

LinkedIn Grundlagen

[Innovation Port Vortrag von Marc Borkowski]

Frameing

**Ein Rahmen, um seine Person
aufzubauen.**

Werte definieren

Werte definieren

**Respekt, Hilfsbereit, Zielstrebig und
Effizient**

Das ist der Werte-Rahmen

Dadurch lassen sich einfacher Kunden und Kollegen finden, mit den man Lust hat zu arbeiten.

Thema definieren

Thema definieren

**künstliche Intelligenz und
Softwareentwicklung**

Marc Borkowski

Softwareentwickler
Blogger
Schauspieler

Arbeitgeber



click solutions

Webanwendungen
digitale Messestücke
3D Anwendungen

eng verzahnt mit

LACHS**VON****ACHTERN**

Kommunikation & Design


Hook

Soll Aufmerksamkeit hervorrufen

Widerspruch

**Ich war ein Tag im Urlaub und
noch nie so erholt.**

Zahl

**Ich bin 300% gewachsen -
so habe ich es gemacht** 

Emotion

**Solo-Selbstständige werden immer
unzuverlässiger 🤨**

Content

**Nicht angeben, zeigt eure
Lösungen und Erkenntnisse.**

Inhalt mit Mehrwert!

Do & Dont's
Tutorial
Meinung
Kundenfeedback
Problemlösung
Unterhaltung

Do-Beispiel

Verwendet ein Call-to-Action, der einfach formuliert ist.

Dadurch werdet ihr 30% mehr Likes bekommen.

CTA
(call to action)

Sagt euren Lesern, was jetzt zu tun ist.

Beispiel:

Ich habe eine LinkedIn Pause gemacht.

**Meine Beiträge bekommen keine
Reichweite mehr.**

**Bitte helft mir und gebe einen Tipp in
den Kommentaren.**

Bei mehreren Experimenten ist die Interaktion um 30% gestiegen, im Vergleich ohne call to action.

Ziele

**Definiert euch
messbare
spezifisch
erreichbar
Ziele.**

Beispiel für ein LinkedIn Ziel:

**Ich möchte in 6 Monaten
durchschnittlich 4 Kunden-Anfragen
über LinkedIn pro Monat haben.**

Messbar?

Ich möchte in 6 Monaten
durchschnittlich **4 Kunden-Anfragen**
über LinkedIn **pro Monat haben.**

spezifisch?

**Ich möchte in 6 Monaten
durchschnittlich 4 Kunden-Anfragen
über LinkedIn pro Monat haben.**

erreichbar?

**Ich möchte in 6 Monaten
durchschnittlich 4 Kunden-Anfragen
über LinkedIn pro Monat haben.**

Zielgruppe

**Wen wollt ihr erreichen?
Zukünftige Kollegen oder neue Kunden?**

Für was interessieren Sie sich?

siehe Frame

Seid sehr detailreich und baut euch eine spitze Zielgruppe.

2 Abschluss Tipps

Versetzt euch in die Zielgruppe!

Versetzt euch in die Zielgruppe!

**Glaubst du, die Person wird Freitag 18
Uhr auf LinkedIn sein?**

Es ist ein Netzwerk.

Es ist ein Netzwerk.

**Seid nicht egoistisch, liked und
kommentiert bei Anderen.**