

LINKEDIN LEITFADEN

QUICK TIPPS ZUM AUFBAU DEINER MARKE AUF LINKEDIN

COL
marketing &
kommunikation



Lieber Gast der ZukunftsWerkstatt 2023,

schön, dass du dir unseren LinkedIn-Leitfaden heruntergeladen hast. Auf den ersten Seiten erhältst du einen Recap meines Impulsvortrages "Expertise trifft auf Menschlichkeit - Die Power von LinkedIn in der B2B-Kommunikation" bei der diesjährigen ZukunftsWerkstatt der HKM Heilbäder und Kurorte Marketing GmbH Baden-Württemberg.

Neben einer kurzen Zusammenfassung präsentieren wir ab Seite 10 exklusive Tipps und Fragestellungen, die dich dabei unterstützen, deine Personal Brand und / oder die Corporate Brand deines Unternehmens / Arbeitgebers auf LinkedIn strategisch und erfolgreich aufzubauen.

Du hast Fragen oder möchtest mit CCL Marketing & Kommunikation zusammenarbeiten? Nimm gerne Kontakt auf.

Herzliche Grüße aus dem Markgräflerland




Lass uns in Kontakt bleiben.

Vernetze dich mit mir auf LinkedIn und folge CCL Marketing & Kommunikation für News & Updates. Ich freue mich auf dich.



Cecile Claire Lehmann

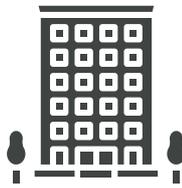


CCL Marketing & Kommunikation

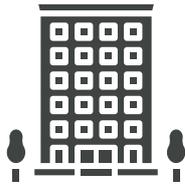
01

IMPULSVORTRAG

Definition B2B Kommunikation & B2C Kommunikation



- Business-to-Business
- Kommunikation zwischen Unternehmen



- Business-to-Consumer
- Kommunikation zwischen Unternehmen und Konsumenten

Merkmale der B2B-Kommunikation



- Mehrere Personengruppen



- Längerer Kaufzyklus



- Fokus auf Expertise



- Menschlichkeit & Persönlichkeit



Reminder: It's a people's business.

Auch in der B2B-Kommunikation steht der Mensch im Vordergrund. Das Verständnis darüber, welche Probleme und Wünsche die Zielgruppe hat und wie wir als Unternehmen diese Probleme mit unserer Dienstleistung lösen können, steht im Vordergrund der Handlungen.

Kommunikationsmittel in der B2B-Kommunikation

- Website
- Social Media
- E-Mail-Marketing / Newsletter
- Podcast
- Print

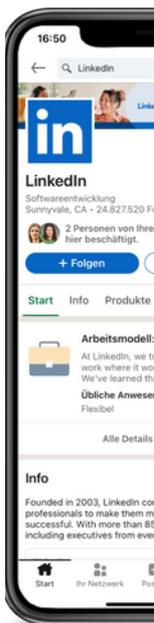
Je weiter die Digitalisierung voranschreitet, desto schwieriger wird es, die Zielgruppe zu erreichen. In dem Moment, in dem wir unserem "Gesprächspartner" nicht mehr physisch gegenüber sitzen, wird es herausfordernd. Trotzdem muss es uns gelingen, eine Verbindung herzustellen, auf deren Basis eine gemeinsame Zusammenarbeit entstehen kann. Dazu eignet sich Social Media Marketing ideal.

Die Business-Plattform LinkedIn

Mit über 900 Millionen Nutzern ist LinkedIn die größte Business-Plattform weltweit.

- 930.000.000 Nutzer weltweit
- 63.000.000 Accounts von Unternehmen & Brands
- 61.000.000 Jobsuchende
- 20.000.000 Nutzer im DACH-Raum
- 117 Bewerbungen pro Sekunde

Auf LinkedIn hast du die Chance, dich in jeder Branche als Experte zu positionieren. Du triffst auf Menschen, die die gleichen beruflichen Interessen und Fragen haben und erreichst die Menschen im Unternehmen, die Verantwortung haben und Entscheidungen treffen.



Ziele, die mit LinkedIn erreicht werden können

- Sichtbarkeit und Unternehmensbekanntheit steigern
- Arbeitgebermarke stärken
- Neue Mitarbeiter gewinnen
- Netzwerk aufbauen
- Expertenstatus und Themenkompetenz etablieren

Personal Branding auf LinkedIn

Du kannst mit einer Corporate Brand und / oder einer Personal Brand auf LinkedIn aktiv werden. Im Idealfall empfehlen wir beide Varianten. Wenn nur eine Variante zur Wahl steht, setze unbedingt auf Personal Branding.

Die Erklärung ist einfach: Menschen folgen Menschen. Keinen Marken. Menschen kommunizieren und interagieren lieber mit anderen menschlichen Wesen als mit Unternehmen. Für die Unternehmenskommunikation wird es immer schwieriger, Botschaften nach außen zu transportieren, denn Nutzer fordern auf Social Media vor allem Authentizität - und diese kann ein Unternehmen nur bedingt erfüllen. Grund dafür ist, dass Marke oder Unternehmen als künstliches Konstrukt wahrgenommen werden.

Die logische Schlussfolgerung für die Unternehmenskommunikation lautet daher: Corporate Branding braucht Personal Branding als Ergänzung.

**"Eine Personal Brand ist das, was andere über dich sagen,
wenn du nicht im Raum bist."**

Jeff Bezos

Jeder von uns hat eine Personal Brand. Es ist das, was deine Kolleginnen, Geschäftspartner und Vorgesetzte über dich sagen. Die Frage, die sich jetzt stellt, ist, wann du beginnst, deine Marke aktiv zu gestalten.

Corporate Influencing

Die Unternehmenskommunikation hat sich verändert: Heute reicht ein Smartphone, wo früher Druckerei, Rundfunk oder Fernsehen nötig war. Damit einhergehend hat sich auch die Gruppe derer verändert, die kommunizieren. Nicht mehr nur Mitarbeiter aus der Marketingabteilung, sondern alle Mitarbeiter können zum Sprachrohr des Unternehmens werden.

Corporate Influencer sind Personal Brands, die aus dem Unternehmen heraus als Markenbotschafter agieren. Als Multiplikatoren nehmen sie Einfluss darauf, wie eine Marke, ein Produkt oder ein Unternehmen wahrgenommen wird. Sie geben Einblicke in ihren Arbeitsalltag, positionieren sich zu Experten- und Fachthemen und beeinflussen somit das Image des Unternehmens.

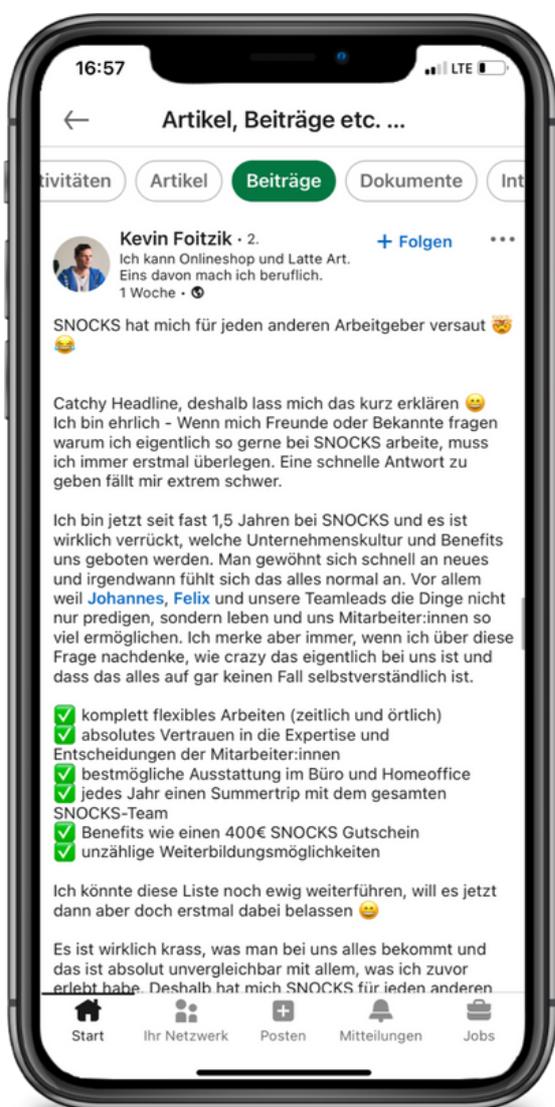
- Markenbotschafter verleihen dem Unternehmen ein Gesicht.
 - Markenbotschafter stellen Nähe zur Zielgruppe her.
 - Markenbotschafter zeigen Expertise und stärken die Positionierung.
 - Markenbotschafter signalisieren Glaubwürdigkeit und Authentizität.
 - Markenbotschafter vermitteln ein vielfältiges Unternehmensbild.
- i** Der Begriff Corporate Influencing hat nichts mit einem klassischen Influencer zu tun. Corporate Influencer werden nicht für ihren Content bezahlt oder angestiftet. Sie handeln nicht im Auftrag des Unternehmens, sondern in eigenem Namen als Personal Brands.

In diesen Bereichen können Corporate Influencer unterstützen

- HR / Personalwesen / Employer Branding
- Marketing / Kommunikation / Vertrieb
- Service

Corporate Influencer in der Praxis

Corporate Influencer machen die Kommunikation menschlicher, persönlicher und authentischer. Sie transportieren über ihre eigenen Kanäle Unternehmensbotschaften, prägen die Werte des Unternehmens und geben Einblicke in den Arbeitsalltag. Im Vordergrund steht der Aufbau einer fachlichen Expertise und Kompetenz. Deshalb eignet sich die Business-Plattform LinkedIn optimal, um Corporate Influencern eine Bühne zu geben.



Du möchtest Corporate Influencer werden und in deinem Unternehmen ein Corporate Influencer Programm starten? Wir unterstützen euch gerne.

Learnings

- 01.** B2B MARKETING BRAUCHT MENSCHLICHKEIT. UND EXPERTISE.
- 02.** MENSCHEN FOLGEN MENSCHEN. LIEBER ALS UNTERNEHMEN.
- 03.** CORPORATE BRANDING BRAUCHT PERSONAL BRANDING.
- 04.** NUTZT DIE MACHT DER CORPORATE INFLUENCER.

Du möchtest deine Personal oder Corporate Brand auf LinkedIn aufbauen? Auf den nächsten Seiten findest du wertvolle Tipps, mit denen du direkt in die Umsetzung starten kannst.



2

QUICK TIPPS

Ohne Strategie ist alles nichts

Strategie und Positionierung sind die Grundlagen für deinen Erfolg auf LinkedIn. Bei über 900 Millionen Nutzern weltweit und einer Vielzahl an Stimmen und Personal Brands ist es umso wichtiger, ganz genau zu wissen, wofür deine Personal Brand steht und welchen Mehrwert du deiner Zielgruppe bieten kannst. Nimm dir für die Definition deiner Strategie und deiner Positionierung ausreichend Zeit.

Die folgenden 5 Schritte solltest du sowohl für den Aufbau deiner Personal Brand als auch für den Aufbau einer Corporate Brand durchlaufen.



Audit

- Wo stehst du aktuell?
- Wie sehen deine bisherigen Aktivitäten auf LinkedIn aus?
- Wie präsentieren sich deine Mitbewerber?



Ziele & Zielgruppen

- Wen möchtest du erreichen?
- Welche Ziele verfolgst du?
- Mit welchen KPI's kannst du deine Ziele messen?



Positionierung

- Wofür möchtest du als Brand stehen?
- Was sind deine Stärken und dein Alleinstellungsmerkmal?
- Nach welchen Werten handelst du?



Content-Strategie

- Was sind deine Botschaften?
- Für welche Themen möchtest du stehen?
- Mit welcher Tonalität möchtest du sprechen?



Profil

- Wie kann ich mich entsprechend meiner Positionierung als Personal Brand präsentieren?

Titelbild & Profilbild

Der erste Eindruck zählt: Das gilt auch für dein LinkedIn Profilbild. Präsentiere dich offen und freundlich, halte Blickkontakt und achte auf eine professionelle Beleuchtung. Dein Profilbild sollte stets aktuell sein.

Für eine Corporate Brand ist auf dem Profilbild Platz für das Unternehmenslogo.

Nutze das Titelbild, um bereits auf den ersten Blick deutlich zu machen, wer du bist und wofür du stehst. Hier hast du eine großzügige Fläche, die du nicht verschenken solltest. Ihr seid auf der Suche nach Azubis oder Nachwuchskräften? Ihr habt eine neue Dienstleistung? Dann ab damit auf das Titelbild. Das gilt für Personal Brands und Corporate Brands gleichermaßen.

Profilslogan

Der Profilslogan ist der Text direkt unter deinem Profilbild und deshalb sehr wichtig. Dir stehen bis zu 220 Zeichen zur Verfügung, um auf dich aufmerksam zu machen. Bedenke immer, dass der Profilslogan auch sichtbar ist, wenn du einen Kommentar verfasst - zumindest einige der 220 Zeichen.

Es muss dir also gelingen, Interesse und Neugierde zu wecken. Ob du im Slogan deine aktuelle Position, deinen Mehrwert oder deine Themen präsentierst, ist dir überlassen - was zählt, ist Kreativität.

Der Profilslogan ist auch für deine Auffindbarkeit auf LinkedIn wichtig. Du möchtest in der Suchmaschine LinkedIn gefunden werden? Dann achte darauf, in deinem Profilslogan relevante Keywords zu verwenden.

Profilinfo | Beschreibung

Die Profilinfo wird oft mit der Beschreibung des Lebenslaufes verwechselt. Hier geht es nicht darum, deine bisherige berufliche Laufbahn zu beschreiben, sondern vielmehr um den Pitch deiner Personal Brand.

Nutze den großzügigen Platz, der dir zur Verfügung steht, und mache deutlich, wer du bist, wofür du stehst und welchen Mehrwert du deinen Followern versprichst.



TITELBILD

PROFILBILD

PROFILSLOGAN

INFO

3

ZUSAMMENARBEIT

Bereit für einen Deep Dive?

Ihr seid von der Power der Business-Plattform überzeugt und wollt mit eurem Unternehmen auf LinkedIn durchstarten?

Wir unterstützen euch gerne beim Aufbau eurer Personal Brands und dem Aufbau eurer Corporate Brands. Mit Content, der begeistert. Mit Botschaften, die ankommen. Mit Geschichten, die Emotionen wecken.

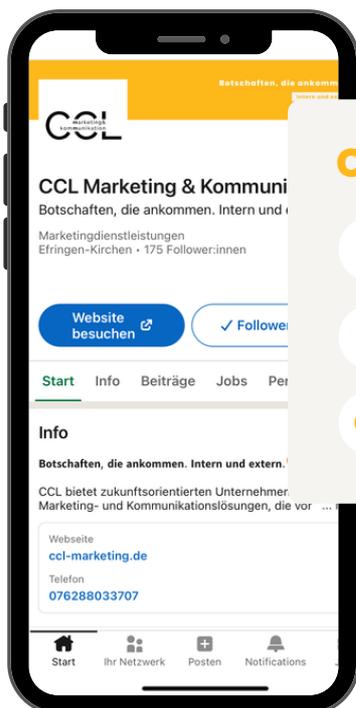
Erfahrt mehr über eine Zusammenarbeit mit CCL Marketing & Kommunikation und vereinbart ein kostenloses Erstgespräch.

Corporate Influencer Programm

Ihr wollt eure Mitarbeiter zu Markenbotschaftern machen und wollt mehr über unser Corporate Influencer Programm erfahren? Nehmt gerne Kontakt mit uns auf. Mit unseren Workshops und Trainings machen wir eure Mitarbeiter in zwei Monaten zu Personal Brands und LinkedIn-Profis.



Alle Teilnehmer der ZukunftsWerkstatt 2023 erhalten einen exklusiven 10%-Rabatt auf unser Corporate Influencer Programm.



Contact us



+49 7628 80 33 707



info@ccl-marketing.de



www.ccl-marketing.de



Follow us on LinkedIn.