Jak prowadzić profil firmy na LinkedInie?

2016-11-16

Prowadzisz profil firmy na Facebooku, Twitterze i Instagramie, ale wciąż nie masz konta na LinkedInie? A może już dawno założyłeś profil na tym portalu, ale nie wiesz, jak go odpowiednio wykorzystać do promocji swojej firmy? Oto zbiór porad, dzięki którym rozwiniesz swoją stronę firmową na LinkedInie.

LinkedIn to serwis społecznościowy zrzeszający już ponad 300 mln użytkowników na całym świecie i prawie 2 mln w Polsce. Nie tylko użytkowników, bo w przeciwieństwie do Facebooka czy Instagrama LinkedIn to sieć profesjonalistów, wśród których są Twoi potencjalni klienci, pracownicy i partnerzy biznesowi. Właśnie dlatego nie powinno tam zabraknąć również Twojej firmy.

Jeśli brakuje Ci pomysłów, co publikować na LinkedInie, nie wiesz, jak się reklamować na tym portalu, by znaleźć nowych klientów i współpracowników, i w końcu - nie jesteś pewny, jak wykorzystać LinkedIn w swojej strategii content marketingowej - oto 10 porad, które pomogą Ci w prowadzeniu strony firmowej na LinkedInie.

1. Stwórz opis swojej firmy, który wyróżni Cię spośród setek innych

Uzupełnij informacje na temat swojej firmy - wypełnij wszystkie dostępne pola. Nie zapomnij o słowach kluczowych, dzięki którym łatwiej będzie znaleźć Twój profil. Postaraj się, by opis jak najlepiej oddawał to, czym się zajmujesz. Jednak zamiast mówić zbyt dużo o sobie, napisz, co możesz zrobić dla swoich potencjalnych klientów. Zdiagnozuj ich problemy i powiedz im, że możesz je rozwiązać.

Nie rozpisuj się - kilka zdań wystarczy, by zaciekawić osobę, która weszła na profil Twojej firmy. Następnie możesz przekierować ją na swoją stronę internetową, gdzie obszernie wyjaśniasz, czym się zajmujesz i co możesz zaoferować swoim klientom. A więc jeśli o tym mowa…

2. Umieść przekierowania do innych swoich profili i kont

Profil Twojej firmy na LinkedInie powinien być jedynie zachętą do zapoznania się z Twoją ofertą oraz dodatkowym źródłem informacji dla osób, które już Cię obserwują na innych serwisach. Szczegółowe informacje o tym, co robi Twoja firma, powinny się znaleźć na stronie internetowej, dlatego w opisie umieść adres www swojej firmy.

Zachęć również do śledzenia Twoich profili na Facebooku, Twitterze czy Instagramie oraz czytania bloga. Krótko mówiąc: w opisie Twojej firmy na LinkedInie umieść wszystkie adresy stron, które mogą zainteresować Twojego odbiorcę.

3. Pamiętaj o stronie wizualnej

Opis firmy to nie wszystko. Zadbaj również o stronę wizualną - ustaw zdjęcie profilowe, które powinno prezentować logo Twojej firmy. Uzupełnij także zdjęcie w tle - tutaj masz większe pole do popisu.

4. Buduj pozycję eksperta - publikuj posty

Jeśli uzupełnianie informacji na temat swojej firmy masz już za sobą, możemy przejść do publikowania postów. Pierwsze pytanie, jakie zapewne sobie zadajesz, to - co publikować? Na samym początku musisz pamiętać o tym, do kogo kierujesz swoje posty - do profesjonalistów, menadżerów i specjalistów. LinkedIn to nie miejsce na lifestyle'owe historie - te zostaw na inne portale.

Na LinkedInie powinieneś przede wszystkim skupić się na swojej branży.

Dostarczaj swoim odbiorcom ciekawych informacji o swojej niszy. Pisz o tym, co się dzieje w Twojej firmie - o nowych klientach, kampaniach, swoich nagrodach i sukcesach. Po prostu zaprezentuj się z jak najlepszej strony. Mów o swoich partnerach biznesowych - możesz liczyć na to, że również oni będą pisać o Twojej firmie. Informuj o nowych ofertach pracy w Twojej firmie - nie traktuj jednak profilu swojej firmy jak tablicy ogłoszeniowej.

Autorka: Julita Słonczewska