15	Social Recruiting	302
15.1	Vorgehensweise	303
15.2	Zusammenfassung	305
16	Werben auf LinkedIn	306
16.1	Die Grundlagen	306
16.2	Voraussetzungen	308
16.3	Rollen im Kampagnenmanager	308
16.4	Kampagnen auf LinkedIn schalten: Funktionen und Aufbau	309
16.5	Achtung, teuer! Nutze die richtige Kampagnenstrategie	311
16.5.1	Ziele auswählen	312
16.5.2	Best Practices	314
16.6	Targeting: So findest du die richtigen Menschen	316
16.6.1	Wie du deine Kampagnen optimieren kannst	318
16.6.2	Matched Audiences	319
16.7	Welche Anzeigenformate lohnen sich – und welche nicht?	321
16.7.1	Bildanzeigen	324
16.7.2	Video Ads	326

16.7.3	Conversation Ads	328
16.7.4	Message Ads	330
16.7.5	Lead Gen Forms	331
16.7.6	Text Ads	334
16.7.7	Dynamic Ads	335
16.8	Nach dem Klick ist vor dem Lead: Baue deinen Funnel auf!	336
16.9	Zusammenfassung	340
17	Gruppen richtig nutzen	341
17.1	Wie finde ich die richtigen Gruppen?	341
17.2	Wie kann ich mein Netzwerk mit Gruppenmitgliedern ausbauen?	343
17.3	Wenn man es nicht selber macht: Gruppen selbst aufbauen und pflegen	345
17.4	Zusammenfassung	347
18	Tools	349
18.1	LinkedIn Learning: Die Lernplattform für Mitarbeiter*innen	349
18.2	Für Personaler*innen: Talent Solutions	351
18.3	Verkaufen wie ein Profi mit dem Sales Navigator	352
18.4	Was soll ich nur schreiben? Mit diesen Tools findest du immer spannenden Content	354
18.5	Networking auf Autopilot: Mit diesen Tools vergrößert du dein Netzwerk im Schlaf	356
18.6	Und was hat es gebracht? Tools für die Analyse	357
18.7	Zeit und Nerven sparen mit diesen kleinen Helferlein	358
18.8	Mit LinkedIn Events die Marke nahbar machen	359
18.9	Zusammenfassung	359
Index	361