

Jak publikować na LinkedIn - poradnik dla początkujących

2015-08-13

W ciągu ostatniego roku z pewnością udało Ci się zauważyć sporo zmian na LinkedIn. W lutym 2014 przedstawiciele największego portalu dla profesjonalistów ogłosili, że nowa platforma publishingowa o nazwie Pulse zostanie otwarta dla publiki.

Dla marketerów LinkedIn natychmiastowo zmienił się w bardziej interesujące miejsce, w którym warto zbudować markę osobistą.

Wiele osób odniosło sukces za sprawą nowej platformy, inni zostali w tyle nie wiedząc do końca, jak skorzystać z nowych możliwości. Być może zabrakło pewności siebie albo wyraźnego zwrotu z inwestycji w marketing treści. Z tego artykułu dowiesz się wszystkiego, o czym warto wiedzieć jeszcze przed opublikowaniem pierwszego artykułu na LinkedIn Pulse.

Jak publikować na LinkedIn Pulse?

#1: Zaczynij od zapoznania się z platformą

Kiedy LinkedIn ogłaszał na SlideShare wiadomości na temat nowej platformy, Pulse został opisany, jako "pracujący świat w jednym miejscu". Napisano, że "na LinkedIn są miliony menedżerów, przedsiębiorców, początkujących profesjonalistów i ludzi, którzy powoli przechodzą na emeryturę". Jak widać, na platformie można znaleźć praktycznie każdy rodzaj publiczności, jednak treści, które zamierzasz publikować, nadal powinny być jak najbardziej powiązane z tematyką Twojego bloga firmowego i branżą, w której działasz. Kiedy już dowiesz się, w jaki sposób najpopularniejsi użytkownicy wykorzystują platformę, warto zapoznać się ze wskazówkami dotyczącymi tworzenia treści.

Poniżej znajdziesz kilka porad dotyczących marketingu treści, pochodzących bezpośrednio od LinkedIn: Pisz na doprecyzowane tematy, odnoszące się do Twoich doświadczeń i wiedzy zawodowej. Postaraj się skoncentrować wyłącznie na jednym temacie. Unikaj poruszania zbyt wielu wątków w tym samym artykule. Pamiętaj o budowaniu autentycznego przekazu. Nie bój się wyrazić własnej opinii, jednak nie publikuj treści obraźliwych, szokujących lub nieprofesjonalnych. Publikuj wyłącznie wtedy, kiedy masz coś wartościowego do przekazania członkom sieci LinkedIn. Im więcej artykułów opublikujesz, tym silniejszy stanie się Twój profil. Nie ma limitów względem liczby słów, jednak najpopularniejsze wpisy zawierają zazwyczaj ponad trzy akapity. Dziel się zdjęciami, filmami, prezentacjami i dokumentami, aby uatrakcyjnić swój artykuł. Do komentowania, zadawania pytań lub dzielenia się mediami wykorzystaj narzędzie typu "share box" znajdujące się na stronie głównej Twojego profilu.

#2: Wybierz mądrze tytuł artykułu

Treści publikowane na LinkedIn powinny poruszać najkonkretniejszą tematykę. Najlepszym sposobem na przebicie się przez lawinę publikowanych treści jest skupienie się na jednym temacie lepiej, niż ktokolwiek inny. Ogromne znaczenie ma tutaj nagłówek.

"Najlepszy plan treningowy na wytrzymałość" w 99% przypadków przegra z "Jak zrzucić 3 kg w miesiąc za pomocą

rewolucyjnego, 35-minutowego treningu wytrzymałościowego."

Pamiętaj, cały czas zainwestowany w pisanie może pójść na marne, jeśli w nagłówku nie odniesiesz się do konkretnych korzyści, które można uzyskać po przeczytaniu artykułu. Oprócz zwracania uwagi na to, co najistotniejsze, struktura tytułu ma również wiele wspólnego z potencjalnym sukcesem Twojej treści.

Piękno LinkedIn Pulse polega na tym, że od razu po opublikowaniu nowego artykułu, cała Twoja sieć otrzyma o tym powiadomienie. Zawiera ono jednak wyłącznie tytuł wpisu. Jeśli więc tytuł nie zwróci uwagi użytkowników w ciągu ułamka sekundy, artykuł przejdzie bez echa.

Przeczytaj cały artykuł

Autorka: Marta Więclaw - Specjalista ds. marketingu, Grupa TENSE