

Content-Marketing auf LinkedIn – überzeugend und persönlich

Wie du mit erprobten Strategien und einem
zielführenden Mindset zu einer erfolgreichen
Brand auf Social-Media wirst



© 2023 Nele Flenter, Niclas Flenter

Coverdesign von: Vanessa Bruhm
Satz & Layout von: Vanessa Bruhm

Druck und Distribution im Auftrag der Autoren:
tredition GmbH, Heinz-Beusen-Stieg 5,
22926 Ahrensburg, Deutschland

Das Werk, einschließlich seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Für die Inhalte sind die Autoren verantwortlich. Jede Verwertung ist ohne ihre Zustimmung unzulässig. Die Publikation und Verbreitung erfolgen im Auftrag der Autoren, zu erreichen unter: tredition GmbH, Abteilung "Impressumservice", Heinz-Beusen-Stieg 5, 22926 Ahrensburg, Deutschland.

**Es ist an der Zeit, dass du mit
deinem Unternehmen die Bühne
bekommst, die du verdienst.**

Trau dich und zeig dich!

Du bist hier genau richtig, wenn:

- Du LinkedIn für dich und dein Unternehmen nutzen möchtest,
- Du motiviert bist, dir aber noch der Plan und die Strategie fehlen,
- Du unsicher bist, wie du dich auf LinkedIn verhalten sollst,
- Du deine Fragen rund um Content-Marketing auf LinkedIn endlich klären möchtest,
- Du dich für LinkedIn interessierst und Spaß an persönlichen Insights hast.

Grundsätzlich richtet sich das Buch an ruhige, aber neugierige Unternehmer, die ihre Marke bzw. ihr Unternehmen auf LinkedIn stärken und dadurch leichter mit ihren Wunschkunden ins Gespräch kommen möchten.

Du bist nicht auf der Suche nach Kunden, sondern möchtest LinkedIn zur Mitarbeitersuche nutzen? Dann wirst du aus diesem Ratgeber trotzdem viel mitnehmen können.

Was dich in diesem LinkedIn Ratgeber erwartet:

- Deine Grundlagen, um auf LinkedIn durchzustarten
- Checkliste „Wie gut kennst du deinen Wunschkunden?“
- Best Practices für Beiträge
- Framework zur Content-Erstellung
- Worauf du bei Fotos für deine Beiträge achten solltest
- Die Storytelling-Formel
- Was in ein vollständiges und aussagekräftiges Profil gehört
- Wie du dir ein Netzwerk aufbaust
- Wie du authentisch und sympathisch in Direkt-nachrichten kommunizierst
- Tipps & Tricks

Wenn du diesen Ratgeber gelesen hast, weißt du, wie du LinkedIn effizient für dich nutzen kannst. Du weißt, worauf du achten solltest, um dich und dein Unternehmen bestmöglich in die Sichtbarkeit zu bringen. Je sichtbarer du bist, desto leichter kommst du mit den richtigen Leuten ins Gespräch.

Ein kleiner Hinweis zum Thema Gendern:

Wir respektieren jeden Menschen, egal ob männlich, weiblich oder divers. Wir halten allerdings nichts davon, in unseren Texten zu gendern und damit den Lesefluss zu stören. Deshalb verzichten wir auf Leser:innen, Kund:innen oder was es sonst noch alles gibt.

Warum haben wir das Buch geschrieben?

Dieses Buch war nicht geplant, wirklich nicht. Eigentlich wollten wir eine Checkliste schreiben, um allen Interessierten etwas an die Hand geben zu können, was den Umgang mit LinkedIn angeht.

Als die Checkliste stand, wollten wir sie noch ein bisschen ausschmücken und kurze Texte ergänzen. Und dann ist es einfach passiert!

Du hältst gerade unser geballtes Wissen in der Hand. Unsere Erfahrung, unsere Learnings, wertvolle Informationen und ganz viel Herz.

Wir möchten dir nicht nur eine Checkliste an die Hand geben. Ein paar Tipps & Tricks auflisten. Es geht uns um Emotionen, darum, dir Mut zu machen, dir manchen Zweifel zu nehmen und dir Anregungen zu geben.

Aber wer sind wir überhaupt, dass wir uns die Freiheit nehmen, dieses Buch zu schreiben und auch noch glauben, dir damit helfen zu können?

Vorstellung Niclas und Nele



Hi, ich bin Niclas.

Ich hatte schon einige Stationen in meinem Leben. Ich komme ursprünglich aus der Gastronomie, habe dann viele Jahre im Vertrieb gearbeitet und wurde zur Führungskraft befördert. Die einzige Konstante war die Fotografie. Das Fotografieren war für mich ein Ausgleich zum Beruf. Nach dem Feierabend habe ich mir die Kamera geschnappt und entweder Fotos für meinen Food-Blog gemacht oder bin in die Natur gefahren.

Aus der Führungsrolle bin ich in die Selbstständigkeit als Finanzberater gewechselt. Ich kannte die Branche, die Produkte und habe mir echtes Fachwissen angeeignet. Was mir an dieser Zeit nicht gefallen hat? Das Betteln nach Empfehlungen. Ich habe mich damit nicht wohlgefühlt und schlussendlich auch keinen Erfolg gehabt.

10 | CONTENT-MARKETING AUF LINKEDIN

So bin ich zum Content-Marketing gekommen. Ich habe mir online eine Marke aufgebaut, mit Wissen geblänzt und bin so ins Gespräch gekommen. Aber Fachwissen alleine ist nicht alles. Auf Social Media braucht es mehr als Know-how. Es braucht auch Fotos und Bilder, die Aufmerksamkeit erregen und Persönlichkeit zeigen.

Seit 2021 bin ich als Fotograf tätig und bringe Leute wie dich auf Social Media in die Sichtbarkeit – mit ausdrucksstarken und überzeugenden Fotos.



Hallo du!

Mein Name ist Nele und ich bin leidenschaftliche Texterin. War ich das schon immer? Nein, zumindest nicht bewusst. Während meiner Ausbildung habe ich zwar viel mit Büchern und Marketing zu tun gehabt, wusste aber nicht, dass sich tief in meinem Inneren ein Talent fürs Schreiben verbirgt.

Ich möchte dir gerne kurz erzählen, wie ich in die Selbstständigkeit gerutscht bin und wie ich zu LinkedIn gefunden habe.

Meine Jobs haben mich immer ziemlich schnell gelangweilt. Ich wusste aber auch nicht, wie mein Traumjob aussehen müsste, damit ich langfristig zufrieden sein kann. Also habe ich meine Schwangerschaft 2020 genutzt, um ein Gewerbe anzumelden.

Ein paar Stunden die Woche habe ich für einen Hungerlohn Texte geschrieben. Meine größte Herausforderung?

Kunden gewinnen! Also habe ich mich bei LinkedIn angemeldet. Und das war ein Riesenschritt für mich!

Warum? Weil ich eine extreme Abneigung gegen Social Media habe. Ich habe bei LinkedIn aber ziemlich schnell gemerkt, dass ich mich auf der Plattform wohlfühle. Aus einem einfachen Grund: Ich konnte ich selbst sein.

Ich musste mich nicht verstehen. Ich musste nicht vorgaukeln, dass immer alles rosarot ist und ich einen Erfolg nach dem nächsten feiere. Ich war brutal ehrlich. Authentisch. Und habe damit Leser angezogen. Weil ich meinen eigenen Stil entwickelt habe.

Es ist ein großartiges Gefühl, unser Wissen und unsere Erfahrungen heute an dich weiterzugeben. Und es würde mich unglaublich freuen, wenn wir dir nicht nur ganz viele Fragen beantworten können, sondern dir auch den einen oder anderen Zweifel nehmen.

Inhaltsverzeichnis

Zielgruppen-Klarheit.....	15
Checkliste: Wie gut kennst du deinen Wunschkunden? ...	17
Vorlage für ein Wunschkunden-Interview + Einladungstext.....	20
Du als Problemlöser deiner Wunschkunden	24
Das gehört in ein aussagekräftiges LinkedIn Profil	30
Dein Banner/Hintergrundbild	31
Dein Profilbild.....	33
Dein Slogan	35
Dein Infotext.....	37
Relevante Angaben zur Berufserfahrung.....	41
Zusätzliche Tipps.....	43
Exkurs: Dein Mindset.....	52
Contentplan: Schritt für Schritt zu deinem Beitrag.....	54
Darüber kannst du schreiben	55
Deine 20 (Sub-)Themen.....	56
Zwei Tipps, über die du spielend leicht neuen Content erstellen kannst:.....	59
Unsere empfohlene Postingfrequenz.....	61
Contentformate: So strukturierst du deinen Beitrag	64

Der ideale Aufbau eines Beitrages.....	65
So schreibst du eine gute Headline.....	66
So schreibst du einen guten Textteil.....	68
So schreibst du einen guten Schluss.....	71
Beiträge für dein Unternehmensprofil.....	72
Darauf solltest du bei den Bildern/Fotos achten.....	74
Grafikerstellung	76
Community Management.....	82
Die Macht der Kommentare	83
So interagierst du strategisch	86
So vernetzt du dich strategisch.....	87
Smarte Kommunikation in Direktnachrichten.....	88
Tägliche Routine	93
Exkurs: Achtsamkeit.....	95
Tipps und Tricks	97
Social Selling	102
Wir räumen auf: Mythen rund um LinkedIn.....	104

Zielgruppen-Klarheit

Wer Marketing betreibt, braucht Klarheit über seine Zielgruppe. Aber warum ist diese Klarheit eigentlich so wichtig?

Die Eigenschaften und Merkmale deiner Zielgruppe entscheiden darüber,

- wie du sie ansprichst,
- welche Pain Points (Probleme, Herausforderungen) sie haben,
- mit welchen Wörtern du sie triggern kannst,
- wie deine Lösung für ihr Problem aussieht,
- auf welchen Kanälen du sie erreichst.

Je nach Branche, Alter, Geschlecht, Position usw. unterscheidet sich die Ansprache, die Wortwahl und die gesamte Tonalität deiner Texte.

Spannend ist außerdem zu wissen, wo sich dein Wunschkunde am liebsten aufhält und am ehesten anzutreffen ist. Auf Seminaren und Workshops? In Blogs und Foren? In bestimmten Social Media Gruppen?

Warum ist das spannend zu wissen? Weil du in deinen Beiträgen gezielt auf Inhalte aus bestimmten Seminaren oder Foren eingehen kannst, wenn diese für deine Zielgruppe von Bedeutung sind.

Am wichtigsten ist jedoch, die Probleme und Wünsche deiner Zielgruppe möglichst genau zu kennen. Was hält sie abends wach? Worüber zerbrechen sie sich den Kopf? Und was würden sie mit einem Fingerschnipsen ändern, wenn sie einen Wunsch frei hätten?

Checkliste: Wie gut kennst du deinen Wunschkunden?

Bevor wir mit der Checkliste einsteigen, noch ein paar erklärende Worte zum Begriff „Wunschkunden“.

Grundsätzlich ist es egal, ob du von deinem Wunschkunden sprichst, von deiner Zielgruppe oder einem Kundenavatar. Wichtig ist, dass du dir gewisse Merkmale überlegst, die die Person oder die Personengruppe erfüllen sollte, damit du mit ihr arbeiten möchtest.

Und genau das ist der entscheidende Punkt: Du musst nicht mit jedem zusammenarbeiten, der deine Dienstleistung in Anspruch nehmen möchte. Du darfst und sollst entscheiden, ob die für dich wichtigen Voraussetzungen erfüllt sind.

Diese Voraussetzungen schreibst du nieder, wenn du dich mit deiner Zielgruppe bzw. deinem Wunschkunden beschäftigst.

Ziel ist, dass du Spaß bei deiner Arbeit hast! Wenn du jemanden magst, ihr auf einer Wellenlänge seid und ihr ähnliche oder sogar gleiche Werte teilt, geht's doch viel leichter von der Hand!

Folgende Aspekte können bei der Definition deines Wunschkunden eine Rolle spielen:

Demografische Angaben:

- Wohnsitz
- Geschlecht
- Familienstatus
- Bildungsstand
- Jahresumsatz

Berufliche Angaben:

- Jobtitel
- Berufserfahrung
- Branche
- Berufliche Ziele
- Persönliche Ziele
- Glaubenssätze und Werte
- Rolle bei der Entscheidungsphase
- Dauer der potentiellen Zusammenarbeit
- Was kann die Zusammenarbeit beenden?

Needs:

- Herausforderungen/Pain Points
- Hürden/Hindernisse
- Ängste/Sorgen

Socials:

- Bevorzugte Blogs/Netzwerke/Websites
- Lieblingsmedium (Podcast, Zeitschrift, Newsletter)
- Vorbilder
- Lieblingsevents (online/offline)

Inwiefern hilft es dir weiter, über die sozialen Interessen deines Wunschkunden Bescheid zu wissen? Stell dir einmal vor, du kennst das Vorbild deines Wunschkunden. Wenn du in deinem Beitrag ein Zitat des Vorbildes verwendest, sammelst du bei genau den richtigen Lesern Sympathiepunkte.

Oder das Medium Podcast spielt eine besondere Rolle für deine Zielgruppe. Dann kann es von Vorteil sein, wenn du dich auch für Podcasts interessierst und zum Beispiel eine Liste deiner Top 10 Podcaster postest.

Ein weiterer Tipp zum Thema Podcast: Hast du Informationen darüber, dass ein bestimmter Podcast eine besondere Relevanz bei deiner Zielgruppe hat? Dann versuche als Interview-Gast Teil des Podcasts zu werden und über diesen Weg deine Expertise zu teilen.

Tipp für Fortgeschrittene:

Führe Interviews mit deiner Zielgruppe, um sie kennenzulernen!

Vorlage für ein Wunschkunden-Interview + Einladungstext

Du findest die Idee super, deine Zielgruppe durch Interviews besser kennenzulernen? Weißt aber weder, wie du Termine dafür vereinbaren kannst, noch wie du die Interviews aufbauen sollst?

Gerne helfen wir dir dabei!

Auf den nächsten Seiten findest du Textvorlagen für bestimmte Zwecke. Solltest du dir trotzdem unsicher sein oder einen anderen Ansatz wählen wollen, schreib uns gerne und wir geben dir ein Feedback!