

Masterclass

by Eileen Al-Zubairy



Professionelles LinkedIn-
Profil in 5 Schritten

Vielen Dank für dein Vertrauen

Herzlichen Glückwunsch zu deiner Entscheidung in dein Business zu investieren. Das sage ich nicht nur, weil wir beide dadurch zusammenkommen, sondern weil Entwicklung nur durch Bewegung entstehen kann.

Du bleibst also nicht stehen, sondern tust etwas aktiv, um sichtbar zu werden. Ich freue mich daher riesig dich auf diesem Weg begleiten zu dürfen. Ich freue mich auf Dich!



Eileen Al-Zubairy

EILEEN AL-ZUBAIRY - LINKEDIN-EXPERTIN



BE THE CHANGE YOU WANT TO SEE IN THE WORLD - MAHATMA GANDHI

Warum ich LinkedIn so liebe?

Auf LinkedIn muss man keine Marktschreierin sein, um gesehen zu werden. Mein Kredo ist, Qualität zahlt sich immer aus! Genau deshalb ist LinkedIn meine Lieblingsplattform, denn hier kannst Du zeigen was in dir steckt, ohne schreiend durch die Gassen zu laufen. LinkedIn bietet dir die Möglichkeit mit Wissen und Charisma zu glänzen, um dein Angebot in die Welt zu transportieren.



CONTENT



00

VORWORT

01

PROFILBANNER & PROFILBILD

02

AUDIOBOTSCHAFT & VIDEO

03

PROFILSLOGAN & INFOBOX

04

FOKUSBEREICH

05

EMPFEHLUNGEN & KENNTNISSE &
FÄHIGKEITEN

BONI

BERUFSERFAHRUNG

Es steht und fällt alles mit deiner Positionierung. Sie ist dein Außenauftritt, deine Visitenkarte. Der kurze Moment, in dem dein Gegenüber entscheidet, ob die Reise gemeinsam weitergeht oder an dieser Stelle endet. Beantworte daher bitte auf den folgenden Seiten diese Fragen:

- Überlege dir als erstes, was du anbieten willst und stimme dein komplettes Profil und auch die Ansprache an deine Kundinnen danach ab.
- Stelle dir die eine Wunschkundin vor, die du mit deinem Angebot ansprechen willst
- Schreibe deine Geschichte auf, denn sie schafft Berührungspunkte und macht dich zu der Person, die du bist. In der Regel enthält sie auch schon dein Warum. Daher schreibe sie unbedingt einmal nieder.

Vorwort





POSITIONIERUNG *Worksheet*

DEINE GESCHICHTE

A large, solid teal-colored rectangular area that occupies most of the page, intended for the user to write their story.

POSITIONIERUNG *Worksheet*

Welche Produkte und Dienstleistungen bietest du an? Was ist dein Angebot?

Was möchtest du zukünftig noch anarbeiten?

POSITIONIERUNG *Worksheet*

Was ist der Mehrwert dessen für deine KundInnen?

Welches Problem löst du damit?

POSITIONIERUNG

Worksheet

Wie beschreiben andere dich, wenn du nicht im Raum bist?

Was ist deine Geschichte hinter deiner Idee/ deinem Unternehmen?

POSITIONIERUNG *Worksheet*

Was machst du anders als deine Mitbewerberinnen?

Was könntest du besser machen als deine Mitbewerberinnen?



WAS IST EINE MISSION



Eine Mission ist das Wirkungsversprechen, das ein Unternehmen dauerhaft für seine Kunden erfüllt.



Sie gilt heute und so lange, bis wir sie ändern.
Sie treibt uns an und leitet uns.



Sie beschreibt den Zweck, die Aufgabe, die Tätigkeit, die Wirkung deines Business, deines Unternehmens, deines Herzensprojektes.

WAS IST EINE VISION



Die Vision ist das konkrete Bild einer faszinierenden, erstrebten und realisierbaren Zukunft



Sie gibt uns Richtung, zeigt uns wo wir hinmöchten und was wir erreichen möchten.



Die Vision ist die erstrebte zukünftige Situation als Ergebnis der Erfüllung der Mission



POSITIONIERUNG *Worksheet*

Wie lautet deine Mission?

Wie lautet deine Vision?

Gibt es bestimmte Keywords oder Hashtags für die du gefunden werden möchtest?

Dein LinkedIn-Profil ist kein schnöder Lebenslauf. Vielmehr hat es das Potenzial einer zweiten Landingpage.

Das heißt für dich, nutze diesen ersten Eindruck, denn er kommt nicht wieder.

Stecke Zeit in dein Profil und gestalte es ansprechend mit professionellen Bildern, visuellen "Stoppfern", vertrauensbildenden Elementen und den nötigen und sinnvollen Informationen, die deine Zielgruppe dort abholt, wo sie sich gerade befinden.

Im Folgenden findest alle wichtigen Einstellungen und Funktionen. Das wird ein wenig Zeit beanspruchen, bevor es richtig rund ist. Stresse dich damit nicht. Nichts ist in Stein gemeißelt, alles kann jederzeit editiert werden. Es ist ein Prozess, gib ihm Zeit!

Let's get started!



Profilbild & -banner

PROFILBANNER (1584 X 396)

Der Profilbanner oder auch Titelbild genannt ist wie ein Schaufenster. Gestalte es entsprechend! Zeige dich dort in Aktion oder /und wie du deine Dienstleistung ausführst oder dein Produkt in Gebrauch vorgestellt wird. Dein Logo, sofern es passt. Deine Dienstleistung oder deine Mission in Worten. Achte darauf, dass wichtige Bestandteile des Banners in der mobilen Version weiter gut sichtbar sind und nicht überlagert werden.

Was es nicht braucht:

- Deine Website
- Deine weiteren Social Icons
- viel Text

Optional:

- Dein Name

Was es braucht:

- dich in Action
 - (kleiner Tipp: wenn du das nächste Mal auf der Bühne stehst lasse andere dich fotografieren! Wenn du das nächste Mal ein Fotoshooting hast, dann lasse dich bei deinen typischen Arbeiten
- CTA
 - Lade mein Freebie XY runter
 - Buche dir ein kostenloses Erstgespräch
- Dein Branding
 - Deine Farben
 - Deine Schriften
 - Deine Wortwahl
- Dein Angebot oder dein Wertversprechen
 - LinkedIn Expertin
 - In 5 Schritten zum professionellen LinkedIn-Profil

Profilbild & -banner

PROFILBANNER (1584 X 396)

Vergiss nicht, dass du hier auch optimal zeitlich begrenzte Angebote oder Hinweise auf Veranstaltungen unterbringen kannst. Insbesondere Personen, die zum 1. Mal auf deinem Profil sind sehen dein Bild und dein Profilbanner als erstes. Holst du deine Zielgruppe damit ab? Wenn nicht, ist auch die Bestätigung deiner Kontaktanfrage an diese Person eher unwahrscheinlich.

Meine Faustregel: Kann das Auge deine Message innerhalb von 3 Sekunden erfassen? Oder muss man erstmal von "Element zu Element" hüpfen, um zu verstehen worum es geht?

PROFILBILD (400 X 400)

Dein Profilbild ist DAS **Aushängeschild** deines Accounts. Es sollte Vertrauen wecken und Kompetenz ausstrahlen. Das ist das wichtigste Bild auf deinem Profil, denn es wird bei jedem Post, bei jedem Kommentar und sogar beim Schreiben von privaten Nachrichten immer angezeigt. ABER, es wird immer nur in einer **Miniaturansicht** angezeigt.

Achte daher auf die folgenden Punkte:

- professionelles Foto möglichst vom Fotografen
- Du sollst dich wohlfühlen, ein Businessoutfit ist daher nicht nötig, außer es passt zu deinem Business. Das Outfit muss zu dir und deinem Business passen.
- Zoome das Bild möglichst nah ran, es sollte nur dein Kopf bis zu den Schultern zu sehen sein.
- Wenn es für dich passend ist, bietet sich ein farbiger Hintergrund an. Das geht ganz einfach auf <https://pfpmaker.com/>. Das hat den Vorteil, dass man dein Profilbild auch ohne dich zu kennen schnell in den Kommentaren entdeckt. Es hat also einen guten Wiedererkennungswert.

Audio & Video

Die Audiobotschaft und das Video bieten deinen Profilbesuchern die Möglichkeit, mehr als nur das geschriebene Wort von dir zu sehen. Es ist die Möglichkeit, weitere Kontaktpunkte zu generieren, einen weiteren Eindruck zu hinterlassen und Vertrauen aufzubauen. Beide Funktionen sind ausschließlich über die App verfügbar.

AUDIOAUFNAHME

Wir möchten Vertrauen schaffen und somit möglichst viele Berührungspunkte schaffen. Die Stimme bietet ein großes Potenzial dafür. Die LinkedIn-App bietet dir die Möglichkeit in 10 Sekunden einen kurzen Pitch oder eine Vorstellung deinerseits aufzusprechen. Nutze diese Möglichkeit unbedingt!

PS: Ursprünglich war bzw. ist diese Funktion dafür da gewesen, deinem Gegenüber die Möglichkeit zu geben die Aussprache von schwierigen Namen zu hören.

VIDEOAUFNAHME (COVER STORY)

Für die Videobotschaft hast du 30 Sekunden Zeit. Nimm dein Video entweder direkt über die App auf oder vorher über die Videofunktion deines Handys. In beiden Fällen würde ich dir empfehlen, Untertitel hinzuzufügen. Das geht entweder direkt in der LinkedIn-App oder über eine weitere App, falls du die Videofunktion deines Handys genutzt hast. Die Untertitel sind daher wichtig, da viele Menschen sich Videos meist ohne Ton ansehen. So werden deine Inhalte dennoch verstanden.

- Stelle dich und dein Business vor
- Formuliere dein Werteversprechen
- Pitche dein Angebot
- Formuliere einen CTA

Profilslogan

Der Profilslogan entwickelt sich und ist ein Prozess. Er wird nicht von Anfang an perfekt sein, sondern sich sicherlich noch unzählige Male verändern und angepasst werden. Das gehört zum Entstehungsprozess dazu. Nimm dies an und starte unperfekt!

Dennoch gibt es auch hier **bestimmte Bestandteile, die enthalten sein sollten**. Auch hier habe ich wieder für dich einige **Beispiele an Strukturen** vorbereitet, die dir eine Richtung geben sollen, deinen optimalen Profilslogan zu entwickeln. Du entscheidest je nach Relevanz des Bestandteils, was an erster Stelle stehen sollte. Auch hier gilt es, sich wieder in deine Zielgruppe hineinzusetzen, um herauszufinden, nach was sie suchen und was sie anspricht.

Du hast insgesamt **220 Zeichen Platz** für deinen Profilslogan.

Wie in der Aufzeichnung erwähnt, kannst du deinen Profilslogan optimal mit einem Zeichenzähler erstellen. Mein angesprochener [Blogbeitrag ist hier zu finden!](#)

MINDESTENS

- Zielgruppe
- Tätigkeit
- Keywords
- Wertversprechen

OPTIONAL

- Problem
- Lösung
- Angebot
- CTA

Profilslogan & Infobox

PROFILSLOGAN

Der Profilslogan ist das Herzstück deines Accounts. Hier gibt es einiges zu beachten, denn dieser wird wie auch das Profilbild an 3 prominenten Stellen immer angezeigt und gibt der Leserin die Möglichkeit SOFORT zu erkennen, was du genau anbietest und ob du für sie interessant bist. Dabei gibt es unterschiedliche Vorgehensweisen wie du deinen Profilslogan strategisch aufbaust:

Variante 1:

- Produkt oder Dienstleistung
- Zielgruppe
- Wertversprechen
- Keywords

Variante 2:

- Zielgruppe
- Produkt oder Dienstleistung
- Wertversprechen
- Keywords

Variante 3:

- Wertversprechen
- Zielgruppe oder Produkt / Dienstleistung
- Keywords

Variante 4:

- Keywords
-

Die 1. und 2. Variante sind für die meisten Personen am sinnvollsten. Solltest du weder ein Produkt noch eine Dienstleistung haben, sondern z.B. einen Blog, der Abhilfe schafft zu XY, dann macht wahrscheinlich das Wertversprechen mehr Sinn oder aber die Keywords an erster Stelle. Du kannst den Profilslogan jederzeit ändern und somit immer wieder an deine Anforderungen anpassen.

Profilslogan & Infobox

INFOBOX

Die Infobox bietet dir bis zu 2600 Zeichen, um deine WunschkundInnen zu erreichen. Dabei kannst du unterschiedlich vorgehen, wie du sie befüllst.

Wichtig ist dabei "nur":

Du solltest das Interesse deines Gegenübers wecken! Bringe deine Keywords mit unter, denn auch diese werden hier ausgelesen und bei einer Suche wirst du somit angezeigt.

Folgende Strukturen geben dir einen Fahrplan, wie du deine Infobox gestalten kannst:

Struktur 1

Vorstellung | Profilslogan | Mein Why | How | CTA

Struktur 2

These | Profilslogan | Zielgruppe Social Proof | Angebot | How | CTA

Struktur 3

Profilslogan | Mein Why | Angebot | CTA

Struktur 4

Problem | Empathie | Lösung | Angebot | CTA

WICHTIG

Dies sind nur Vorschläge! Letztlich ist jedes Business, jede Dienstleistung und/oder Herzensprojekt einzigartig. Versuche dich auf deine Zielgruppe zu fokussieren, damit du sie optimal mit/durch deine Infobox erreichen kannst. Es ist faktisch ein Trial and Error! Probiere dich aus und justiere den Text immer wieder nach.

Fokusbereich

FOKUSBEREICH

Solltest du ein Creatorprofil haben, so wird dir dieser Teil als nächstes in deinem Profil angezeigt. Hier solltest du unbedingt mindestens deine Website verlinken (achte auf das korrekte Vorschaubild).

Folgende weitere Optionen solltest du nutzen:

- mindestens eigene Website verlinken
- Posts die eine hohe Interaktion hatten
- Produkte oder Angebote die du im Portfolio hast
- Angebotsaktionen

Gegebenenfalls ist dieser Bereich noch nicht bei dir im Profil sichtbar. Dann musst du unterhalb deines Profilslogans auf den Button "Abschnitt hinzufügen" gehen und dort den Fokusbereich auswählen. Dann erscheint er auch in deinem Profil. Achtung, er ist erst sichtbar für andere, wenn du dort etwas eingepflegt hast.

Kenntnisse & Fähigkeiten

KENNTNISSE UND FÄHIGKEITEN

Dieser Bereich wird immer noch sehr unterschätzt, ist aber in Bezug auf den Social Proof deines Unternehmens von Bedeutung. Und nicht nur das, auch hier werden Keywords ausgelesen und bei einer Suche ausgespielt.

Meine Empfehlung: Setze 10-15 Kenntnisse und Fähigkeiten ein, die für dich und deine KundInnen wichtig sind. Die 3 wichtigsten davon stellst du an vorderster Stelle. Die Kenntnisse und Fähigkeiten, die nicht so wichtig sind oder die nur der Bestückung der Keywords dienen, kommen nach hinten.

Nun bitte vor allem erstmal deine KollegInnen darum, deine Kenntnisse zu bestätigen. Im nächsten Schritt solltest du sukzessive deine ehemaligen KundInnen anschreiben und sie bitten diese zu bestätigen.

Das Ziel ist, die 99+ zu erreichen, denn dann werden keine weiteren Zahlen mehr angezeigt. Da dies nicht in kurzer Zeit erreichbar ist, ist das bei Erreichung ein sehr starkes Indiz dafür, dass hier ein sehr kompetenter PartnerIn hinter dem Profil steckt.

Deine Aufgabe:

Wähle 10-15 Kenntnisse und Fähigkeiten aus und setze sie auf dein Profil. Schreibe mir und ich bestätige die ersten drei deiner Kenntnisse. Im Gegenzug freue ich mich natürlich auch über die Bestätigung meiner Kenntnisse. Bestätige gerne auch die Kenntnisse von anderen, (sofern du von ihrer Kompetenz überzeugt bist) wenn du deine aktualisiert hast. Viele werden im Gegenzug auch deine Kenntnisse bestätigen und es wäre natürlich schade, wenn dann die falschen oder nicht mehr relevanten Kenntnisse bestätigt werden.

Empfehlungen

EMPFEHLUNGEN

Empfehlungen kannst du im Gegensatz zu den Kenntnissen und Fähigkeiten direkt bei der entsprechenden Person anfragen. Dazu gehst du auf dein eigenes Profil, scrollst nach unten zum Bereich Empfehlungen, klickst auf das Plus-Symbol und dann auf "Um Empfehlung bitten". Der Rest ist selbsterklärend. Mach dies am besten regelmäßig und schreibe nicht alle KundInnen auf einmal an.

Boni

BERUFSERFAHRUNG

In der Berufserfahrung solltest du nicht nur einfach deinen Lebenslauf runterrattern. Vielmehr sollten hier die relevanten Berufserfahrungen inkl. detaillierter Beschreibung der Aufgaben (sofern relevant) und Arbeitsproben (z.B. Präsentationen, Videos, Links zu Projektseiten und auch Fotos hochgeladen werden. Sie wirken oft als sogenannte "Stopper" oder auch "Störer" und bewirken, dass die LeserInnen hier stoppen um es sich genauer anzusehen. Sie lockern zudem den Text visuell auf. Bitte gestalte die Ausführungen zu deiner Tätigkeit besonders leserfreundlich. Arbeite daher am besten mit Bulletpoints oder entsprechenden Emojis.

