

Workbook



LinkedIn Winter Bootcamp

by Eileen Al-Zubairy

DU BIST HIER GENAU RICHTIG, WENN...



Du auf einer Plattform sichtbar werden möchtest, bei dem der respektvolle **Austausch** und der **Mehrwert** im Vordergrund steht.



Du keine Lust hast, **24/7 online** zu sein, um dein Thema in die Welt zu tragen



Du aufgrund deiner **Expertise** und deines **Auftretens** von deinen KundInnen gefunden und angesprochen werden möchtest.

MEIN VERSPRECHEN AN DICH...



Ein professionelles und **wirkungsvolles Auftreten**, das deine Expertise strahlen lässt...



Eine **nachhaltige Strategie**, die dazu führt, dass DU von potenziellen KundInnen angesprochen wirst...



Zeiteffiziente und langfristige Sichtbarkeit

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.

BE THE
CHANGE
YOU WANT
TO SEE IN
THE WORLD

Mahatma Gandhi



00

WIE GEHE ICH VOR?

Wie dieses Workbook funktioniert
und wie du am effektivsten damit arbeitest.

01

LINKEDIN-EINSTELLUNGEN

Alle Profileinstellungen sowie Tipps und Tricks sowie ein
Überblick über die gesamte Plattform

02

LINKEDIN-PROFIL & UNTERNEHMENSSEITE

Profilfunktionen | Unternehmensseite | SSI

03

ZIELGRUPPENRECHERCHE

Wie finde ich meine Zielgruppe | Vernetzen | Strategien

04

CONTENTSTRATEGIE

Contentideen | Redaktionspläne | Workflow

00



WIE DIESES WORKBOOK FUNKTIONIERT

Du nimmst deine Sichtbarkeit in Angriff, darauf kannst du jetzt schon stolz sein! **Wenn du dranbleibst**, wird es sich auszahlen, das verspreche ich dir. Damit du das meiste für dich herausziehen und es zudem möglichst zeiteffizient umsetzen kannst, habe ich hier ein paar Tipps für dich, wie du die Inhalte des Kurses am sinnvollsten umsetzt.

In den Live Sessions erkläre ich dir wie du vorgehst, was besonderen Fokus verdient und wichtig ist. Das Workbook fasst das Wichtigste zusammen und gibt dir den Raum um die Themen mit deinen Inhalten zu füllen.

Außerdem ist im Workbook noch einiges mehr dabei, was wir nicht in den Live Sessions besprochen haben. Dies ist zur Vervollständigung dabei und zum eigenständigen Umsetzen inkl. Tipps wie ihr es umsetzen könnt.

Je nach Wissensstand wirst du das ein oder andere bereits umgesetzt haben, dennoch empfehle ich dir es einfach nochmal sorgsam zu prüfen. Denn es ändern sich ja wie gesagt immer mal wieder Dinge bei LinkedIn.

Ihr seht schon, es geht mir wirklich um die Umsetzung, heißt vor allem auch Eigeninitiative. Zusammen geht das aber definitiv einfacher als allein.

Let's do this!

Wie dieses Workbook funktioniert



Workbook

Modul 1



LinkedIn Winter Bootcamp

by Eileen Al-Zubairy



LINKEDIN EINSTELLUNGEN

Wenn deine Einstellungen bei LinkedIn nicht optimal vorgenommen wurden, wirst du nicht gefunden. Es kann aber auch dazu führen, dass dich anderen Personen nicht verlinken können oder dein vollständiges Profil nicht angezeigt wird. All diese Einstellungen sind daher wichtig im Vorfeld bewusst zu treffen. Zudem wirst du in diesem Modul die Benutzeroberfläche besser kennenlernen, um dich auf LinkedIn besser zurecht zu finden.

"Start"

LINKE MENÜSPALTE

Kurzansicht deines Profils

Einer der vielen Wege, um schnell auf dein Profil zu kommen. Hier wird auch deine Profilslogan, dein Profilfoto und dein Profilbanner mitangezeigt.

Analysemöglichkeiten (Premiumfunktion)

Der schnellste Weg, um in deine Analyse einzutauchen.

Profilansichten: nach Unternehmen, Branchen und Ort

Impressionen der letzten: 7, 14, 28, 90 oder 365 Tage

Interaktionen der letzten: 7, 14, 28, 90 oder 365 Tage

Zusätzlich kann das Engagement nach folgenden Parametern angezeigt werden:

Jobbezeichnung, Ort, Branche, Karrierestufe, Firmengröße, Unternehmen

Gespeicherte Inhalte

Hier kannst du dir gespeicherte Beiträge und Artikel anzeigen lassen

Deine Unternehmensseiten

Hier werden dir alle von dir erstellten Unternehmensseiten angezeigt.

Sammlung aktueller Veranstaltungen, aktivsten Gruppen und meistgenutzten

Hashtags

Hier werden dir alle der danach folgenden Gruppen nach Relevanz in der Übersicht aufgelistet.

Deine Gruppen

Die Gruppen in denen du Mitglied bist, findest du hier. Die Sortierung erfolgt nach deiner Aktivität in der Gruppe

Deine Events

Die Events für die du dich bei LinkedIn angemeldet hast. Achtung, oftmals ist noch eine Registrierung oder ein Kauf von Tickets notwendig. Die Zusage zu einem Event ist also nicht gleichbedeutend mit einer definitiven Teilnahme

Deine Hashtags

Deine von dir abonnierten Hashtags findest du hier

MITTLERE MENÜSPALTE

Hier ist Platz für deine eigenen zu verfassenden **Beiträge, Artikel**, etc. Darunter ist der sogenannte **Feed**. Darin findest du alle Beiträge deiner Zielgruppe, chronologisch ("**Recent**") oder nach Reichweite ("**Top**") sortiert

RECHTE MENÜSPALTE

Aktuelle und **trendende Artikel** von LinkedIn-MitarbeiterInnen.

"Netzwerk"

LINKE MENÜSPALTE

LinkedIn Kontakte

Übersicht über alle deine Kontakte inkl. Suchfunktion, mit denen du vernetzt bist. Hier hast du auch die Möglichkeit Kontakte zu entfernen -> klicke auf die 3 Punkte neben dem Kontakt -> Kontakt entfernen.

Adressbuchkontakte

Hier könnt ihr eure Email- oder auch Handykontakte synchronisieren. **ACHTUNG:** Dieser Vorgang ist nicht reversibel! Gemäß DSGVO würde ich dies nicht tun, da ihr LinkedIn somit Namen und Handynummern oder Emailadressen eurer Kontakte übermittelt. Natürlich gelten auch für LinkedIn Datenschutzgesetze, aber wir wissen dennoch nicht was sie mit den Daten machen **UND** du hast sicherlich auch nicht vorher deine Kontakte befragt und deren Einwilligung eingeholt, ihre Daten an LinkedIn weiterzugeben. Ein klares Nein an dieser Stelle bzgl. dieser Einstellung.

Personen denen Sie folgen

Die Zahl die du an dieser Stelle siehst, ist die Zahl der Personen mit denen du nicht vernetzt bist (weil sie deine Vernetzungsanfrage nicht angenommen haben oder sie die Höchstzahl an Kontakten erreicht haben). Klickst du auf den Link, kannst du außerdem filtern nach Unternehmen und Hashtags denen du folgst.

Events

Hier findest du alle vergangenen und zukünftigen Events für die du auf LinkedIn deine Zusage gegeben hast.

Unternehmen

Hier werden dir alle Unternehmen separat angezeigt, denen du folgst. Dies kannst du dir auch bei "Personen denen Sie folgen" anzeigen lassen.

Newsletter

Creator-Profile können Newsletter verschicken. Wenn du einen ihrer Newsletter abonniert hast, kannst du sie hier verwalten.

Deine Hashtags

Deine von dir abonnierten Hashtags findest du hier.

MITTLERE MENÜSPALTE

In diesem Feed findest du Profilvorschläge zum Vernetzen. Der Algorithmus wählt sie anhand deiner Profileinstellungen und deiner bereits bestehenden Kontakte aus.

"Nachrichten"

LINKE MENÜSPALTE

Nachrichten

Hier findest du alle Nachrichten, die dir seit bestehen deines Profils geschickt worden oder die, die du verschickt hast. Dein Posteingang also. Du kannst über die 3 Punkte eine Abwesenheitsnachricht einrichten lassen und auch Kontakte verwalten.

MITTLERE MENÜSPALTE

Hier kannst du deine Nachrichten schreiben aber auch die Nachricht einzeln löschen, die Person auf "stumm" schalten oder auch blockieren.

"Mitteilungen"

LINKE MENÜSPALTE

Nachrichten

Hier kannst du ganz individuell einstellen, was dir im Mitteilungsfeed angezeigt werden soll. Ich habe standardmäßig ALLES eingeschaltet.

MITTLERE MENÜSPALTE

Das ist eine der wichtigsten Bereiche die es auf LinkedIn gibt. Hier siehst du wer auf deine Beiträge geantwortet hat, reagiert hat, welche Beiträge trenden, wer Firmenjubiläum oder Geburtstag hat oder was von dir favorisierte Kontakte für Content veröffentlicht haben. Hier solltest du am besten mehrfach täglich reinschauen und dann auch interagieren, sofern es passt.

Workbook

Modul 2



LinkedIn Winter Bootcamp

by Eileen Al-Zubairy

02



LINKEDIN PROFIL & UNTERNEHMENSSEITE

In diesem Modul geht es nun um dein LinkedIn-Profil und wie du es sinnvoll und vor allem strategisch einrichtest. Immer unter Berücksichtigung des Algorithmus. Der Algorithmus ändert sich leider regelmäßig, daher heißt es hier natürlich auch dranbleiben und neues ausprobieren. Besondere Aufmerksamkeit braucht dein Profilslogan und deine Infobox. Außerdem geht es auch um die Unternehmensseite, wie du sie einrichtest und warum sie wichtig ist.

Profil

PROFILBANNER

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.

PROFILBILD

Dein Profilbild ist DAS Aushängeschild deines Accounts. Es sollte Vertrauen wecken und Kompetenz ausstrahlen. 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.

PROFILSLOGAN

Der Profilslogan ist von extremer Wichtigkeit! Er ist an sehr vielen Stellen sichtbar und das erste was jemand von dir sieht. Danach entscheidet sich meist, ob jemand eine Kontaktanfrage stellt oder mit dir anderweitig in Verbindung treten will. Hier die wichtigsten Elementen aus denen er bestehen sollte:

- deinem **Titel** (Jobbezeichnung, Was tust du?)
- **Werteversprechen** (Zusammenspiel aus deinem Angebot, Alleinstellungsmerkmal, der Lösung des Kundenproblems -> Warum ist dein Angebot für deine KundInnen attraktiv und welches Problem wird dadurch gelöst). **Die Antworten hast du dir in Modul 1 erarbeitet!**
- Phrasen wie: Ich helfe/unterstütze XY das Problem X zu lösen oder Lösung Y zu erreichen
 - **Zielgruppe und Problem oder Lösung ansprechen**

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 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

MINDESTENS

- Zielgruppe
- Tätigkeit
- Keywords
- Wertversprechen

OPTIONAL

- Problem
- Lösung
- Angebot
- CTA

Dein Profilslogan

Profilslogan

Der Profilslogan ist das Herzstück deines LinkedIn Profils. Du hast 220 Zeichen dafür Platz, um ihn in Szene zu setzen. Beachte, dass er an den unterschiedlichsten Stellen für deine potenzielle Zielgruppe sichtbar, verschenke dieses Potenzial nicht.

Folgende Strukturen geben dir eine Orientierung, wie du deinen Profilslogan gestalten kannst:

STRUKTUR 1

Zielgruppe | Tätigkeit | Wertversprechen | Keywords

STRUKTUR 2

Tätigkeit | Zielgruppe | Wertversprechen | CTA | Keywords

STRUKTUR 3

Wertversprechen | Zielgruppe | Tätigkeit | Keywords

STRUKTUR 4

Zielgruppe | Problem | Angebot | CTA

STRUKTUR 5

Lösung | Zielgruppe | Wertversprechen | Keywords

STRUKTUR 6

Why | Zielgruppe | Wertversprechen | Keywords

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 deinen Profilslogan erreichen kannst. Es ist faktisch ein Trial and Error! Probiere dich aus und justiere ihn immer wieder.

Profil

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

(Funktion nicht mehr verfügbar)

In 30 Sekunden hattest du die Chance dein Business vorzustellen. Die Cover Story sollte im besten Fall folgende Elemente beinhalten

- Begrüßung
- Vorstellung (Name und Tätigkeit)
- Was bekommt man bei dir?
- Für welche Zielgruppe bist du die beste Ansprechpartnerin?
- Dein Wertversprechen (siehe Profilslogan)
- **UND:** Call to Action ("Buche dir ein Kennlerngespräch")

FOKUSBEREICH

Solltest du den Creator Modus aktiviert haben, so wird dir dieser Teil als nächstes 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.

Profil

INFOBOX

Hier hast du 2600 Zeichen zur Verfügung um deine interessierten Profilstöberer weiter abzuholen. Hab hier keine Hemmungen ausführlich zu schreiben, denn wer wirklich an deinem Angebot interessiert ist, wird es sich durchlesen, um einen besseren Eindruck von dir zu bekommen. Der Bereich sollte immer mit einem Aufhänger (sog. Hook) starten, um die LeserInnen neugierig zu machen. Denn auch dieser Bereich hat ab einer bestimmten Zeichenanzahl den Vermerk "mehr lesen", damit der gesamten Inhalt angezeigt wird. Beispiel einer Möglichkeit der Gestaltung:

- Kreativer Aufhänger (z.B. eine Provokation)
- Storytelling
- Hinleitung zu deinem Angebot
- Call to Action

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.

KENNTNISSE

Dies dient vor allem dem Social Proof. Wähle bis zu höchstens 15 Kenntnisse aus. Besser wären bis zu 10. In manchen Branchen ist es aber aufgrund der vielfältigen Aufgabengebiete auch sinnig bis zu 15 Kenntnisse aufzuführen. Verzichte auf sogenannte Softskills (außer es ist für deine Tätigkeit von grundlegender Bedeutung) und beschränke dich auf Hardskills wie z.B. CSS oder Projektmanagement. Vermeide Basic Skills wie z.B. "MS Office". Ordne sie so an, dass die 3 wichtigsten Skills an erster Stelle stehen. Beachte außerdem, dass diese Kenntnisse auch von der LinkedIn Suche ausgespielt sind und bringe passende Keywords unter

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!

Folgende Strukturen geben dir einen möglichen 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

STRUKTUR 5

Lösung | Problem | Mein Why | Angebot | CTA

STRUKTUR 6

Zielgruppe | Problem | 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 ihn immer wieder.

Unternehmensseite

WARUM SOLLTE MAN EINE HABEN

- Wirkt professioneller
- Du "claimst" deinen Namen
- Du kannst dein Logo unter deinem Profilbanner anzeigen lassen
- Wir wissen nie, wann LinkedIn seinen Algorithmus ändert und die Unternehmensseite einen höheren Stellenwert in Bezug auf die Reichweite hat

WIE SOLLTE ICH SIE BESPIELEN

- Sie hat nur eine sehr geringe Reichweite. Nimm daher einfach nur einen Beitrag den du auf deinem persönlichen Profil gepostet hast und poste ihn dort erneut (copy and paste - nicht teilen) mit einem Abstand von mindestens zwei Tagen.
- alle ca. 1-2 Wochen ein Post ist ausreichend, notfalls auch nur einer im Monat ausreichend. Bestenfalls recycelst du hier einfach Beiträge von deinem persönlichen Profil.
- Lade 2 x im Monat neue Kontakte dazu ein, deiner Unternehmensseite zu folgen. Du hast dafür 100 - 250 Einladungsgutschriften pro Monat. Normalerweise (nicht immer) werden dir die angenommenen Einladungen wieder gutgeschrieben und du kannst damit erneut Personen aus deinem Netzwerk einladen.
- Dein Zeitinvest sollte für beide Punkte nicht mehr als 10 Minuten im Monat betragen.

SSI

SSI - SOCIAL SELLING INDEX

Der Social Selling Index spielt auch eine wichtige Rolle beim Algorithmus. Dennoch möchte ich ihm bewusst keinen allzu großen Stellenwert geben.

4 BEREICHE

Es ist ein Score, der sich aus diesen 4 verschiedenen Bereichen zusammensetzt

- Markenaufbau
- passende Zielgruppe
- Content
- Beziehungsaufbau

Im besten Falle, habt ihr natürlich den Score 100. Ich persönlich kenne aber wirklich niemanden, der diesen Score hat. Den höchsten, den ich je gesehen habe war 89. Ich selbst hatte einmal 84.

Der Score soll aussagen, wie gut und zielgerichtet ihr bei LinkedIn in diesen vier Bereichen aufgestellt seid. Die Bereiche speisen sich alle aus den, auf der vorherigen Seite aufgezählten Faktoren aus dem Profil und zusätzlich auch aus der Interaktion mit deiner Zielgruppe.

Lasst euch nicht zu sehr von diesem Wert beeinflussen, denn dieser ist erst dann wirklich zielführend, wenn ihr vor allem eine sehr klar Zielgruppe habt, die auf LinkedIn sehr gut gefunden werden kann und ihr einer der aufgeführten Branchen zugehört. Das ist nicht bei allen überhaupt möglich.

Tipps zum Algorithmus

CONTENT

Produziere aktiv Content, der Mehrwert bietet. Dazu mehr im Modul Contentstrategie

PROFIL VERVOLLSTÄNDIGEN

Das Ziel ist, möglichst ein vollumfänglich ausgefülltes Profil zu erstellen. Dazu gehören auch **Empfehlungen, die Bestätigung von Kenntnissen** aber auch das Eintragen von ehrenamtlichen Tätigkeiten oder das Hochladen von Zertifikaten. Achte jedoch darauf, dass dort **keine privaten oder sensiblen Daten** zu erkennen sind oder schwärze sie entsprechend vorher. Alternativ kannst du auch eine der zahlreichen **Zertifikate** von LinkedIn zu bestimmten Fertigkeiten absolvieren. Bis vor ein paar Monaten hat LinkedIn die den Level deines vollständigen Profils angezeigt. Zu erreichen galt es das **Superstar-Level**.

INTERAKTION

Die wichtigsten Faktoren sind: Mehrwert und Wertschätzung! Fast alles andere ist zweitrangig. Bei der Interaktion ist nicht nur die öffentliche Interaktion unter den Postings gemeint, sondern auch diejenige in den privaten Nachrichten. Mehr dazu im entsprechenden Modul!

VERNETZEN

Das Vernetzen ist das A und O auf dieser Plattform. Erweitere kontinuierlich dein Netzwerk mit der passenden Zielgruppe. Je größer dein Netzwerk, umso mehr wird dein Content ausgespielt.

UNTERNEHMENSSEITE

Kurz und knapp: Du solltest definitiv eine Unternehmensseite haben! Erstelle sie gerne mit Hilfe meines [Blogartikels](#), denn es gibt eine bestimmte Einstellung zu beachten, damit dein Logo danach auch in deinem persönlichen Profil angezeigt wird. In dem Blogartikel findest du zudem auch nochmal alle Gründe aufgezählt, warum es wichtig ist eine Unternehmensseite zu haben und auch zu pflegen. Die Pflege ist dabei sehr einfach und braucht keine 10 Minuten im Monat.