

mashroom5

CHECKLIST VOOR HET PLAATSEN VAN LINKEDIN- BIJDRAGEN

23 onmisbare tips voor een zo
groot mogelijke impact van je
LinkedIn-bijdragen

LinkedIn is het ideale B2B-platform om jezelf te profileren, te netwerken en relaties te beheren. In deze gids delen we 23 onmisbare tips voor het opstellen van succesvolle bijdragen op LinkedIn, die je LinkedIn-contentstrategie naar een hoger niveau tillen door te zorgen voor aanzienlijk meer bereik en interactie.

∴ Voorafgaand aan plaatsing ∴

- **1. Inventariseer je doel(en).** Wat wil je met je bijdrage bereiken? Meer views? Meer autoriteit? Een combinatie hiervan? Wanneer je bij een specifieke doelgroep onder de aandacht wilt komen, dan is de reikwijdte niet de parameter die doorslaggevend is voor je succes. In dergelijke gevallen is de waarde en de kwaliteit van de interactie die voorkomt uit je bericht des te belangrijker. Het bereiken van de decision makers binnen je branche is in veel gevallen de belangrijkste graadmeter voor je succes.
- **2. Bedenk bijpassende en relevante content.** Speel in op de belevingswereld van je doelgroep en de vragen waar zij mee rondlopen. Maak daarom een overzicht van je voornaamste klantgroep(en) en specificeer daar de content op. Er zijn diverse manieren waarop je met content de aandacht trekt. Bijvoorbeeld door middel van een stelling, paradox, prikkelende vraag of cliffhanger.
- **3. Werk met een contentkalender.** Werken met een social mediaplanning bespaart je veel tijd. Wanneer je hier eens in de paar weken een halve dag voor inruimt, kun je de rest van de tijd focussen op andere belangrijke werkzaamheden. Om diezelfde reden werkt een tool die ook het publiceren van je social media bijdragen uit handen neemt, het beste. Marketing automation platforms HootSuite en HubSpot hebben handige social media planningstools ter beschikking die je hiervoor kunt inzetten.
- **4. Volg relevante hashtags.** Inventariseer de voor je bedrijf of branche bijpassende hashtags en ga deze volgen. Zo blijf je op de hoogte van wat speelt in de markt en krijg je inzicht in de interactiemogelijkheden en de contentbehoefte.
- **5. Deel zo nu en dan bijdragen van anderen.** Dit houdt (A) je contentaanbod gevarieerd; (B) laat zien open te staan voor nieuwe inzichten en (C) bewijst iemand anders een dienst. Allemaal factoren die bijdragen aan een hogere gunfactor.

∴ Tijdens plaatsing ∴

- **6. Vermijd externe links.** Wanneer je iets deelt wat van waarde is voor je doelgroep, dan is het gebruik van externe links niet altijd de beste oplossing. Het algoritme van LinkedIn is er namelijk op gericht mensen aan het platform zelf te binden. Omwille hiervan worden bijdragen met een externe link, welke bezoekers van het platform af manoeuvreren, door LinkedIn minder snel onder de aandacht gebracht. Een manier

waarop je dit kunt ondervangen, is door bezoekers te vragen een *comment* onder de bijdrage achter te laten wanneer zij interesse hebben je insight te lezen. Bij interesse stuur je ze de link naar de content afzonderlijk toe in een privébericht als zij reeds een bestaand contact zijn. Of je voegt de link bij tijdens het connectieverzoek wanneer het nog geen bestaande connectie betreft.

- **7. Wissel zakelijk en persoonlijk af.** Content op LinkedIn is het sterkst wanneer je er iets persoonlijks in terug laat komen. Dit komt authentiek en herkenbaar over en vergroot je gunfactor. Je geeft jezelf en het bedrijf dat je voorstaat echt een gezicht wanneer je inhoudelijke content afwisselt met meer luchtige bijdragen.
- **8. Kies het bijpassende format.**
 - **Afbeelding + tekst.** Wil je veel bereik, dan wordt over het algemeen geadviseerd geen afbeelding in je bijdrage te gebruiken. Gebruik alleen een afbeelding wanneer dit een functioneel of visueel doel heeft die de boodschap versterkt;
 - **Alleen tekst.** Levert meer bereik op dan in combinatie met een afbeelding. LinkedIn kan meer posts met alleen tekstuele bijdragen kwijt dan posts met tekst en afbeeldingen en geeft hier daarom de voorkeur aan;
 - **Video.** Video is content met een hoog engagement en krijgt voorrang op de tijdlijn. Wanneer je video's opneemt, uploadt de video's dan rechtstreeks op LinkedIn (dus niet opgenomen als externe link naar een videohostingplatform zoals YouTube en Vimeo, zie punt 6).
- **9. Let op de lees- en vindbaarheid van de tekst.** Op LinkedIn is ruimte voor maximaal 1300 lettertekens (+/- 150 à 200 woorden). Benut de ruimte die je hebt optimaal en houd daarbij rekening met het volgende:
 - Laat in de tekst zoekwoorden terugkomen die relateren aan je bedrijf, werkveld en doelgroep en neem deze op als hashtags (zie punt 14). Op deze manier vergroot je ook de organische vindbaarheid van je bijdragen.
 - Alleen de eerste twee regels zijn zichtbaar op de tijdlijn. Zorg er dus voor dat in die beperkte ruimte je doelgroep benoemt en/of triggert om verder te lezen.
- **10. Gebruik de woordkeuze en tone of voice van je doelgroep.** Ieder vakgebied gebruikt zijn eigen jargon. Gebruik woorden en beelden die je doelgroep begrijpt. Luister goed naar wat je prospects en klanten zeggen en vragen (zowel online als offline). Welke vragen stellen ze bijvoorbeeld tijdens een offertetraject? Noteer dat en gebruik die bewoordingen in je content als herkenningspunt.
- **11. Benut bestaande content.** Bij het opstellen van content hoef je niet telkens het wiel opnieuw uit te vinden. Kijk wat er al beschikbaar is binnen je bedrijf aan interessante blogs, longreads en ander marketingmateriaal, zoals whitepapers. Met enkele kleine aanpassingen maak je dergelijk materiaal deelbaar op LinkedIn. Merk je dat bepaalde content leeft? Deel diezelfde post in een later stadium nogmaals, of giet deze in een ander format om het bereik verder te vergroten (bijvoorbeeld als infographic in plaats van alleen tekst.)

- **12. Neem een duidelijke Call-to-Action op.** Interactie vraagt om een zekere aansturing. Vermeld duidelijk wat je wil dat men onderneemt nadat ze je bijdragen hebben gelezen. Wil je dat ze een link aanklikken (*klik hier om het hele verhaal te lezen*) of dat ze een commentaar plaatsen (*plaats een reactie in de comments, dan stuur ik je een overzicht met best practices toe voor meer zichtbaarheid op LinkedIn*)? Wat het ook is: geef het duidelijk aan.
- **13. Tag belanghebbenden.** Dit is geen must, maar kan wel je bereik aanzienlijk vergroten. Gebruik @-tags wanneer je de aandacht wilt vestigen op klanten, prospects of influencers die je bijdragen een boost kunnen geven.
- **14. Gebruik hashtags.** Dit is geen must, maar het vergroot wel je bereik. Wanneer je hashtags toevoegt, krijgen mensen die deze hashtags volgen je berichten te zien. De beste bijpassende hashtags verschillen per branche en doelgroep. Denk aan #interiordesign, #processing, #linkedinsolutions. Let op: gebruik altijd méér dan 1 hashtags, maar nooit meer dan 5. Met de hashtags wordt je post zichtbaar voor iedereen die deze hashtags volgt, zolang je profiel op 'openbaar' staat.
- **15. Deel je bijdragen in relevante LinkedIn Groepen.** Dit zijn groepspagina's waar professionals inzichten en ervaringen delen en belanghebbenden (mogelijke klanten) om advies vragen. Deze groepen zijn ideaal om waardevolle connecties op te bouwen.

∴ Na plaatsing ∴

- **16. Volg het commentaar onder de bijdragen op.** Wanneer je een bijdrage plaatst, plan dan voldoende tijd vrij om de reacties daadwerkelijk op te kunnen volgen.
- **17. Activeer naasten op LinkedIn.** Wanneer je een bijdrage plaatst, vraag dan een aantal mensen (bijvoorbeeld collega's) op LinkedIn je bijdrage te liken of van commentaar te voorzien. Voor het algoritme van LinkedIn geldt: actie is reactie. Een grote betrokkenheid aan het begin laat het platform denken dat de content een hoge relevantie heeft, waardoor het vertoningspercentage hoger wordt.
- **18. Stuur bij aan de hand van statistieken.** Merk je dat de betrokkenheid (het aantal likes en comments tegenover het aantal views) onder de 1% zakt:
 - Vraag dan anderen op je bijdrage te reageren;
 - Wijzig zo nodig de introductietekst van het bericht (via 'Edit Post'). Misschien triggert deze niet genoeg in de huidige vorm.
- **19. Reageer met tags.** Wanneer je ziet dat iemand reageert met een commentaar, reageer dan terug met een commentaar waarin je diegene tagt. Zo ontvangt de persoon in kwestie een aparte notificatie, wat de kans vergroot dat je de dialoog gaande houdt.

- **20. Standaardiseer follow-up via persoonlijke berichten.** Wanneer je de dialoog voortzet via persoonlijke berichten, gebruik zo mogelijk antwoordtemplates. Hierin kun je bijvoorbeeld links opnemen naar relevante landingspagina's.
- **21. Gebruik LinkedIn Analytics.** LinkedIn beschikt over een handige analysetool, waarin je kunt terugzien welke bijdragen het beste presteren. Je vindt hiervan een overzicht door onder het submenu 'Beheren' (vindbaar onder je profielfoto) te gaan en daar 'Bijdragen en activiteiten' te selecteren. De statistieken van bijdragen blijven 60 dagen beschikbaar. Gebruik deze input om je inventariseren welke content het beste werkt bij jouw doelgroep.
- **22. Refresh je LinkedIn-profiel regelmatig.** Wanneer je aanpassingen doet aan je profiel, krijgt je netwerk hier een notificatie van. Dit zorgt ervoor dat mensen je pagina regelmatig(er) zullen bezoeken. Bij het bezoeken van je pagina krijgen ze meteen een overzicht te zien van je meest recente plaatsingen.
- **23. Wees actief op je profiel.** Hoe actiever je bent met het leveren van bijdragen en artikelen, hoe waardevoller LinkedIn je toekomstige activiteit inschat. Regelmatig iets waardevols posten heeft een positieve invloed op je vertoningspercentage en vergroot dus je zichtbaarheid op LinkedIn. Aan de hand van de SSI-index zie je welke rating LinkedIn aan je toekent: <https://www.linkedin.com/sales/ssi>. Meer hierover lees je in onze hand-out 'Zo behaal je een skyhigh SSI-score op LinkedIn'.