

LinkedIn | Tips & Tricks.



**“Social media is not a media. The key is to listen, engage,
and build relationships.”**

David Alston

Inhoud.

Algoritme

Gebruik van hashtags

Beste momenten om te posten

Tekst & beelden

Bedrijven en personen taggen

Reageren

LinkedIn Algoritme.

Algoritme.

Waarom zie je de ene post wel en een andere niet?

→ LinkedIn bepaalt in hoeverre jouw content verspreid wordt en wie deze te zien krijgt.


TIPS om hier het maximale uit te halen:

- De **eerste twee uren** na posten zijn het meest belangrijk
 - LinkedIn bepaalt in deze tijd o.b.v. de betrokkenheid hoe vaak je bericht getoond wordt
 - Zorg er dus voor dat je bericht opvalt en interactie uitlokt
- Een **klik op 'meer weergeven'** weegt **zwaarder dan een 'like'**
- Ga de interactie aan onder je bericht
- Gebruik bij het plaatsen van een reactie **minimaal 5 woorden**
- Zorg voor een compleet profiel




Gebruik hashtags.

 #breda

 #louvman

 #rotterdam

 #duurzaamheid

Vergroot je bereik.

Plaats 3 tot 5 hashtags onderaan je bericht.
Hashtags die je altijd in kan zetten:

- #Louvman
- #<locatie>

Populaire relevante hashtags – aantal volgers

- #innovatie - 34.869
- #technologie - 65.905
- #duurzaamheid - 10.261
- #samenwerking - 8.205
- #sales - 5.855.350
- #automotive - 227.390

TIP: volg zelf ook relevante hashtags



#louvman

38 volgers

[Volgen](#)

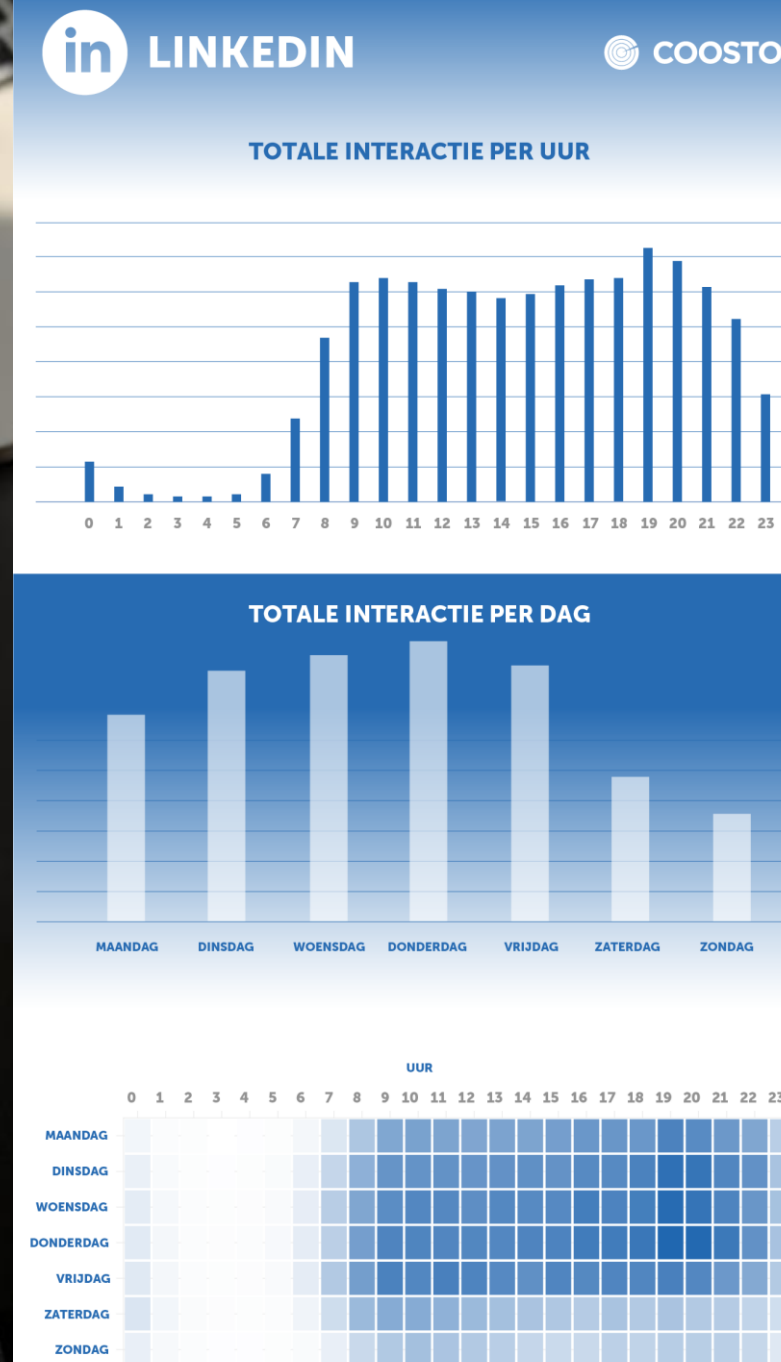


Beste momenten om te posten.

Piektijden interactie op LinkedIn. (Onderzoek Coosto)

- Donderdag tussen 18.00 en 20.00 uur
- Vrijdag 10.00 uur
- Woensdag 16.00 uur

Omdat de eerste uren zo belangrijk zijn, loont het om rekening te houden met het tijdstip waarop je je bericht plaatst.





Opvallen met tekst.

- Zorg ervoor dat de eerste zin direct de aandacht trekt
- Langere teksten werken goed:
 - Men blijft langer 'hangen' bij je bericht
 - Vanaf 3 regels wordt de 'meer weergeven' knop getoond. Het klikken hierop door volgers heeft een positief effect op de verspreiding
 - Maak het ook weer niet té lang: houd het behapbaar en zorg voor ruimte
- Plaats een link direct in de foto of video

Opvallen met beelden.

- Wissel afbeeldingen en video's af in je berichten
- Aanbevolen afbeeldingsformaat: 1.200 x 627 pixels óf vierkant
- Gebruik beelden met mensen → géén stockfoto's
- Zorg bij video's voor ondertiteling

Bedrijven en personen taggen.

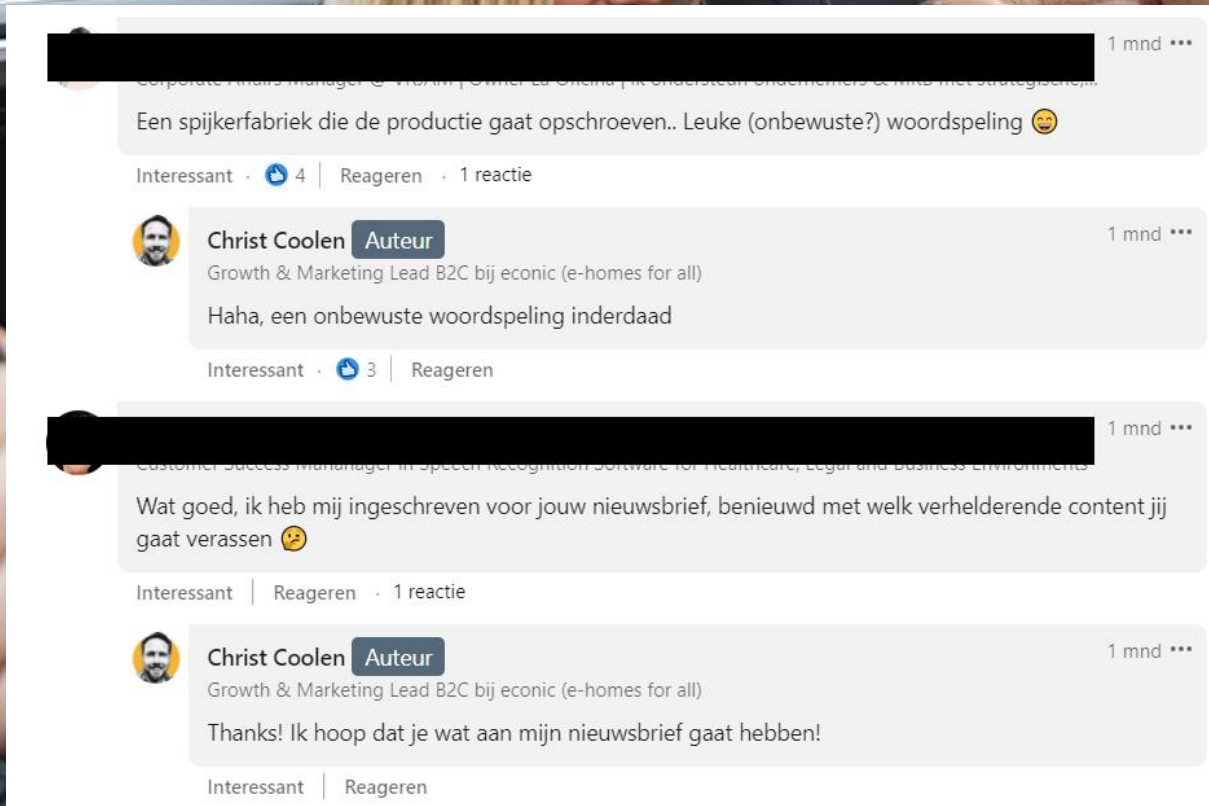
Hogere betrokkenheid door taggen.

- Zorg voor **relevante tags**
 - Bedrijven/personen die betrokken zijn
 - Directe collega's

- Plaats deze tags onderaan je bericht met een extra enter ertussen



Reageren.



LinkedIn weegt een reactie 4x zwaarder dan een 'like' en 7x zwaarder wanneer deze in de eerste 2 uur is geplaatst.

- Lok interactie uit in je post, om hier vervolgens op te kunnen reageren
- Reageer altijd met **minimaal 5 woorden**
- Een reactie onder je eigen post kan voor **15% - 20% meer bereik** zorgen (behalve als dit de eerste reactie is)
- Door zelf te reageren op berichten van anderen, zul je zelf ook meer interactie krijgen (wederkerigheid)

Vragen of opmerkingen?
[Marketing.louwman.nl](https://marketing.louwman.nl)