

MAAK HET PERFECTE LINKEDIN-BERICHT

Of je nu van social media houdt of niet: áls je iets plaatst, wil je natuurlijk wel dat (zoveel mogelijk) mensen het zien, liken, delen of erop reageren. Met andere woorden: je wilt een zo groot mogelijk bereik en zoveel mogelijk interactie; een bijdrage (zoals dat heet op LinkedIn) met *ímpact!* Met alle – ook nog regelmatig veranderende – algoritmes die worden toegepast, weet je nooit waar en wanneer precies jouw bericht in de tijdlijn van iemand in je netwerk verschijnt. Maar als er veel interactie is met je bericht is de kans *dát* jouw connecties het zien een stuk groter. Dus volg deze stappen en maak het ‘perfecte’ LinkedIn-bericht!



N.B. Dit is specifiek geschreven voor LinkedIn, maar de principes gelden voor alle social media. Doe er dus ook je voordeel mee op Twitter, Facebook, Instagram etc.!



1. **Volg ons** Volg je [RDM CoE](#) en [Hogeschool Rotterdam](#) nog niet op LinkedIn? Nog snel even doen dan! 😊
2. **Check je profiel** Is je LinkedIn-profiel up-to-date en gekoppeld aan de organisatie waar je werkt/studeert? Staan je functie/opleiding en werkzaamheden correct vermeld? En je contactgegevens? Als je een bericht plaatst en mensen gaan je profiel bekijken of willen contact opnemen, is het wel belangrijk dat alles (juist) vermeld staat.
3. **Denk na** Je hebt maar één kans om de aandacht van jouw connectie te trekken terwijl die (heel) even tijd heeft om door zijn/haar tijdlijn te scrollen (herkenbaar?); hoe ga je dat doen? Ga niet gelijk schrijven, maar denk eerst na over je boodschap. Waarover (specifiek) wil je iets vertellen? Wat is de aanleiding, het nieuws, wat is leuk, maakt het uniek of bijzonder? Beantwoord voor jezelf de vraag die elke lezer heeft: wat heb ik eraan? En wat is je doel: informeren of (ook) enthousiasmeren/activeren? Wat moet jouw connectie vervolgens doen? Koppel altijd een actie aan je boodschap: kijk hier voor meer informatie, neem contact op, meld je aan etc.
4. **Beeld moet!** Het is ‘verplicht’ beeld te gebruiken in je bericht. Ga maar na bij jezelf: tijdens het scrollen sla je berichten met alleen tekst sneller over, maar je oog blijft ‘hangen’ bij beeld. Zo werkt ons brein. Je maakt je kans gezien te worden dus direct véél groter als je beeld toevoegt. Als dat beeld ook nog beweegt, trek je nog sneller de aandacht. Gebruik dus altijd een video of foto in je bericht, liefst met mensen erop (wel eerst toestemming vragen natuurlijk!), want deze worden nog beter bekeken. Zorg wel dat het beeld past bij de inhoud van je bericht, dus bijvoorbeeld een foto of video van jou terwijl je werkt aan het project waar je over schrijft. Maak hiervan verschillende foto’s of een korte video en kies de beste uit. Let op: maak altijd liggende foto’s of video’s! Dat werkt online veel beter, helemaal omdat beelden vaak bijgesneden worden. Dus houd je telefoon horizontaal. En heb je de mogelijkheid, snijd een foto voor het plaatsen dan bij op 1200 x 628 pixels, het formaat dat LinkedIn gebruikt. Heb je geen foto of video, gebruik dan een andere afbeelding of upload een document (pdf).

5. **Schrijf je bijdrage** Als je bovenstaande 'ingrediënten' hebt verzameld, kun je gaan schrijven. Doe dit evt. eerst in een Worddocument; dit haalt je neiging om (te) snel te willen plaatsen eraf. 😊 Het leukste (voor jouw connecties) is iets delen vanuit je eigen perspectief; hoe beleef jij het project, wat heb jij ervan geleerd of waar werd jij enthousiast van? Hoe je het ook doet: houd het persoonlijk en wees echt. Je wilt direct de aandacht van je connectie trekken, dus plaats het belangrijkste/leukste helemaal bovenaan je bericht; val met de deur in huis, haak ergens op in. Stel evt. ook een vraag aan je netwerk; dit leidt tot meer interactie. Houd het kort en schrap onnodige (hulpwerk)woorden. LinkedIn zet er sowieso na ca. 150 tekens van jouw bericht automatisch 'Lees meer...' achter, maar ga daarna ook niet te lang door. Voeg onderaan je bericht – of in een reactie op je eigen bericht; dit schijnt beter te zijn omdat LinkedIn het minder leuk vindt als je hun app of pagina verlaat – evt. ook een link toe waar meer te lezen is over je project.
6. **(Hash)Tag!** Je wilt dat jouw bericht zoveel mogelijk mensen bereikt toch? De kans daarop vergroot je door betrokken organisaties (in elk geval altijd Hogeschool Rotterdam), personen en locaties (in het geval van RDM CoE vaak RDM Rotterdam) te taggen. Deze organisaties en personen krijgen dan een melding en kunnen het bericht liken of weer delen op hun eigen LinkedIn; zo krijgt jouw post meer interactie en wordt het bereik vele malen groter. Taggen (een 'mention' of vermelding maken) gaat zo: typ @ en vervolgens RDM Centre of Expertise, Hogeschool Rotterdam etc. of de naam van een persoon en je krijgt 'm (na een aantal letters) vanzelf voorgeschoteld; klik op deze link en de tag wordt in je bericht geplaatst. Wil je heel veel tags gebruiken, dan is het beter dit (grotendeels) onderaan je bericht (of in een reactie) te doen i.p.v. in de tekst. In de foto die je bij je bericht plaatst, kun je ook mensen taggen (maar tag ze sowieso ook in je bericht of reactie daarop). Gebruik daarnaast hashtags in (of onderaan) je bericht om op relevante onderwerpen zichtbaar(der) te worden, bijvoorbeeld #innovatie, #energietransitie, #logistiek, #haven of #projectnaam.
>> Let op: vermeld ook altijd #hogeschoolrotterdam als hashtag (naast een @-tag), want zij zien gewone 'mentions' niet altijd
7. **Plaats/redigeer** Heb je je bericht af, klik dan op Plaatsen. Kom je er daarna achter dat je iets bent vergeten, dat iets beter kan, of dat je een foutje hebt gemaakt? Geen probleem, je kunt je bericht nog bewerken: klik op de drie puntjes rechts bovenaan. Let dan wel op of alle tags actief blijven; die willen nog wel eens in gewone tekst veranderen bij bewerking. Maak de tag dan even opnieuw.
8. **Reageer** Nu is het wachten op al die likes natuurlijk! 😊 En geeft iemand een reactie (commentaar), dan is het wel netjes om daar op te reageren indien nodig. Of om in elk geval die reactie even te liken.
9. **Deel** Heb je even geen zin, tijd of inspiratie? Dan kun je ook altijd nog een bericht van RDM CoE of Hogeschool Rotterdam delen met jouw netwerk. Ook in dat geval is het wel goed om daar even een persoonlijke introductie, opmerking of aanbeveling bij te plaatsen.

Met deze tips moet het lukken om die 'killer LinkedIn post' te maken. Succes!