

Das perfekte LinkedIn-Profil für Führungskräfte

Sichtbarkeit schafft Chancen

SOCIAL MEDIA GEHÖRT FÜR MANAGER—und das gilt auch für Top-Manager—definitiv auf die To-do-Liste. Die besten in den sozialen Medien aktiven Firmenleiter—ob Virgin-Boss [Richard Branson](#), [Olaf Koch](#), CEO Metro AG, oder [Wolfgang Büchele](#), Chef der Linde Group—kennen die Markenstimme, die es zu schützen gilt, die Botschaften, die sie verbreiten wollen und die dafür am besten geeigneten sozialen Netzwerke. Sie agieren bewusst, nachhaltig und strategisch.

Das Business-Netzwerk LinkedIn bietet Führungskräften eine ideale Plattform, Persönlichkeit und Führungskompetenz zu demonstrieren und dabei ihre Unternehmen regional wie international ins beste Licht zu setzen.

Warum Sie selbst aktiv werden sollten

Manager, die den digitalen Wandel aktiv vorantreiben wollen, nutzen Social Media, um [zuzuhören](#), zu lernen und Informationen zu teilen. Sie verstehen das Medium und sind in der Lage, schnell zu reagieren, um Chancen zu nutzen und Krisen abzuwenden.

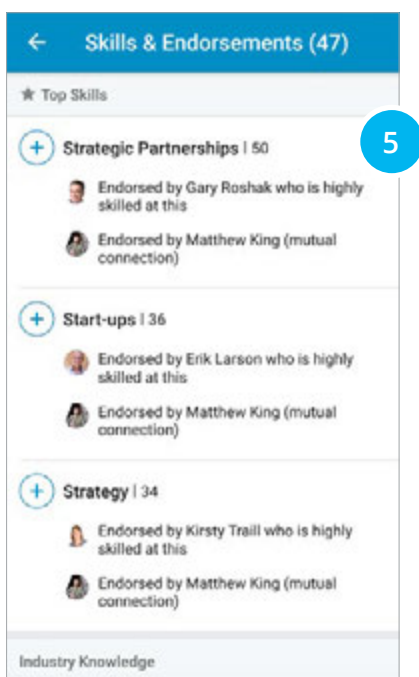
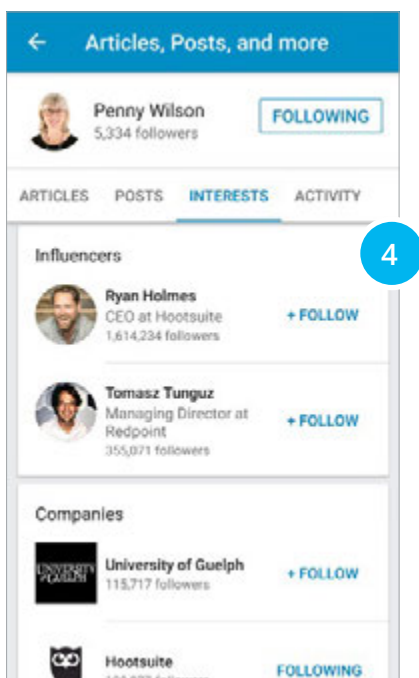
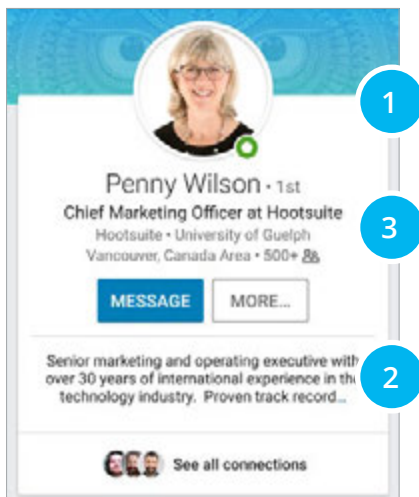
Immer mehr Markeninteraktionen finden heute in den Social Media-Kanälen statt. Doch wenn es um die Social Media-Präsenz von Topmanagern geht, ist Deutschland im DACH-Markt [Schlusslicht](#). Führungskräfte beeinflussen das Vertrauen zu Unternehmen und Marken. Wer das Vertrauen und die Loyalität von Mitarbeitern, Kunden und Partnern gewinnen will, muss dort ebenfalls präsent sein.

Führungskräfte, die sich in sozialen Netzwerken engagieren, profitieren in vielfacher Hinsicht. Sie profilieren sich persönlich, erhöhen Markenbekanntheit und Glaubwürdigkeit, eröffnen [neue Umsatzchancen für den Vertrieb](#) und das Marketing, verstärken traditionelle PR-Maßnahmen und erreichen ein globales Publikum. Sie verbessern die Unternehmenskultur und zeigen Vorbildfunktion für ihre Mitarbeiter, Partner und Branche. Sie tragen dazu bei, dass ihr Unternehmen ein persönliches Gesicht bekommt und sichern in Zeiten, in denen ein [einzigster Social Media-Post Börsenkurse beeinflussen](#) kann, ihre Unternehmungen.

Unternehmen, deren Lenker in den sozialen Medien aktiv sind, werden um **23% positiver wahrgenommen** als Firmen mit inaktiven Führungskräften.

Quelle: Hootsuite CEO Social Media-Audit 2017

Social Media-versierte Manager bestimmen in ihrer Branche, wo es lang geht, weil sie den direkten Dialog mit Kunden, Partnern und Mitarbeitern suchen.



Wie ein LinkedIn-Profil für Manager aussieht, dass Ihre Zielgruppen erreicht, anspricht und überzeugt.

DEFINIEREN SIE IHRE PERSÖNLICHE MARKE

Bevor Sie Ihr Profil optimieren, denken Sie über die folgenden Fragen nach: Was ist Ihnen wichtig? Wofür stehen Sie persönlich ein? Welchen Mehrwert schaffen Sie für Ihre Kunden, Partner und Mitarbeiter? Ihre persönliche Marke sollte Ihre Person authentisch widerspiegeln.

SORGEN SIE FÜR EIN PROFESSIONELLES STATE-OF-THE-ART-PROFIL

1. Präsentieren Sie sich durch aussagekräftiges Bildmaterial.
 - Ihr Foto sollte aktuell und authentisch sein. Wenn Sie in anderen sozialen Netzwerken aktiv sind, sorgen Sie für konsistentes Bildmaterial, das erhöht den Wiedererkennungswert.
 - Wählen Sie ein angemessenes Hintergrundbild, das Ihre Firma oder Ihre persönliche Marke repräsentiert.
2. Erstellen Sie eine ansprechende Bio.
 - Konzentrieren Sie sich in der Zusammenfassung auf drei wesentliche Bereiche. Tipp: Halten Sie sich kurz: 1-2 Sätze sind ausreichend.
 - Was treibt Sie an und was hat Sie bewegt, in Ihrem Geschäftsfeld aktiv zu werden?
 - Welche Aufgaben nehmen Sie in Ihrer aktuellen Position wahr?
 - Was genau macht Ihre Firma?
3. Ergänzen Sie Ihr Profil mit Angaben zu Veröffentlichungen, beruflichen Auszeichnungen und Zertifizierungen.
4. Fügen Sie persönliche Interessen hinzu (Sport, freiwilliges Engagement für den guten Zweck, Clubs, etc.)—das macht Sie als Person anfassbarer und damit glaubwürdiger.
5. Nutzen Sie Empfehlungen Ihrer Kollegen.
6. Binden Sie dynamischen Content ein.
 - Stellen Sie in Ihrem Profil Videos, Slideshares, Artikel und Blogbeiträge bereit, um Ihre Produkte, Services und Erfolge herauszustellen.

Profi-Tipp: Erweitern Sie Ihre LinkedIn-URL mit einer kurzen und aussagekräftigen Ergänzung wie www.linkedin.com/in/penny-wilson-CMO.

MACHEN SIE AUF SICH AUFMERKSAM

Nutzen Sie Empfehlungen von Branchenpartnern, anderen Führungskräften und Mitarbeitern und empfehlen Sie diese ebenfalls.

Empfehlungen sind der stärkste Social Proof. Gute Netzwerker zeichnen sich dadurch aus, dass Sie Ihr Netzwerk pflegen. Ihr aktueller LinkedIn-Post wird von relevanten Geschäftspartnern empfohlen? Bedanken und revanchieren Sie sich angemessen.

Vernetzen Sie sich. Auch ein CEO profitiert davon, andere LinkedIn-Nutzer zu kontaktieren. Belassen Sie es aber nicht bei einer „Ich würde Sie gerne meinen Kontakten hinzufügen“-Anfrage. Bieten Sie Mehrwert durch eine spezifische Frage oder ein relevantes Diskussionsthema. Dieser Extraeinsatz kommt an und zeigt, dass Sie die sozialen Aspekte von Social Media verstanden haben.

Profilieren Sie sich als Thoughtleader. Sie kennen Ihre Branche am besten. [Teilen Sie wie Siemens Global Vice President Digital Marketing Michael Stenberg mit, was Ihnen wichtig](#) ist und positionieren Sie sich als Vordenker.

- Vermitteln Sie Insights, Ratschläge und Hintergründe zu aktuellen Ereignissen.
- Halten Sie mit Ihrer Meinung nicht hinter dem Berg. Geben Sie persönliche Impulse für Diskussionen und diskutieren Sie mit.
- Sprechen Sie Ihre Zielgruppe mit [Artikeln](#), Status-Updates und durch Sie empfohlene Beiträge anderer LinkedIn-Nutzer an, die dieser bei ihren Pain Points hilft oder Diskussionen anstößt.

HOLEN SIE SICH HILFE

Manager, die einen effektiven Social Media-Job machen, greifen in der Regel auf ein Support-Team zurück.

Aktivieren Sie Ihr Social Media-Team und lassen Sie sich unterstützen: Ob als Ghostwriter oder für die schnelle Themenrecherche—Ihr Team ist in Social Media-Belangen fit. Nutzen Sie das vorhandene Know-how für Ihr LinkedIn-Profil.

BLEIBEN SIE DRAN

Ihr LinkedIn-Profil sollte wie alle Social Media-Profile nicht statisch sein.

Füllen Sie es mit Leben: aktualisieren Sie bei Bedarf und posten Sie kontinuierlich zu allen Themen, die Sie beruflich bewegen.

Warten Sie nicht länger ab. Steigen Sie ein und legen Sie los.

Sie werden schnell erkennen, dass sich der direkte Social Media-Austausch mit Kunden, Partnern und Mitarbeitern positiv auf Ihr Unternehmen auswirkt und Ihnen Freude macht.

Hootsuite unterstützt Sie auf dem Weg zur Social Media-Führungskraft. [Jetzt mehr erfahren.](#)