

PERSONAL BRANDING UND DIGITALE NETZWERKEN

+

Hochschule Niederrhein

© LITTLE BIRDS MEDIA, November 2023



Agenda

01

Warum digitales
Netzwerken so
wichtig ist

02

Warum
Personal
Branding und
LinkedIn?

03

Die 5
Grundlagen für
den Erfolg auf
LinkedIn

04

Profilbild,
Banner,
Slogan und
Infotext

05

Content und
Content
Erstellung

06

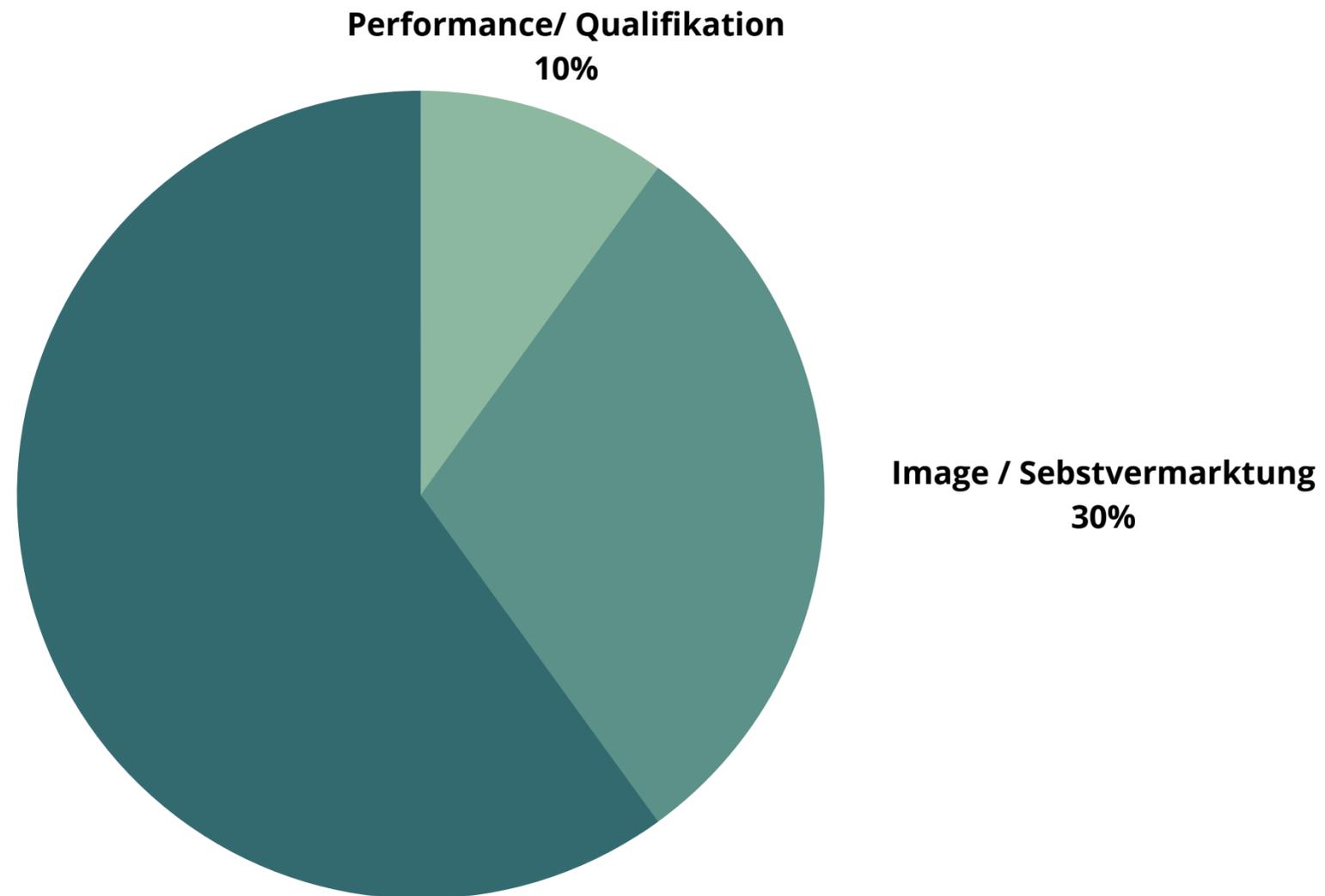
Die
Grundlagen
des digitalen
Netzwerkens

07

Der
Algorithmus
und die Do's
& Dont's der
HS

**Warum ist Netzwerken wichtig für
die Karriere?**

Auswirkungen auf Ihre Karriere



Warum Personal Branding?

Warum Personal Branding?

Vertrauen und Glaubwürdigkeit

- Menschen vertrauen bekannten Marken
 - Starke persönliche Marke = höheres Vertrauen
-

Sichtbarkeit und Differenzierung in digitalen Medien

- Klare Personal Brands verbessern das Ranking in Suchmaschinenergebnissen
 - Aktive Profile und Beiträge auf relevanten sozialen Plattformen erhöhen die Markenpräsenz und -bekanntheit
 - Positionierung als Experte im eigenen Fachgebiet
-

Beziehungsaufbau

- Emotionale Bindung zum Netzwerk
 - Persönlicher Kontakt
 - Die Möglichkeit für direkten Austausch über digitale Kanäle fördert das Vertrauen und unterstreichen die Expertise
-

Netzwerkaufbau & Empfehlungen

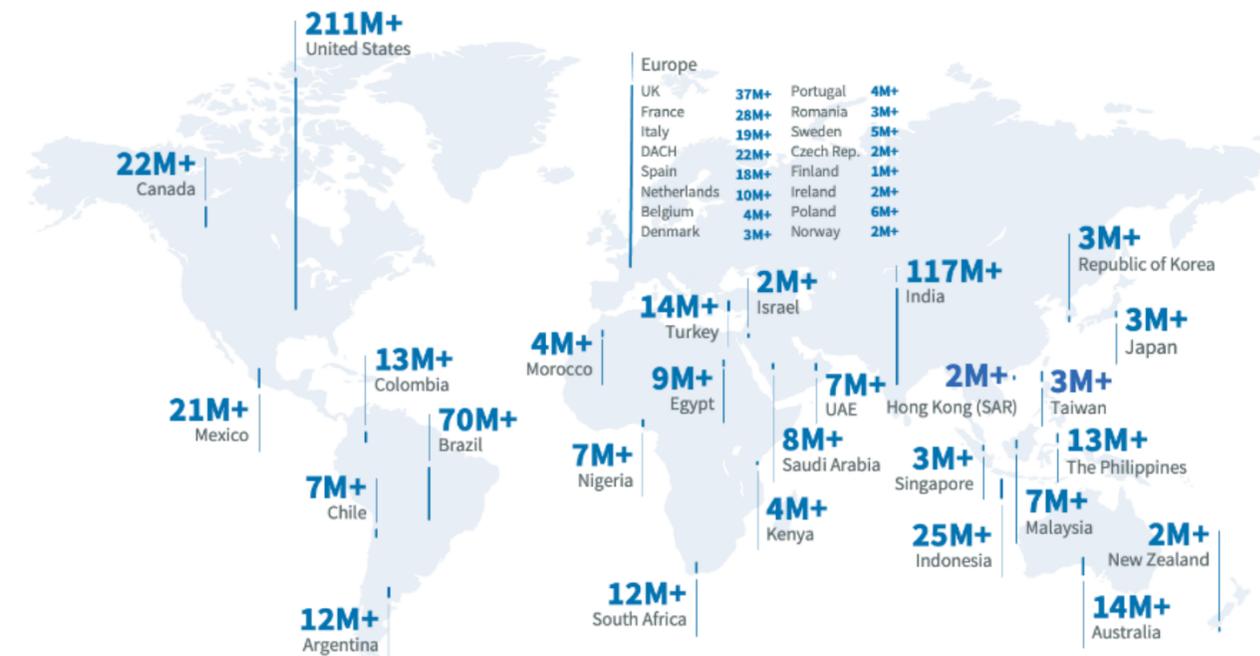
- Ein klarer und positiver Personal Brand:
 - führt zu mehr Sichtbarkeit bei potentiellen Arbeitgebern, Kooperationspartnern, etc.

Warum LinkedIn?

WARUM LINKEDIN?

- Mehr als 985 Millionen Mitglieder weltweit
- Mehr als 80% der Mitglieder von außerhalb der USA
- Mehr 58 Millionen Unternehmen
- 140 Jobbewerbungen- sekundlich
- 50% der Recruiter nutzen Berufserfahrungen von LinkedIn, um ihre Stellen zu besetzen
- 61 Millionen Personen suchen jede Woche nach Jobs über LinkedIn
- 6 Personen werden pro Minute eingestellt

More than 985 million members in 200 countries and regions worldwide*



*Membership numbers are updated quarterly after Microsoft Earnings

Bekanntheit ausbauen und Präsenz zeigen

Durch Kommunikation über die eigenen Themen

- informieren Sie Ihre Zielgruppe
- bauen Ihren Expertenstatus aus
- steigern Ihre Bekanntheit

und das unabhängig von externen Medien und fremden Entscheidern. Zusätzlich erhöhen Sie Ihre Auffindbarkeit über bspw. Google.

Vertrauensaufbau und Netzwerken

LinkedIn ist wie eine digitale Netzwerkveranstaltung. Hierüber kann man sich kennenlernen, austauschen und Vertrauen aufbauen.

Generierung neuer Kooperationspartner

Durch die zusätzliche Präsenz in den sozialen Medien wird man nicht nur sichtbarer, sondern kann auch aktiv Akquise betreiben (sog. Social Selling) oder netzwerken

Arbeitgeber, neue Mitarbeiter oder Kooperationspartner gewinnen

Nirgendwo findet man aktuell die richtigen Ansprechpartner besser als auf LinkedIn.

Warum aktiv sein auf LinkedIn?

Die 5 Grundlagen für Ihren Erfolg auf LinkedIn

5 Grundlagen für den Erfolg von Personal Branding auf LinkedIn

1. Ziel & Zielgruppe definieren

- Was möchten Sie konkret erreichen?
- Wer soll Sie wahrnehmen?

2. Expertenpositionierung

- Optimiertes LinkedIn-Profil
- Hervorhebung der fachlichen Expertise
- Differenzierung zum Wettbewerb

3. Content-Erstellung

- Content mit Mehrwert für die Zielgruppe
- Qualität vor Quantität
- Interaktion
- Format-Mix

4. Netzwerk aufbauen

- Mit wem verbinden?
- Qualität vor Quantität
- Strategische Auswahl

5. Prozess & Analyse

- Aufsetzen von Prozessen
- Analyse
- Optimierung

PRAXIS - Positionierung

1. Ihr Ziel auf LinkedIn:

Was ist Ihr primäres Ziel auf LinkedIn? (z.B. Arbeitgeber finden, Netzwerk aufbauen, als Expertin/Experte positionieren)

Unterfragen zur Reflexion:

- Welche Branchen finde ich attraktiv für meine Zukunft?
- Welches sind meine Top-Arbeitgeber, bei denen ich gerne arbeiten würde?

2 Ihre Wunsch-Arbeitswelt:

Welche beruflichen Rahmenbedingungen streben Sie an?

Unterfragen zur Reflexion:

- Welche Unternehmenskulturen sprechen mich an?
- In welchen Arbeitsbereichen sehe ich meine Stärken und Interessen? (z.B. Marketing, Vertrieb)

3. Ihr professionelles Netzwerk:

Welche Verbindungen möchten Sie auf LinkedIn knüpfen und stärken?

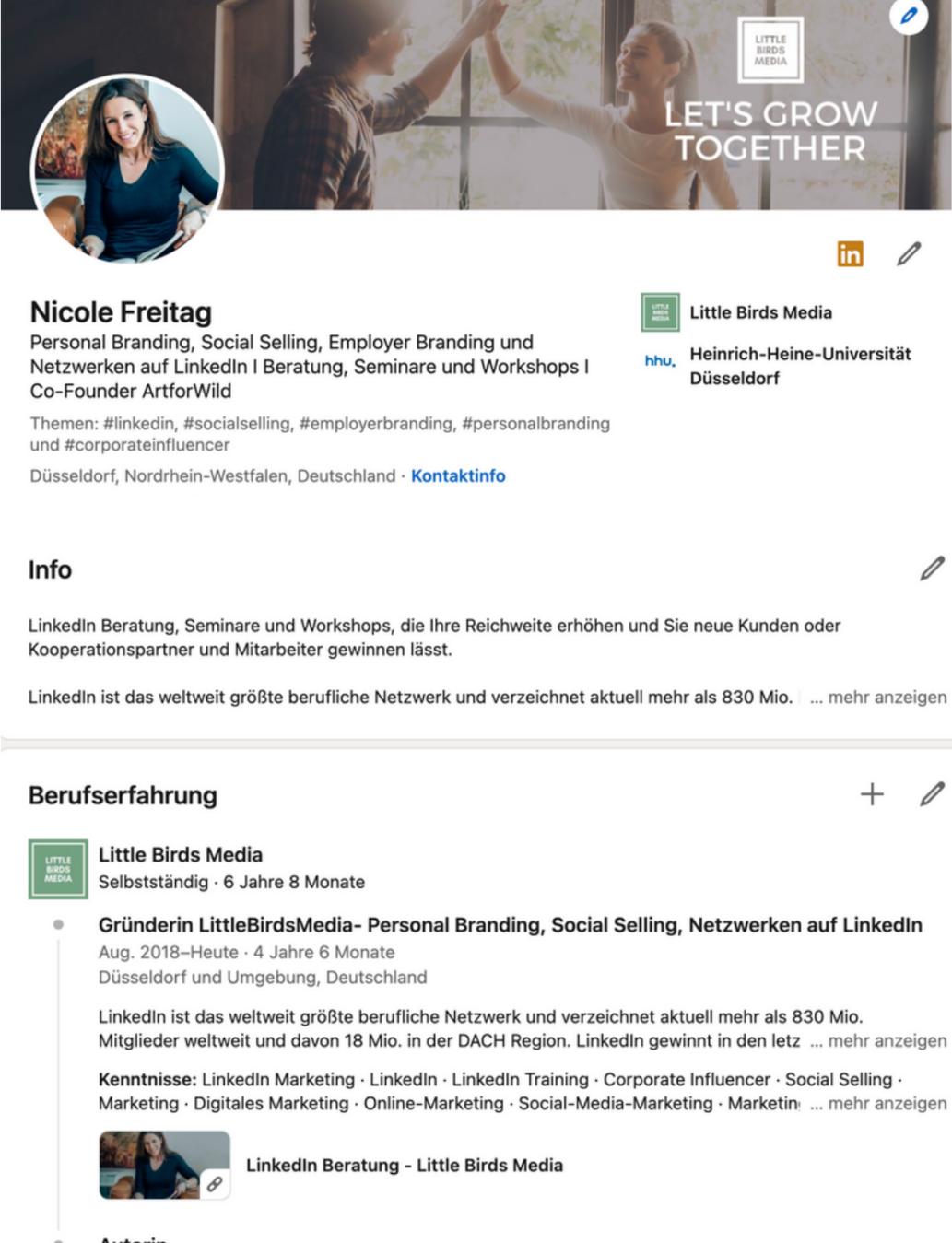
Unterfragen zur Reflexion:

- Welche meiner Spezialisierungen oder besonderen Kenntnisse möchte ich hervorheben?
- Von welchen Personen oder Gruppen möchte ich gerne mehr in meinem Netzwerk haben, und warum?

**Die wesentlichen Bestandteile
Ihres LinkedIn Profils: Die
Expertenpositionierung**

Wesentliche Bestandteile des LinkedIn Profils

- Profilbild
- Bannerbild
- LinkedIn URL
- Sprache
- Slogan (Headline)
- Im Fokus
- Infotext
- Berufserfahrung und Kenntnisse



The screenshot shows a LinkedIn profile for Nicole Freitag. At the top is a banner image with the text "LET'S GROW TOGETHER" and the "LITTLE BIRDS MEDIA" logo. Below the banner is a circular profile picture of Nicole Freitag. To the right of the profile picture are the LinkedIn logo and an edit icon. The profile name "Nicole Freitag" is followed by her headline: "Personal Branding, Social Selling, Employer Branding und Netzwerken auf LinkedIn | Beratung, Seminare und Workshops | Co-Founder ArtforWild". Below the headline are her current affiliations: "Little Birds Media" and "Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf". Her topics of interest are listed as "#linkedin, #socialselling, #employerbranding, #personalbranding und #corporateinfluencer". Her location is "Düsseldorf, Nordrhein-Westfalen, Deutschland" with a "Kontaktinfo" link. The "Info" section contains a description of her services: "LinkedIn Beratung, Seminare und Workshops, die Ihre Reichweite erhöhen und Sie neue Kunden oder Kooperationspartner und Mitarbeiter gewinnen lässt." Below this is a note that LinkedIn is the world's largest professional network with over 830 million members. The "Berufserfahrung" section shows her role as "Gründerin LittleBirdsMedia- Personal Branding, Social Selling, Netzwerken auf LinkedIn" from August 2018 to the present, with a duration of 4 years and 6 months. It also includes a list of skills: LinkedIn Marketing, LinkedIn, LinkedIn Training, Corporate Influencer, Social Selling, Marketing, Digitales Marketing, Online-Marketing, Social-Media-Marketing, and Marketin.

Nicole Freitag
Personal Branding, Social Selling, Employer Branding und Netzwerken auf LinkedIn | Beratung, Seminare und Workshops | Co-Founder ArtforWild

Themen: #linkedin, #socialselling, #employerbranding, #personalbranding und #corporateinfluencer

Düsseldorf, Nordrhein-Westfalen, Deutschland · [Kontaktinfo](#)

Info

LinkedIn Beratung, Seminare und Workshops, die Ihre Reichweite erhöhen und Sie neue Kunden oder Kooperationspartner und Mitarbeiter gewinnen lässt.

LinkedIn ist das weltweit größte berufliche Netzwerk und verzeichnet aktuell mehr als 830 Mio. ... mehr anzeigen

Berufserfahrung

Little Birds Media
Selbstständig · 6 Jahre 8 Monate

- **Gründerin LittleBirdsMedia- Personal Branding, Social Selling, Netzwerken auf LinkedIn**
Aug. 2018–Heute · 4 Jahre 6 Monate
Düsseldorf und Umgebung, Deutschland

LinkedIn ist das weltweit größte berufliche Netzwerk und verzeichnet aktuell mehr als 830 Mio. Mitglieder weltweit und davon 18 Mio. in der DACH Region. LinkedIn gewinnt in den letz ... mehr anzeigen

Kenntnisse: LinkedIn Marketing · LinkedIn · LinkedIn Training · Corporate Influencer · Social Selling · Marketing · Digitales Marketing · Online-Marketing · Social-Media-Marketing · Marketin ... mehr anzeigen

 **LinkedIn Beratung - Little Birds Media**

Ihr Profil- und Bannerbild

1



2



BANNERBILD



FOTO



Nicole Freitag

Personal Branding, Digitales Netzwerken und Social Selling auf LinkedIn | Beratung, Seminare und Workshops

 Little Birds Media
 Heinrich-Heine-Universität
Düsseldorf

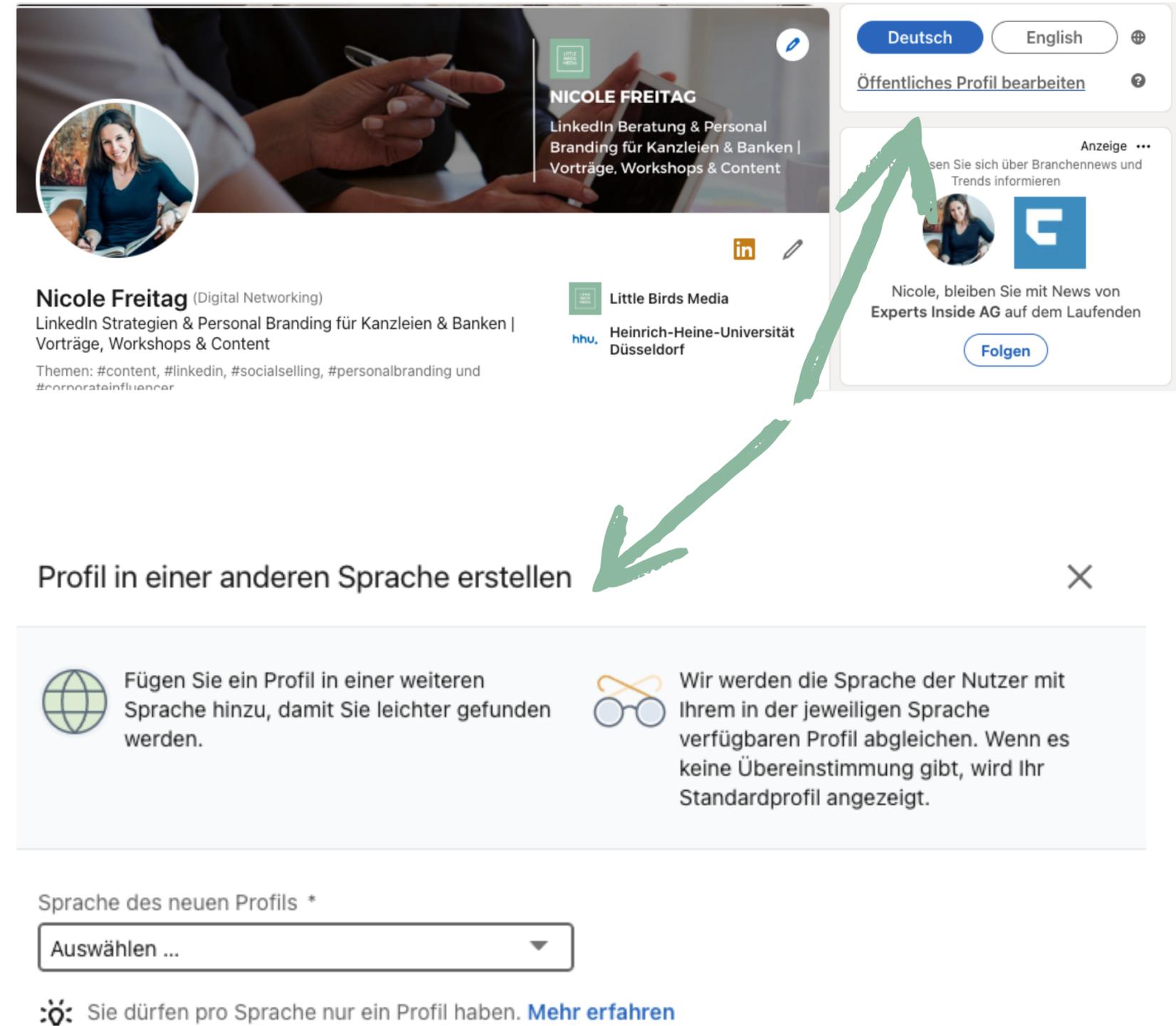
Ihr Profilbild und was Sie hierbei beachten sollten

1. Authentisch
2. Position und Ausdruck
3. Neutraler Hintergrund
4. Ausschnitt, Bildgröße und Qualität
5. Geklärte Nutzungsrechte



Sprache Ihrer Zielgruppe

Wenn Sie sowohl eine deutschsprachige als auch bspw. eine englischsprachige Zielgruppe ansprechen möchten, empfiehlt es sich, Ihr Profil oder Ihre Inhalte sowohl auf Deutsch als auch auf Englisch bereitzustellen.



The image shows a LinkedIn profile for Nicole Freitag, a digital networking expert. The profile header includes a language switcher with 'Deutsch' selected and 'English' as an option. Below the profile picture, there are logos for 'Little Birds Media' and 'Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf'. A green arrow points from the language switcher to a modal window titled 'Profil in einer anderen Sprache erstellen'. The modal contains two columns of text: the left column explains that adding a profile in another language makes it easier to be found, and the right column explains that the system will compare the user's profile with available profiles in the selected language to show the most relevant one. At the bottom of the modal, there is a dropdown menu labeled 'Sprache des neuen Profils *' with 'Auswählen ...' as the selected option. A note at the bottom of the modal states: 'Sie dürfen pro Sprache nur ein Profil haben. Mehr erfahren'.

Der Profilslogan

Erster Eindruck

Neben Foto und Banner ist der Profilslogan oft das Erste, was von Ihrem Profil wahrgenommen wird.

Anzeige im Feed

Ihr Slogan wird sichtbar, wenn Ihr Profil im Feed anderer Nutzerinnen und Nutzer erscheint.

Auffindbarkeit

Ein guter Slogan kann Ihre Auffindbarkeit erhöhen, z.B. in den Suchergebnissen.

Zielgruppenorientierung

Der Slogan sollte aussagekräftig für Ihre Zielgruppe sein.

Klare Informationen

Der Slogan sollte wesentliche Informationen enthalten, sodass auf den ersten Blick erkennbar ist, wer Sie sind und was Sie anbieten.



Nicole Freitag

Personal Branding, Social Selling, Employer Branding und Netzwerken auf LinkedIn | Beratung, Seminare und Workshops | Co-Founder ArtforWild

Themen: #linkedin, #socialselling, #employerbranding, #personalbranding und #corporateinfluencer

Düsseldorf, Nordrhein-Westfalen, Deutschland · [kontaktinfo](#)

 Little Birds Media
 Heinrich-Heine-Universität
Düsseldorf

Der Slogan

Die Slogan Formel

Ihr Status (z.B. Studentin der Betriebswirtschaft)

- + Schwerpunkte Marketing und Unternehmensführung
 - + Weitere Kenntnisse, Schwerpunkte | Mitgliedschaften
 - + Auf der Suche nach XY | Interessiert an | Fertig in
(z.B. Bachelor of Business Studies in 2023)
-

= Slogan



Beispiel

Studentin der XY an der Hochschule Niederrhein | Schwerpunkte
Marketing und Unternehmensführung | Mitglied der studentischen
Selbstverwaltung | Bachelor International Business Studies 2023

PRAXIS

**Ihr Slogan - wie
könnte der aussehen?**



Der Info Text

Die ersten zwei Sätze

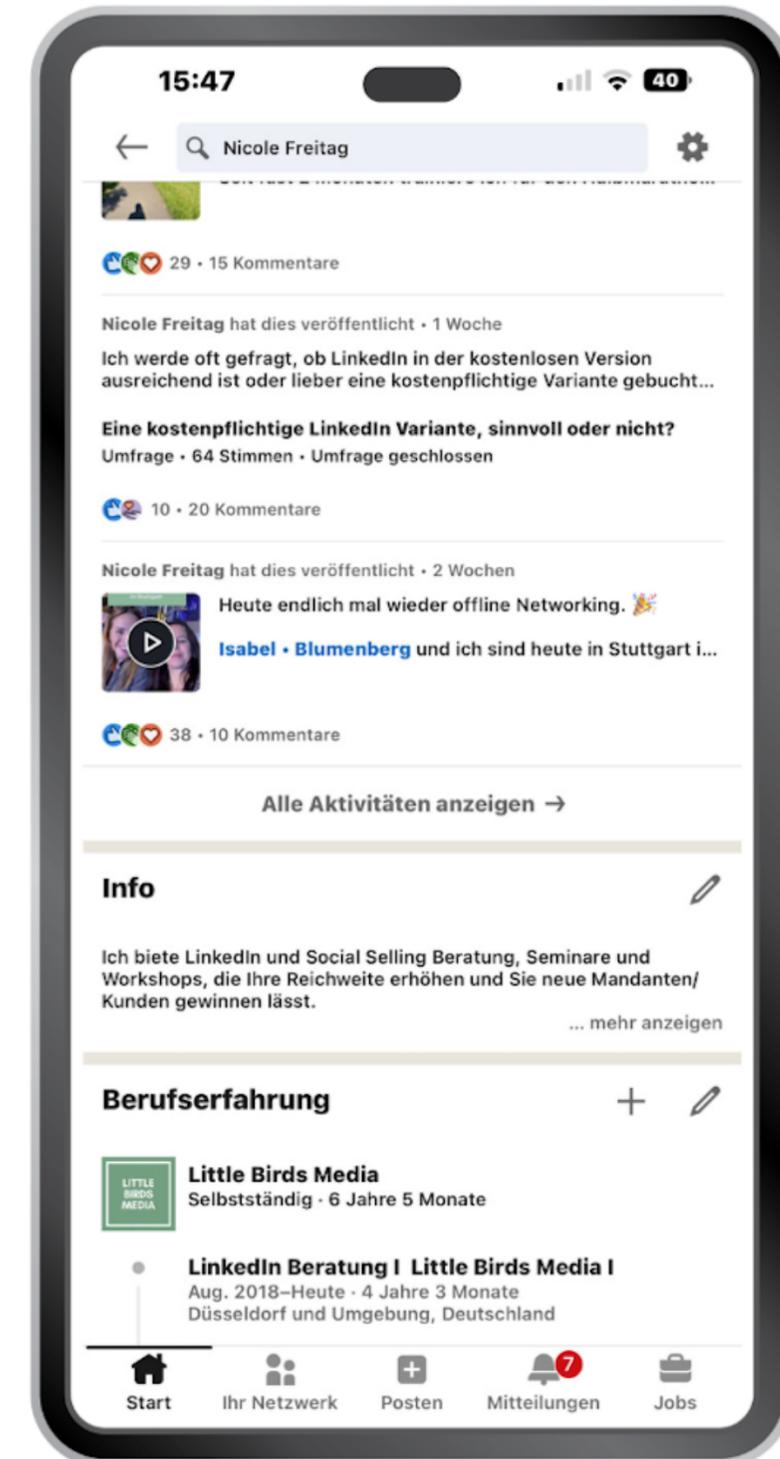
- „Wer sind Sie?“
- „Was machen Sie?“
- „Wen sprechen Sie an?“
- „Welchen Mehrwert bieten Sie?“

Nachfolgende Sätze

- „Was sind Ihre Kernkompetenzen und Expertise?“
- „Was macht eine Zusammenarbeit mit Ihnen besonders?“
- „Wie sind Sie am besten erreichbar?“

Verfassen Sie dies in

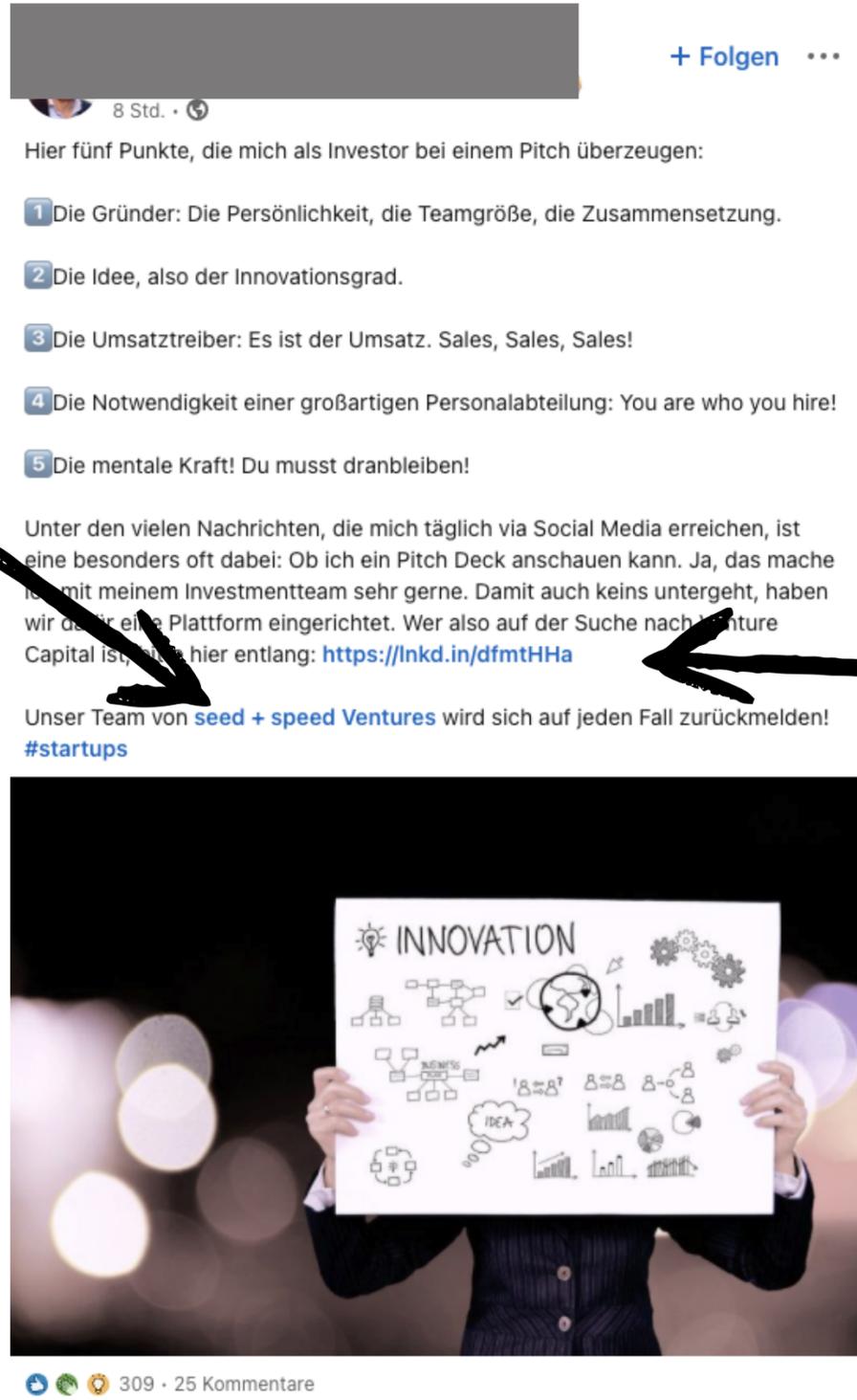
- der Ich-Form
- kurzen Sätzen
- zielgruppenspezifischer Sprache



Content-Erstellung

Was macht einen guten Beitrag aus?

Teaser



Erwähnungen

Hashtags
2-4

Mehrwert

Call to Action/ Link

Bild/ Grafik

Zu Ihren Fokusthemen,
sowohl fachlichen, als
auch persönlichen



Content-Erstellung - Persönlich und fachliche Beiträge sind die perfekte Mischung

Fachwissen und Brancheneinblicke:

Teilen Sie Ihre Expertise und Meinungen zu Branchentrends, wichtigen Nachrichten und Innovationen. Demonstrieren Sie Ihr Fachwissen durch die Analyse von Marktveränderungen oder die Diskussion von Best Practices.

Berufliche/ persönliche Entwicklungen und Erfolge:

Erzählen Sie von Ihren beruflichen Meilensteinen, Projekterfolgen oder Karrierefortschritten. Dies kann auch die Anerkennung der Leistungen anderer sein.

Netzwerkaufbau und Community Engagement:

Initiieren Sie Diskussionen, stellen Sie Fragen und fördern Sie den Austausch mit Ihrem Netzwerk. Bauen Sie Beziehungen auf, indem Sie Interaktion und Dialog suchen.

Digitales Netzwerken und Netzwerkaufbau auf LinkedIn

- **Aufbau von Routinen**
- **Steigerung von Reichweite und Sichtbarkeit:**
 - Erweiterung des Netzwerks
 - Interaktion mit anderen Beiträgen durch
 - liken
 - kommentieren
 - teilen
- **Strategisches Vernetzen:**
 - Definition der Zielgruppe
 - Strategische Nutzung der Suchfunktionen
 - Entwicklung von Ansprachestrategien

Die Grundlagen des digitalen, strategischen Netzwerkens

Der LinkedIn-Algorithmus

Content mit Mehrwert und Relevanz

- Priorisierung von Inhalten, die echten Nutzen bieten und Mehrwert für die Leserschaft schaffen.
- Qualität wird gegenüber Quantität bevorzugt; hochwertige Beiträge zählen mehr als die Frequenz.
- Auswahl von Themen, die für Ihre Zielgruppe und Ihr Netzwerk relevant und plattformgerecht sind.

Aktive Interaktion

- Anregung von Diskussionen und Reaktionen, um die Sichtbarkeit und Reichweite zu steigern.
- Beteiligung an Gesprächen durch Kommentare und Likes fördert die Viralität der Inhalte.

Formatvielfalt

- Ein Mix aus verschiedenen Content-Formaten wie Text, Bilder, Videos und Artikel.
- Variation in der Länge der Beiträge; sowohl kurze Statements als auch längere Ausführungen haben ihren Platz

Verzicht auf externe Links

Plattform-interne Inhalte bevorzugen, da externe Links die Reichweite negativ beeinflussen können.

Hashtag-Nutzung

- Gezielte Verwendung von relevanten Hashtags zur Erhöhung der Auffindbarkeit der Beiträge.
- Nicht zu viele Hashtags verwenden; ein Fokus auf einige wenige zielgerichtete ist effektiver.

Do's & Don'ts

Hier einige FAQ und deren Beantwortung aus unseren letzten Terminen.

Do's

- Mitarbeitende dürfen Pressemitteilungen/Veranstaltungen/Posts der Hochschule und die dazugehörigen Bilder auf ihren eigenen Profilen **teilen**.
- Sie dürfen über Veranstaltungen, die sie durchgeführt bzw. an denen sie teilgenommen haben (nichts Vertrauliches) berichten.
- Dabei dürfen keine Fotos der Hochschule verwendet werden. Sinnvollerweise machen Sie machen selbst ein Foto mit dem Handy und posten es, achten hierbei allerdings auf **Persönlichkeitsrechte** und **Datenschutz**.

Don'ts

- HSNR Mitarbeitende dürfen keine Logo Banner oder Banner im Corporate Design in ihrem Profil hinterlegen.
- Das Hochschullogo darf nicht als Profilbild verwendet werden.
- Achten Sie darauf, dass Sie die **Rechte am verwendeten Bildmaterial** haben.
- Mitarbeitende dürfen keine eigenen Posts/Artikel mit Bildmaterial (z.B. aus dem Bilddatenbank) der HSNR erstellen. Also zB: ein eigener Beitrag mit 5 Tipps zum Thema Nachhaltigkeit in der Textilbranche mit Fotos aus unserem Imageshooting ist nicht erlaubt.

Zusammenfassung

- **Warum Personal Branding**
- **Warum LinkedIn?**
- **5 Grundlagen**
- **Profilbild, Banner, Slogan & Co.**
- **Content Erstellung**
- **Strategisches Netzwerken**



”

**THE SECRET TO
GETTING AHEAD IS
GETTING STARTED.**

MARK TWAIN

”

**THE SECRET TO
GETTING AHEAD IS
GETTING STARTED.**

MARK TWAIN

Exklusiv - Die Challenge

5 Tage - 5 Aufgaben zum professionellen LinkedIn Profil

5 Tage - 5 Aufgaben

- Erläuterungen
- Aufgaben
- Feedback
- Austausch

ab 13.11.2023

Vielen Dank

Bei Fragen, wenden Sie sich gerne an mich.

