

# 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

<b>1</b>	<b>Einleitung</b> .....	13
<b>2</b>	<b>Was kann LinkedIn leisten?</b> .....	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
<b>3</b>	<b>Markenbildung</b> .....	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

<b>3.7</b>	<b>Zwischen Plan und Realität: Brand-Concept vs. Brand-Image</b>	61
3.7.1	(Wahrgenommene) Marktführer	63
3.7.2	Challenger	65
3.7.3	Innovationstreiber	65
3.7.4	Emotional Leader	65
<b>3.8</b>	<b>Erst durch die Mitarbeiter*innen wird eine Marke lebendig</b>	71
<b>3.9</b>	<b>Zusammenfassung</b>	74
<b>4</b>	<b>Social Media im Unternehmen</b>	75
<b>4.1</b>	<b>Die zentralen Unternehmenskanäle</b>	77
<b>4.2</b>	<b>Die individuellen Kanäle der Mitarbeitenden</b>	80
<b>5</b>	<b>Die eigene Positionierung: Deine Personal Brand</b>	81
<b>5.1</b>	<b>Eigene Themen und Botschaften</b>	81
<b>5.2</b>	<b>Eigene Ziele</b>	85
<b>5.3</b>	<b>Eigene Zielgruppen</b>	87
5.3.1	Wer ist in deiner primären Zielgruppe?	88
5.3.2	Wer ist in deiner sekundären Zielgruppe?	89
<b>5.4</b>	<b>Superkräfte</b>	91
5.4.1	Frage deine Mitmenschen	92
5.4.2	Mache einen Persönlichkeitstest	92
<b>5.5</b>	<b>Dein Personal Branding Pitch</b>	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
<b>5.6</b>	<b>Zusammenfassung</b>	99
<b>6</b>	<b>So verbesserst du dein Profil und schärfst deine Marke</b>	100
<b>6.1</b>	<b>Grundlagen und Einstellungen</b>	101
6.1.1	In welcher Sprache sollte ich mein Profil pflegen?	101
6.1.2	Wie vollständig sollte ich mein Profil ausfüllen?	101
<b>6.2</b>	<b>Kontoeinstellungen</b>	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
<b>6.3</b>	<b>Der erste Eindruck zählt: Das richtige Profilbild wählen</b> .....	<b>110</b>
<b>6.4</b>	<b>Vielleicht das Wichtigste: Der Profil-Slogan</b> .....	<b>113</b>
<b>6.5</b>	<b>Dein persönliches Plakat: Der Profil-Header</b> .....	<b>116</b>
<b>6.6</b>	<b>Deine Kontaktinformationen</b> .....	<b>119</b>
<b>6.7</b>	<b>Zeige Profil in deiner Info</b> .....	<b>121</b>
<b>6.8</b>	<b>Nicht dein CV: Dein Werdegang</b> .....	<b>126</b>
<b>6.9</b>	<b>You never walk alone: Empfehlungen, Kenntnisse und Fähigkeiten</b> .....	<b>128</b>
<b>6.10</b>	<b>Unauffällig, aber nicht unwichtig: Profil-Details</b> .....	<b>130</b>
<b>6.11</b>	<b>Creator Mode: Profil-Update für Content Queens und Newsfeed Kings – ein Beitrag von Ritchie Pettauer</b> .....	<b>132</b>
<b>6.12</b>	<b>Frequently Asked Questions</b> .....	<b>134</b>
<b>7</b>	<b>Adieu Schreibblockade: Deine Inhalte</b> .....	<b>136</b>
<b>7.1</b>	<b>Wie du Themen findest, die für deine Leser*innen interessant sind</b> .....	<b>137</b>
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
<b>7.2</b>	<b>Wie du deinen Ideenspeicher erstellst</b> .....	<b>147</b>
<b>7.3</b>	<b>Prozesse machen Profis: der LinkedIn-Workflow</b> .....	<b>152</b>
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
<b>7.4</b>	<b>Zusammenfassung .....</b>	<b>160</b>
<b>8</b>	<b>Formate für deine Beiträge .....</b>	<b>161</b>
<b>8.1</b>	<b>Die Anatomie eines LinkedIn-Beitrags .....</b>	<b>161</b>
<b>8.2</b>	<b>So gestaltest du Texte, die auch gelesen werden .....</b>	<b>165</b>
8.2.1	Der Anfang .....	165
8.2.2	Die Mitte .....	167
8.2.3	Das Ende .....	170
<b>8.3</b>	<b>Für die Autor*innen unter uns: Artikel und Newsletter auf LinkedIn .....</b>	<b>171</b>
<b>8.4</b>	<b>Wie du Hashtags richtig nutzt .....</b>	<b>176</b>
8.4.1	Wie funktionieren Hashtags auf LinkedIn? .....	176
8.4.2	Welche Hashtags sollte ich verwenden? .....	177
<b>8.5</b>	<b>Bitte nur dosiert anwenden: Leute taggen .....</b>	<b>179</b>
<b>8.6</b>	<b>Nicht originell, aber wahr: Ein Bild sagt mehr als tausend Worte .....</b>	<b>179</b>
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
<b>8.7</b>	<b>Für Geschichtenerzählerinnen und Listenbauer: Der PDF-Slider .....</b>	<b>184</b>
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
<b>8.8</b>	<b>Welche Videos sich bei LinkedIn lohnen .....</b>	<b>186</b>
<b>8.9</b>	<b>Zusammenfassung .....</b>	<b>187</b>
<b>9</b>	<b>Storytelling .....</b>	<b>188</b>
<b>9.1</b>	<b>Warum erfolgreiche Marken (fast immer) gute Geschichten erzählen .....</b>	<b>188</b>
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

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

<b>12 Corporate Influencer: Die Botschafter*innen deiner Marke</b> .....	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
<b>13 Unternehmensprofile</b> .....	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
<b>14 Social Selling</b> .....	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
<b>14.4</b>	<b>Was sind die Voraussetzungen für Social Selling?</b> .....	<b>289</b>
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
<b>14.5</b>	<b>Der Social Selling Index: Was ist das und wie kann es mir helfen?</b> .....	<b>294</b>
14.5.1	Wie kannst du den SSI nutzen? .....	296
14.5.2	Was gibt es zu beachten? .....	296
<b>14.6</b>	<b>Social Selling implementieren</b> .....	<b>297</b>
<b>14.7</b>	<b>Social Selling Hacks</b> .....	<b>300</b>
<b>14.8</b>	<b>Zusammenfassung</b> .....	<b>301</b>
<b>15</b>	<b>Social Recruiting</b> .....	<b>302</b>
<b>15.1</b>	<b>Vorgehensweise</b> .....	<b>303</b>
<b>15.2</b>	<b>Zusammenfassung</b> .....	<b>305</b>
<b>16</b>	<b>Werben auf LinkedIn</b> .....	<b>306</b>
<b>16.1</b>	<b>Die Grundlagen</b> .....	<b>306</b>
<b>16.2</b>	<b>Voraussetzungen</b> .....	<b>308</b>
<b>16.3</b>	<b>Rollen im Kampagnenmanager</b> .....	<b>308</b>
<b>16.4</b>	<b>Kampagnen auf LinkedIn schalten: Funktionen und Aufbau</b> .....	<b>309</b>
<b>16.5</b>	<b>Achtung, teuer! Nutze die richtige Kampagnenstrategie</b> .....	<b>311</b>
16.5.1	Ziele auswählen .....	312
16.5.2	Best Practices .....	314
<b>16.6</b>	<b>Targeting: So findest du die richtigen Menschen</b> .....	<b>316</b>
16.6.1	Wie du deine Kampagnen optimieren kannst .....	318
16.6.2	Matched Audiences .....	319
<b>16.7</b>	<b>Welche Anzeigenformate lohnen sich – und welche nicht?</b> .....	<b>321</b>
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
<b>16.8</b>	<b>Nach dem Klick ist vor dem Lead: Baue deinen Funnel auf!</b> .....	<b>336</b>
<b>16.9</b>	<b>Zusammenfassung</b> .....	<b>340</b>
<b>17</b>	<b>Gruppen richtig nutzen</b> .....	<b>341</b>
<b>17.1</b>	<b>Wie finde ich die richtigen Gruppen?</b> .....	<b>341</b>
<b>17.2</b>	<b>Wie kann ich mein Netzwerk mit Gruppenmitgliedern ausbauen?</b> .....	<b>343</b>
<b>17.3</b>	<b>Wenn man es nicht selber macht: Gruppen selbst aufbauen und pflegen</b> .....	<b>345</b>
<b>17.4</b>	<b>Zusammenfassung</b> .....	<b>347</b>
<b>18</b>	<b>Tools</b> .....	<b>349</b>
<b>18.1</b>	<b>LinkedIn Learning: Die Lernplattform für Mitarbeiter*innen</b> .....	<b>349</b>
<b>18.2</b>	<b>Für Personaler*innen: Talent Solutions</b> .....	<b>351</b>
<b>18.3</b>	<b>Verkaufen wie ein Profi mit dem Sales Navigator</b> .....	<b>352</b>
<b>18.4</b>	<b>Was soll ich nur schreiben? Mit diesen Tools findest du immer spannenden Content</b> .....	<b>354</b>
<b>18.5</b>	<b>Networking auf Autopilot: Mit diesen Tools vergrößert du dein Netzwerk im Schlaf</b> .....	<b>356</b>
<b>18.6</b>	<b>Und was hat es gebracht? Tools für die Analyse</b> .....	<b>357</b>
<b>18.7</b>	<b>Zeit und Nerven sparen mit diesen kleinen Helferlein</b> .....	<b>358</b>
<b>18.8</b>	<b>Mit LinkedIn Events die Marke nahbar machen</b> .....	<b>359</b>
<b>18.9</b>	<b>Zusammenfassung</b> .....	<b>359</b>
Index	.....	361