

**Tekster til
bloggen med
gode råd**

Det gode LinkedIn opslag

Hvordan er det lige du skal skrive de gode LinkedIn opslag, der bare virker, så du fanger læserens interesse? Det kræver tid at skrive gode opslag, men vi hjælper dig godt i gang med vores råd.

Kom godt i gang med det gode LinkedIn opslag

Det at lave opslag på LinkedIn, er i princippet let nok at gå i gang med. Det der kan være svært, er at få lavet de helt rigtige opslag, som både nye og dine eksisterende følgere vil interagere med. Derfor kan det være ret værdifuldt at få nogle gode råd med på vejen, hvis du er ansvarlig for LinkedIn opslag i virksomheden.

Er LinkedIn opslag for tidskrævende og for bøvlet, så kan du læse mere om hvordan vi kan hjælpe dig med at komme i mål med at markedsføre dig på LinkedIn.

Det er meget forståeligt hvis du synes at det kan være svært at komme i gang med at lave gode LinkedIn opslag. Det kræver nemlig tid, først at få undersøgt din målgruppe, hvad de er interesseret i at læse om, og så at få produceret alt indholdet for til sidst at vedligeholde et konstant flow af opslag. Tid som mange virksomheder har svært ved at finde. Men hvis du gerne vil øge din omsætning, generer nye leads (potentielle kunder) eller skabe brand awareness, så kommer vi ikke udenom at LinkedIn hører med som en virkelig effektiv platform. Derfor har vi samlet nogle gode råd til dig, som selv står for markedsføring, eller til dig som f.eks. har en markedsførings aftale med os, men ønsker at vedligeholde dine LinkedIn opslag selv.

Ideer til at forbedre dine LinkedIn opslag

Et godt LinkedIn opslag, består af to afgørende parametre, som det er vigtigt at være opmærksom på.

Det ene er den tekniske opsætning, det andet er det visuelle/indholdsmæssige. Du skal være opmærksom hvordan dine opslag er slået op, hvordan de er segmenteret, hvordan de ser ud, indholdet og hvorvidt det skaber værdi for læseren. Hvordan du skaber værdi, kommer vi kort ind på senere.

Herunder er nogle forskellige fakta

Den tekniske opsætning

- Du har 1.300 tegn til et opslag, så tænk over om det skal være et kort eller langt opslag. Husk så at dele det på den rigtige måde, ved enten at dele dit opslag som en opdatering eller et indlæg. Forskellen er i længden på teksten, og hvordan opslaget bliver vist.
- Brug ”en opdatering” hvis du har en kort tekst, med eller uden visuelt indhold.
- Brug ”et indlæg” hvis du har en længere tekst, så som et blogindlæg eller artikel, med eller uden visuelt indhold.

Det visuelle og indholdsmæssige

- Anvend billeder, video og andet visuelt for hurtigt at fange læserens opmærksomhed.
- Skriv om noget du ved har dine følgers interesse. Det kan være nyt om din virksomhed, nye projekter

- og bedrifter, eller ekspertviden som du mener kan være til gavn for dine følgere.
- Dine opslag skal gerne have en hjælpende og vejledende tone eller omdrejningspunkt. Her kan du tænke på hvordan du eventuelt kan hjælpe dine læsere med at forstå et emne eller projekt bedre.
 - Det er efterhånden ret afgørende, at du ikke bliver for ”sælgende” i dine opslag. Det er dine læsere ikke interesseret i, og du bør under alle omstændigheder bruge LinkedIn annoncer i stedet, som er langt mere effektive til det formål. I stedet kan du f.eks. tage udgangspunkt i et problem dine produkter løser, og fortælle hvordan din virksomhed har været med til at løse problemer på forskellige områder. Her kan du med fordel vedlægge link direkte til dit produkt, eller din hjemmeside. Det kalder vi en call to action, som er et link eller en knap, der gør det let for læseren er klikke videre.

Generelt skaber et opslag med visuelt indhold såsom et billede, eller en video, større engagement end et opslag der kun indeholder tekst. Det er dog vigtigt at de billeder eller videoer du vedlægger støtter op om det du skriver i dit opslag, og gør det ikke det, er det bedst ikke at tilføje et visuelt element. Hav in mente at LinkedIn stadig primært er en ”business” portal, hvilket betyder at dine følgere her har en anden forventning til dine opslag, end de har på f.eks. Facebook. Det betyder at brugere på LinkedIn er mere tilbøjelige til faktisk at læse rene tekstopslag, hvis de vurderer indholdet relevant. Men generelt er det visuelle udtryk også vigtig på LinkedIn.

Hvad er værdifuldt indhold?

Som nævnt under ideerne til forbedringer af det visuelle og indholdsmæssige i dine LinkedIn opslag, er det vigtigste at du skaber værdi for læseren. Når du skaber værdi, skaber du større engagement som kan lede til øget brand awareness, omsætning, mersalg osv.

Men nu tænker du nok ”hvad pokker er værdifuldt indhold?” og det er forståeligt. Det kan være lidt svært at svare på, alt efter hvilken branche du arbejder i, men vi vil give dig nogle eksempler:

Værdifuldt indhold kan være...

- En hjælpende eller vejledende tekst om et problem eller løsning din virksomhed eller dit produkt har været med til at løse.
- Aktuel viden om nyt i din branche, eller en opdatering om din virksomhed.
- Noget der skaber engagement og motivation hos læseren. Det kunne være et statement, en holdning, en vision. Det kunne også være noget internt i virksomheden, der udtrykker nærvær og menneskelighed, som jubilæer, pensioner, nyansættelser eller lærlinge/praktikanter der klarer sig godt.
- At du kommer med en løsning på et problem, uden at du direkte forsøger at sælge dit produkt eller ydelse.
- At du deler ud af din viden, og dermed inspirer læseren og dine samarbejdspartnere.

Pointen er, at læseren skal føle at de får noget ud af at læse dine opslag. Det kan som nævnt være alt fra ny viden, udbygning af noget de allerede ved, eller ligefrem en løsning på et aktuelt problem.

Hvis du har svært med at komme med ideer til værdifuldt indhold, kan du stille dig selv disse spørgsmål:

- Hvad vil vi gerne kendes for at vide noget om?
- Hvad kan jeg bidrage med?

Vi hjælper dig altid gerne i mål med hvor det er du kan skabe værdi for dine følgere. Her er vi virkelig grundige, fordi relevante og værdifulde opslag giver bare meget mere engagement, end opslag der er kedelige og uden er klart og tydeligt budskab.

Så hvad er det gode LinkedIn opslag?

Som du allerede har læst, er der mange ting der er med til at skabe det gode LinkedIn opslag. Alt fra den tekniske opsætning, til selve indholdet der skal skabe værdi og til det visuelle. Det vigtigste at huske, er at dine opslag både skal skabe værdi og fange læserens interesse.

Dine opslag skal være forklarende omkring en problemstilling og/eller gratis løsning. Den gratis løsning kan komme af en opfordring til handling. En anden vigtig ting, er at have den rigtige timing. Her tænker vi både den rigtige timing i en erhvervsmæssig sammenhæng, men også i forhold til hvornår dine læsere er mest aktive til at se dine opslag.

Inden du sender dit opslag afsted, så tjek lige om du har husket disse ting:

- Er dit opslag og budskab aktuelt?
- Er det relevant for dine følgere?
- Får læseren værdi af dit opslag?
- Ville du selv reagere på dit opslag?
- Er der billede eller video til dit opslag? Hvis det ikke er relevant, så husk at tekst stadig kan rigtig meget.
- Er der en call to action, altså en opfordring til handling, så læseren ved om de f.eks. skal klikke videre til din hjemmeside?
- ”Se mere”-klik skaber involverede læsere og mere trafik
- Er opslaget i tråd med de værdier, du som virksomhed selv står for?
- Er opslaget korrekturlæst?