

LinkedIn erfolgreich nutzen

Strategien für Medizintechnikunternehmen



havendo
GmbH

KATJA AHRENS

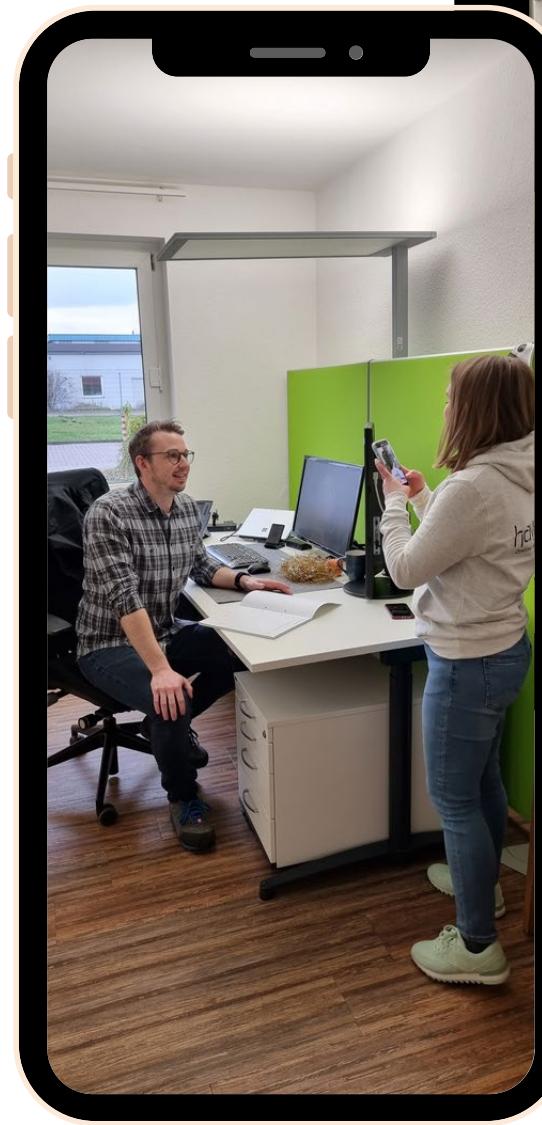
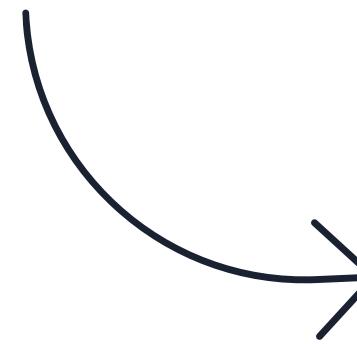
- Geschäftsführerin der havendo GmbH
- Im ersten Leben Fleischerin
- Italien verliebt
- Deine persönliche Frage zu LinkedIn



HAVENDO GMBH – ONLINE MARKETING FÜR KMUS



SOCIAL MEDIA MARKETING



havendo^{GmbH}

AGENDA

10:05 - Warum LinkedIn die bessere Wahl ist

Interessante LinkedIn Kennzahlen

Unterschiede LinkedIn vs. andere Social Media Plattformen

Vorteile für Unternehmen & Mitarbeiter:innen

Diskussion: Erfahrungen der Teilnehmenden mit Xing & LinkedIn

10:40 - LinkedIn-Pakete & Profi-Profile

Überblick: Basis, Premium, Sales Navigator

Was gehört ins perfekte persönliche Profil, um Kund:innen & Partner:innen anzusprechen?

Die Einstellungen und der Datenschutz in Ihrem LinkedIn Profil, damit Sie die volle Kontrolle behalten

11:30 - Ihr Unternehmen auf LinkedIn | Sichtbarkeit & Interaktion

Unternehmensseite einrichten – Best Practices

Wie reagiere und interagiere ich mit meinem Unternehmen? (Live-Demo)

Kurzübersicht LinkedIn Ads

Diskussion: Welche Inhalte wirken für Unternehmen glaubwürdig?

12:15 - Pause

12:45 - Netzwerken & Zielgruppen finden

Warum professionell Ihr Netzwerk erweitern – wie Sie Ihre passende Zielgruppe oder Geschäftspartner finden

Worauf müssen Sie bei der Vernetzung achten?

Mit wem vernetzen Sie sich am besten – und woran erkennen Sie, mit wem Sie sich nicht vernetzen sollten

Praxisübung: Live 2–3 Kontakte suchen

13:50 - Pause

14:00 - Algorithmus, Content & die 90-9-1 Formel

Wie funktioniert der LinkedIn-Algorithmus?

Die 90-9-1-Formel auf Social Media

Content-Arten auf LinkedIn (Posts, Artikel, Video, Karussell etc.)

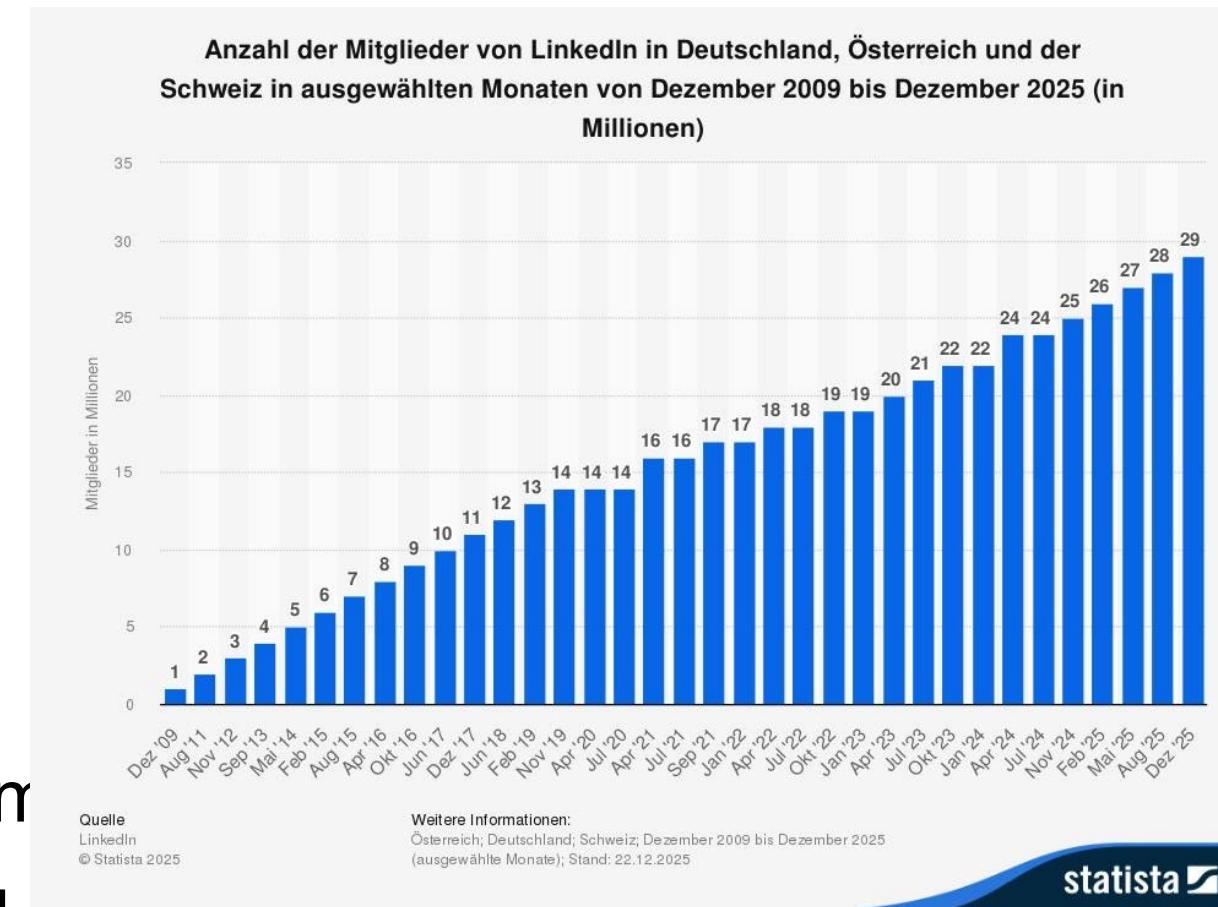
Aufbau erfolgreicher Beiträge auf LinkedIn (Hashtags, Links, Content-Design)

14:50 - Abschluss & Q&A

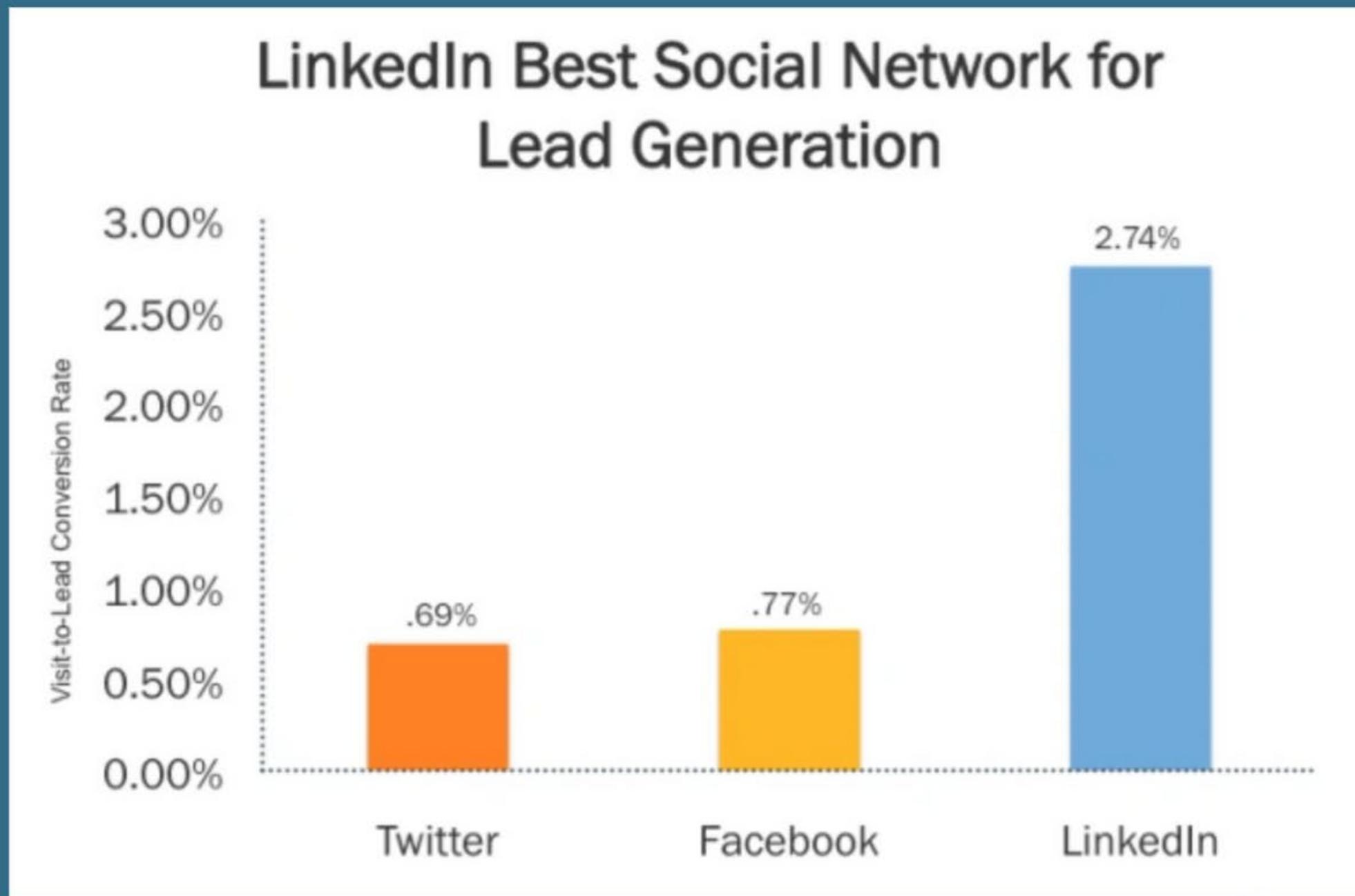
15:00 - Ende

WARUM LINKEDIN?

- ca. 29 Mio.User/Nutzer in DACH und 1 Mrd. weltweit
- Ist ein Business Netzwerk - Nutzer alle mit Klar-Namen angemeldet
- Fokus von LinkedIn ist Business und Vernetzung vgl. hierzu Xing
- Für Unternehmen interessant, da:
 1. Recruiting Prozesse starten,
 2. Markenbekanntheit der eigenen Firma steigern,
 3. Außerdem lassen sich Kunden über neue Produkte, Dienstleistungen und Angebote informieren,
 4. Branchennews teilen, aber eben auch
 5. Leads generieren.
- LinkedIn gehört zur Microsoft Familie wie Skype, Bing und Outlook



Wie effizient sind die verschiedenen Plattformen bei der direkten Gewinnung von Leads?



Sarah Hoffmann · 06:31

Hello Frau Ahrens,
Ich habe Sie zufällig auf LinkedIn entdeckt und
würde mich über eine Kontaktaufnahme freuen.
Hintergrund ist ggf. Schulungsbedarf beim
Thema Social Media. Ich würde mich über einen
Austausch freuen. Danke Sarah Hoffmann
(sarahhoffmann@outlook.com / 0170...)



Alexander Subat · 15:51

Hello Frau Ahrens,
ich suche Experten/Trainer, die uns in Social Media
(v.a. LinkedIn) für unser B2B-Marketing fit machen.
Freue mich über einen Austausch.
Beste Grüße
Alexander Subat

Quelle:

- Studie mit mehr als 5.000 Unternehmen
- Traffic von LinkedIn mit 2,74 % die höchste Umwandlungsrate von Besuchern in Leads generiert = fast dreimal so hoch (277 %) wie Twitter (.69 %) und Facebook (.77 %).



LinkedIn 277% More Effective for Lead Generation Than Facebook & Twitter [New Data]

New research from HubSpot proves that LinkedIn tops Facebook and Twitter in lead generation efficiency.

HubSpot / 8. Jan. 2020



	LinkedIn	Instagram	TikTok	Facebook/Meta
Ziel/Zweck	Professionelle Networking-Plattform, wird hauptsächlich für berufliche Kontakte, Karriereentwicklung & Geschäftsmöglichkeiten genutzt.	Visuell orientierte Plattform, konzentriert sich auf das Teilen von Fotos und Videos, pers. Selbstdarstellung & Unterhaltungszwecke.	Plattform für Kurzvideos, stark auf virale Inhalte und Unterhaltung fokussiert, besonders wichtig Mix aus Bild & Ton (visuell & auditiv)	Soziales Netzwerk: Gruppen, Veranstaltungen, etc. / ursprüngliches Ziel: Vernetzung & Informationsverbreitung
Zielgruppe	Berufstätige, Unternehmen, Personalvermittler, Job-Suchende	Freizeit/beruflich - überwiegend jüngere Nutzer (18-34 Jahre).	Überwiegend Gen-Z, jedoch auch Millennials & Gen X	Hauptsächlich Gen X (40+)
Inhalte	Berufliche Updates, Branchen-News, Fachartikel, Stellenanzeigen, Networking-Posts.	Fotos, Videos, Stories, Reels, Influencer-Marketing, Markenwerbung.	Kurzvideos, Challenges, virale Trends.	Text-Updates, Fotos, Videos, Gruppen, Veranstaltungen, Nachrichtenartikel, Marktplatz.
Nutzungsverhalten – Häufigkeit	Nutzer besuchen die Plattform häufig, aber in der Regel weniger oft pro Tag als andere soziale Netzwerke.	Nutzer besuchen die Plattform mehrmals täglich.	Sehr häufige Nutzung, ca. 8-Mal täglich, 95 Min im Durchschnitt.	Unregelmäßige Nutzung der Accounts.
Nutzungsverhalten – Verweildauer	Sitzungen sind tendenziell kürzer und zielgerichtet, um spezifische Informationen zu finden oder berufliche Netzwerke zu pflegen.	Längere Sitzungen durch das Scrollen durch den Feed, Ansehen von Stories und Reels.	Lange Sitzungen, da der „For You“-Feed kontinuierlich neue Inhalte vorschlägt / Algorithmus an Interessen angepasst ist.	Variable Sitzungsdauer: hängt von der persönlichen Nutzung.
Nutzungsverhalten – Interaktionen	Kommentieren und teilen von beruflich relevanten Beiträgen, Teilnahme an Fachgruppen und Diskussionsforen. Weniger Likes/Interaktionen als auf anderen Plattformen.	Likes, Kommentare, Teilen von Inhalten, Direktnachrichten, hohe Engagement-Rate bei visuellen Inhalten.	Likes, Kommentare, Teilen von Videos, Erstellen eigener Videos, Teilnahme an viralen Challenges, hohe Engagement-Rate bei kreativen und unterhaltsamen Inhalten.	Likes, Kommentare, Teilen von Beiträgen, Teilnahme an Gruppen, Veranstaltungen, Messenger-Nachrichten.

Erfahrungen mit den Plattformen Xing & oder LinkedIn

Wie aktiv nutzt Du LinkedIn aktuell?

VERSCHIEDENE LINKEDIN PAKETE

The diagram illustrates three LinkedIn package options, each with a Tarif-Upgrade button:

- Business** (Aktueller Tarif):
 - Netzwerk erweitern und pflegen
 - 68,83 EUR*/Monat oder 396,60 EUR*/Jahr (Sie haben 52 % gespart)
 - [Tarif behalten](#)
- Sales Navigator Core**:
 - Neue Vertriebspotenziale erschließen
 - 98,34 EUR*/Monat oder 944,02 EUR*/Jahr
 - [Tarif-Upgrade](#)
- Recruiter Lite**:
 - Finden Sie die richtigen Kandidat:innen
 - 167,18 EUR*/Monat oder 1.475,09 EUR*/Jahr
 - [Tarif-Upgrade](#)

LinkedIn Marketing



1. Aufbau eines
Expertenprofils

2. Vernetzung mit
der Zielgruppe

3. Content
Produktion

4. Interaktion mit der
relevanten Zielgruppe



LINKEDIN SCHULUNGSBEISPIEL



Sophia Elisabeth F. · 2.

Leitung Vertrieb LargeNet

Hamburg, Hamburg, Deutschland · [Kontaktinfo](#)

332 Follower:innen · 339 Kontakte

Frank Schmalowsky ist ein gemeinsamer Kontakt.

Vernetzen

Nachricht

Mehr

LargeNet GmbH



Sophia Fritsche (IT Security) · 1.

Auf Mission, ein optimales Cyberschutzkonzept für unsere Kunden zu entwickeln | Leitung Vertrieb LargeNet

Hamburg, Hamburg, Deutschland · [Kontaktinfo](#)

453 Follower:innen · 461 Kontakte

Jan-Dirk Huntemann, Tobias Stahl und 5 weitere gemeinsame Kontakte

Nachricht

Mehr

LargeNet GmbH

havenndo^{GmbH}

FOLGEN VS. VERNETZEN



Hülya Duran · 2.

Polizeibeamtin NRW Dozentin HSPV NRW

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

6.358 Follower:innen · 500+ Kontakte

 Georg Nikisch, PD Dr. med. Dipl. Psych. und Frank Thöle-Pries sind gemeinsame Kontakte.

[+ Folgen](#)

[↗ Nachricht](#)

[Mehr](#)



Polizei NRW



Rene Krüger · 2.

Geschäftsführer bei TiXbo Tiefbohr Center GmbH

Hamburg und Umgebung · [Kontaktinfo](#)

157 Kontakte



Michael Krause  und Sven Schuett sind gemeinsame Kontakte.

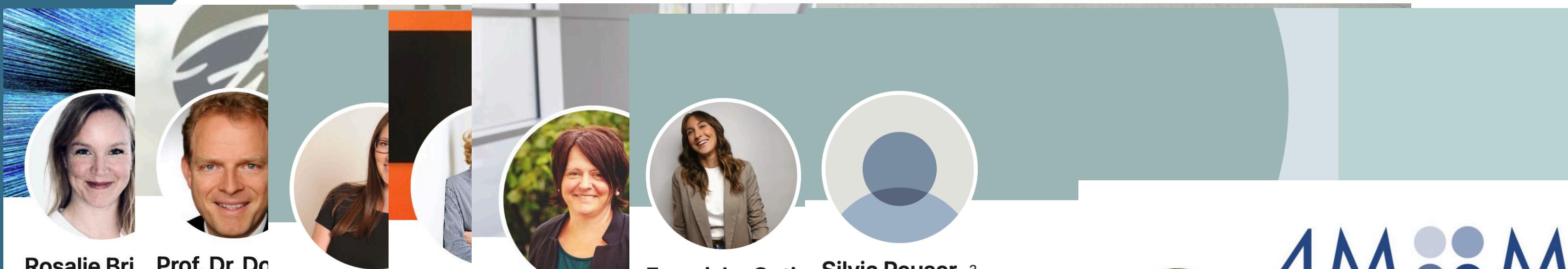
[+ Vernetzen](#)

[↗ Nachricht](#)

[Mehr](#)



DAS PERSÖNLICHE PROFIL



Rosalie Bri
Senior Marketing Project Leader
Systemic Business
Frankfurt/Rhein-Main
500+ Kontakte

Manfred C.

Vernetzen

Prof. Dr. Do
Geschäftsführer
Münster, Nordrhein-Westfalen
500+ Kontakte

+ Vernetzen

Aktivitäten
2.844 Follower:innen

Beiträge

E

Info

Experienced and skilled in marketing and driving cross-functional teams. Driving cross-functional ways of working.

...

Top-Kenner

MedTech Marketing & Communication
Development • Congress & Event Management

Vanes

Marketing Manager

Deutschland

272 Kontakte

+ Vernetzen

Nachricht

Aktivitäten

2.844 Follower:innen

Beiträge

E

Aktivitäten

278 Follow

Beiträge

E

Die LinkedIn Benutzeroberfläche

- Live -

DAS persönliche Profil

- Das richtige Profilbild
- Gut erkennbar
- Positive Ausstrahlung (Lachen usw.)
- Expertise
- Branding
- 400 x 400 px privater Account



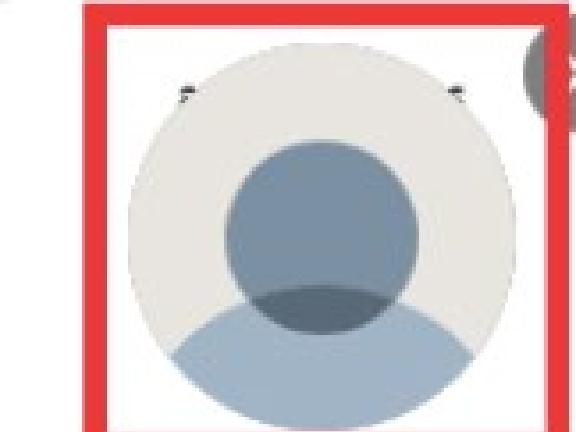
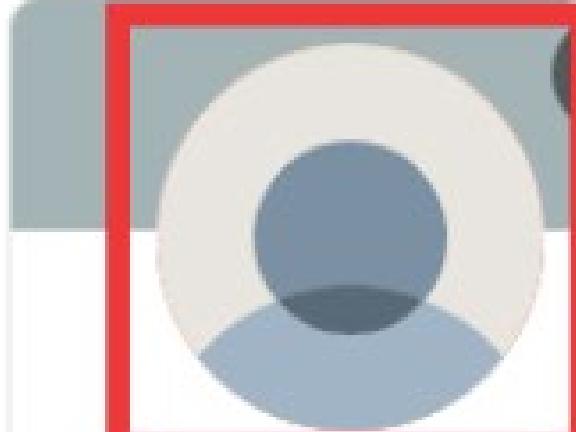
DAS persönliche Profil



havenndo
GmbH

ACHTUNG PROFILBILD SICHTBARKEIT

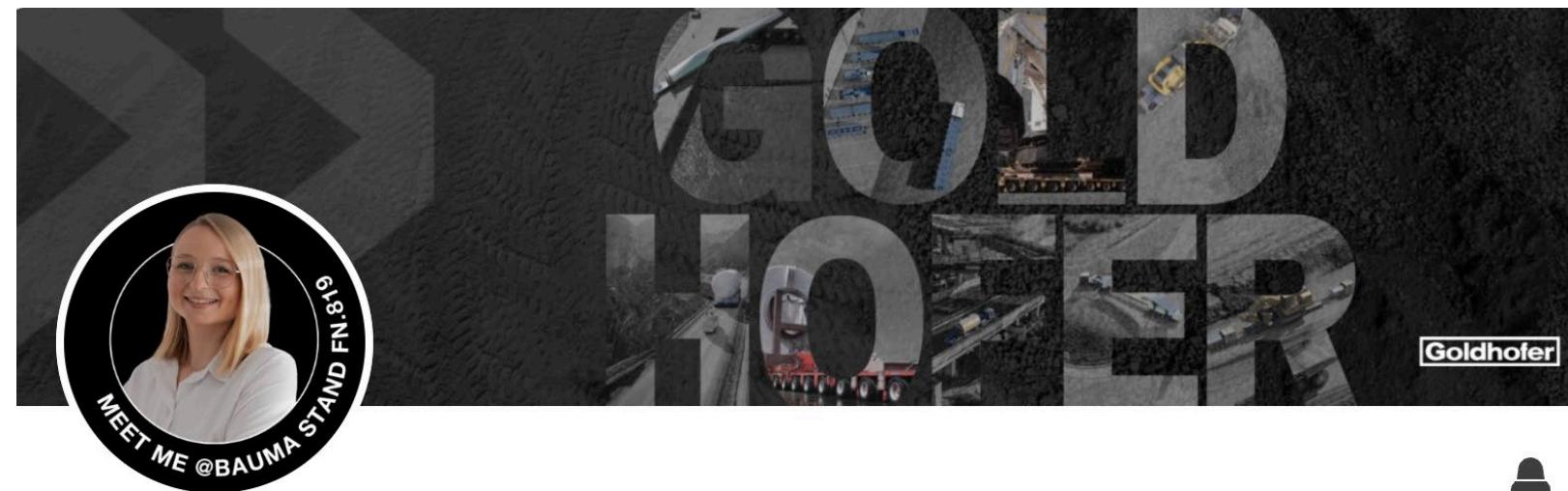
Nicht vergessen freizugeben, denn mit Bild ist es einfach schöner

 Franziska Mohr Werkstudentin Marketing & Events bei H&K Klöb...  16 gemeinsame Kontakte Vernetzen	 Amelie Diehl Co-Founder bei amce studios - Creative...  55 gemeinsame Kontakte Vernetzen	 Michelle Jörg Werkstudentin Marketing bei DMSFACTORY...  27 gemeinsame Kontakte Vernetzen	 Meike Möller Werkstudentin E-Commerce bei GALERI...  30 gemeinsame Kontakte Vernetzen
--	---	---	--

MAN SIEHT DAS PROFILBILD AUCH NICHT, WENN IRGENDWO KOMMENTIERT WIRD, DER LESEN ABER NICHT MIT IHNEN VERKNÜPFT IST.

PROFILBILD - HACK

#Selbsterstellen mit Canva



Elena Harrer (grew up online) · 1.

Meine Mission 🚀 Goldhofer online sichtbar machen und digital voranbringen! Als digital nativ in der Online Marketing Welt zuhause.



Memmingen, Bayern, Deutschland · [Kontaktinfo](#)

289 Kontakte



Dimitri Kunst, Andrés Ortiz und 4 weitere gemeinsame Kontakte



Goldhofer AG



Jasmin Rosenberg · 1.

Head of Marketing and Communication bei EDUR-Pumpenfabrik
Eduard Redlien GmbH & Co. KG

Kiel und Umgebung · [Kontaktinfo](#)

276 Kontakte



Social Selling by Mariana Traxel, Maximilian Schay und 32 weitere gemeinsame Kontakte

EDUR-Pumpenfabrik Eduard Redlien GmbH & Co. KG

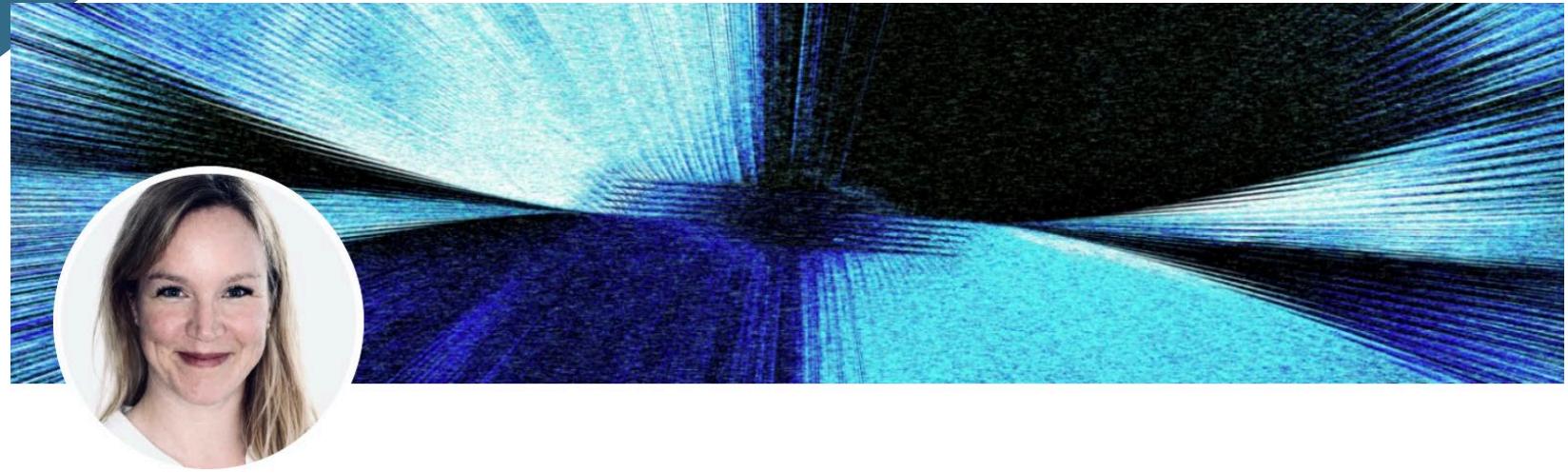
Christian-Albrechts-Universität zu Kiel

havenndo
GmbH

[Nachricht](#)

[Mehr](#)

TITELBILD



Rosalie Brink · 2.

Senior Marketing Communications Manager (MedTech) | European Project Leadership | Brand, Go-to-Market & Digital Collaboration | Systemic Business Coach
Frankfurt/Rhein-Main · [Kontaktinfo](#)

500+ Kontakte

Manfred C. Beeres ist ein gemeinsamer Kontakt.

Vernetzen

Nachricht

Mehr

Info

Experienced and strategic Marketing & Communications leader in the MedTech industry, operating at European level and driving cross-functional initiatives that strengthen brands, improve collaboration, and enable efficient, scalable ways of working.

... mehr anzeigen

Top-Kenntnisse

MedTech Marketing & Communications • European Project Leadership • Brand Strategy & Brand Development • Congress & Event Management (Europe) • Systemic Business Coaching



Marketing, Sales, Communications



Regine Heitlinger · 2.

Marketing-Management bei Vibrosonic GmbH
Mannheim, Baden-Württemberg, Deutschland · [Kontaktinfo](#)

122 Kontakte

Vernetzen

Nachricht

Mehr



Vibrosonic GmbH

Brunel University London,
Henley Management...

Info

Umsetzungsstarke Managerin mit sehr guter Kenntnis in der internen Unternehmenskommunikation
Projektleitung mit hervorragender Marketingkenntnis (B2B, B2C)
Äußerst stark im konzeptionellen und organisatorischen Prozessmanagement
Kreative Vertriebsexpertin mit über 25 Jahren Berufserfahrung im internationalen Umfeld

Aktivitäten

129 Follower:innen

()
GmbH

TITELBILD

ERGEBNISSE IN
VIER BIS ZWÖLF WOCHEN



Ø 26%
Produktivitätssteigerung

Ø 11%
Umsatzsteigerung



ROTMILAN
Mensch. Ziel. Fokus.
<https://rotmilan-consulting.de>

WE ARE
MICRO-TECH ENDOSCOPY
WE ARE MICRO-TECH
ENDOSCOPY FROM EXPERTS,
FOR EXPERTS ENDOSCOPY



TITELBILD



Volki Clean GmbH Reinigungsfirma Zürich

«Suuber mache» isch eusi Lideschaft - Diis Reinigungsunternehme us Züüri

Gebäudeservices · Volketswil · 607 Follower:innen · 2-10 Beschäftigte

+ Folgen

↗ Nachricht

...

Start

Info

Beiträge

Jobs

Personen

Einblicke

EIGENE PRONOMEN EINGEBEN

Kann auch für Marketingzwecke benutzt werden

Eigene Pronomen eingeben

LinkedIn/TikTok Schulung

Geben Sie an, wie Sie sich selbst definieren.

Mehr über [Geschlechtspronomen](#) erfahren.



Katja Ahrens (LinkedIn/TikTok Schulung)

Praxisorientierte Schulungen & unternehmensorientierte Dienstleistung für LinkedIn und TikTok, SEO, Google Ads und Webdesign. Halbtags-Speakerin

Kiel und Umgebung · [Kontaktinfo](#)

[2.999 Follower:innen](#) · [500+ Kontakte](#)

Offen für

Profil ergänzen

Termin buchen

Ressourcen

havendo havendo GmbH



havendo
GmbH

DER SLOGAN – Ansprechpartner für Produkt A,B,C ... oder Bereich ... oder Vorteile von ... oder Spruch

FRHNZ + WEN
Beratung im Gesundheits

Prof. Dr. Dominik Franz · 2.
Geschäftsführer, Franz + Wenke GmbH
Münster, Nordrhein-Westfalen, Deutschland · [Kontaktinfo](#)

500+ Kontakte

[+ Vernetzen](#)

[Nachricht](#)

[Mehr](#)

Franz + Wenke GmbH
MH Medizinische Hochschule
Hannover

Aktivitäten

2.844 Follower:innen

[Beiträge](#)

[Bilder](#)

Prof. Dr. Dominik Franz · 2.
Geschäftsführer, Franz + Wenke GmbH
1 Monat ·

Sehr geehrter Herr Prof. von Eiff, vielen Dank für Ihre Einladung als Referent auf dem 15. Beschaffungskongress der Krankenhäuser ... mehr

Prof. Dr. Dominik Franz · 2.
Geschäftsführer, Franz + Wenke GmbH
1 Monat ·

Seien Sie dabei, wenn Frank Schemmann wieder ausführlich über Dokumentation und Abrechnung an Fuß und Sprunggelenk (EBM / AOP / ... mehr

Marcel Knepper. Geschäftsführer.
**PROZESS-
OPTIMIERUNG.**

Mensch. Ziel. Fokus.

Marcel Knepper

Prozessoptimierung ohne Buzzword-Bingo | Geschäftsführender Gesellschafter @Rotmilan | ø 31% Effizienzgewinn in unseren Optimierungsprojekten

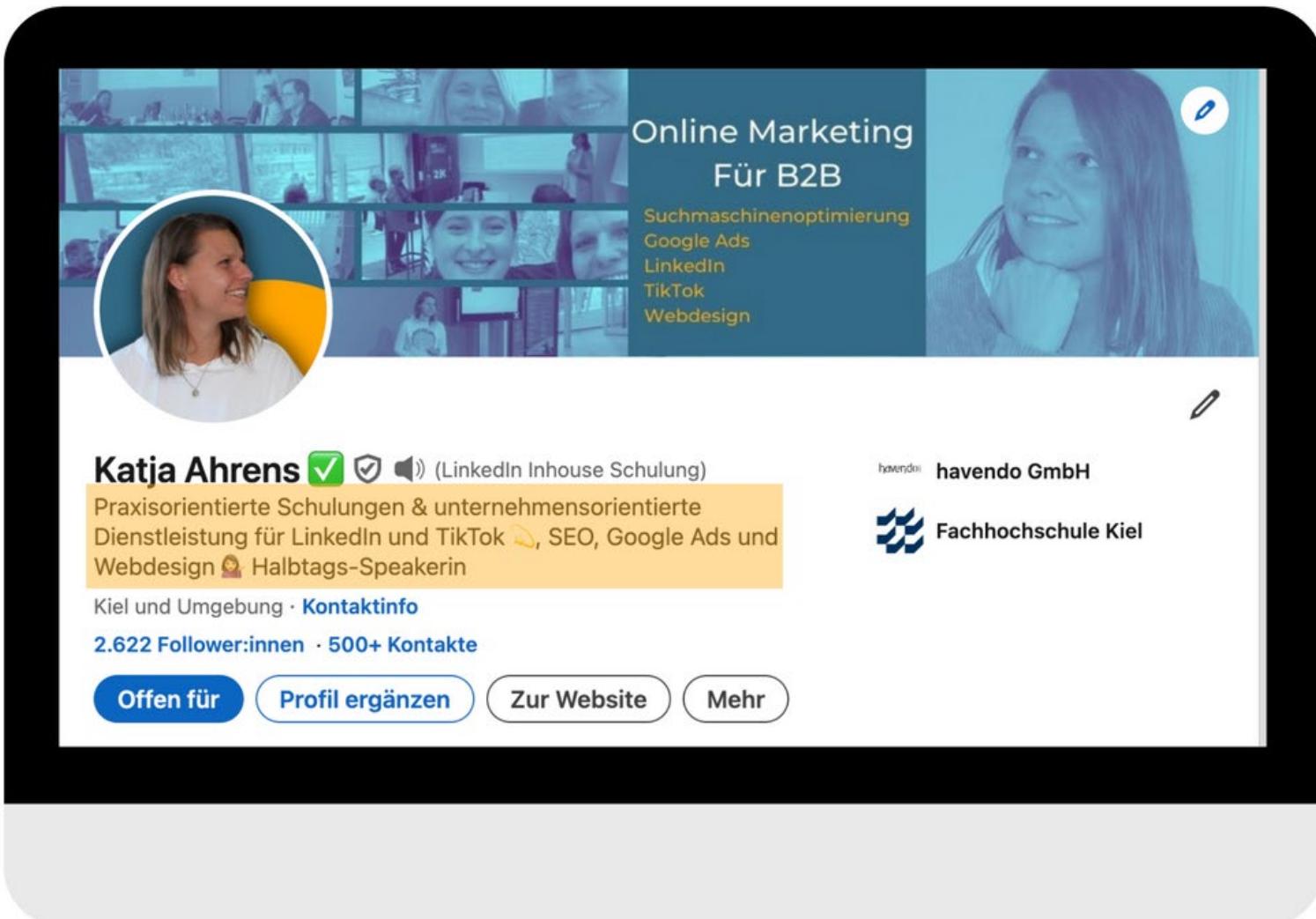
Rotmilan Consulting GmbH



DER SLOGAN - WIRD ÜBERALL angezeigt >

220 Zeichen

IM PROFIL



IM BEITRAG



DER SLOGAN - WIRD überall angezeigt

Wenn kommentiert wird



Wenn geliked wird

Reaktionen

Alle 4 3 1

 **Katja Ahrens** Praxisorientierte Schulungen & unternehmensorientierte Dienstleistung für LinkedIn und TikTok , SEO, Google Ads und Webdesign Halbtags-Speakerin

 **Constantin Schmidt-Thomé** · 2. IT-Dienstleistungen - Berlin, Hamburg, Köln

 **Wissenschaftszentrum Kiel** 102 Follower:innen

 **Prof. Dr. Gesa Ziemer** · 2. Academic lead UNITAC (with UN Habitat, OICT), director City Science Lab (with MIT Media Lab) at HafenCity University Hamburg

Kontaktangaben bearbeiten

Ralf Müller He/Him · 2.
Unternehmer | Entrepreneur Pharma, Medical Devices, Diagnostics
Deutschland · Kontaktinfo
565 Follower:innen · 486 Kontakte
Birgit Stütlen, Michaela Helmich-Schröder und 2 weitere gemeinsame Kontakte
+ Folgen Nachricht Zur Website Mehr

Christian Blunck · 1.
Business & IT im Einklang | Mit Sicherheit und Umsetzung | Projektmanagement
Lübeck, Schleswig-Holstein, Deutschland
972 Follower:innen · 500+ Kontakte
Alexander Rosenthal, Christian Blunck
Mehr

Die Infobox

Welchen Mehrwert schaffen Sie (Ihrer Community)?

Was sind Ihre Werte?

Schaffen Sie eine Struktur und formuliere Sie sie-**的** Sätzen.

Die Positionierung ist das A und O Ihres Verhaltens auf LinkedIn.



Die Infobox



Regine Heitlinger · 2.

Marketing-Management bei Vibrosonic GmbH

Mannheim, Baden-Württemberg, Deutschland · [Kontaktinfo](#)

122 Kontakte

[Vernetzen](#)

[Nachricht](#)

[Mehr](#)



Vibrosonic GmbH



Brunel University London,
Henley Management...

Info

Umsetzungsstarke Managerin mit sehr guter Kenntnis in der internen Unternehmenskommunikation
Projektleitung mit hervorragender Marketingkenntnis (B2B, B2C)
Äußerst stark im konzeptionellen und organisatorischen Prozessmanagement
Kreative Vertriebsexpertin mit über 25 Jahren Berufserfahrung im internationalen Umfeld

Aktivitäten

Die Infobox

Von der stellvertretenden Fleischabteilungsleiterin zur Geschäftsführerin einer Marketingagentur.

Schon in jungen Jahren habe ich mich gefragt, warum einige Unternehmen erfolgreich sind und andere nicht – und wie man am besten Kunden in den „Laden“ bekommt.

Aus den Erfahrungen der Vergangenheit und unseren Erfolgen als Agentur kann ich sagen:
Wer nicht sichtbar ist, findet nicht statt!!!!

In zahlreichen Projekten habe ich gesehen, wie schnell digitale Versäumnisse einen Rückstand erzeugen – und wie gezielte Lösungen diese Lücke schließen können.

 **Von praxisnahen LinkedIn und TikTok Inhouse-Schulungen bis hin zur**

- **konsequenter, qualitativer Betreuung** begleite ich, begleiten wir, Unternehmen, die wieder ganz vorne mitspielen wollen.

Wobei ich Dich unterstützen kann

Eigentlich das gesamte Online Marketing Game. Nix mit Print oder so.

Dabei decke ich alle Facetten ab:

 Social Media Marketing und Werbung auf LinkedIn und TikTok – Dein Content zur richtigen Zeit, am richtigen Ort, bei der richtigen Zielgruppe.

 Webdesign – für Webseiten, die verkaufen.

 Suchmaschinenoptimierung und Google Ads – um gefunden zu werden und sichtbar zu bleiben.

Ein paar Daten?

Ich bringe über 8 Jahre Erfahrung als Online-Marketing-Expertin und Strategin mit – und eine klare Haltung: Kein Budget für Krimskram. Stattdessen Fokus, Ziele und das immer mit Charme und Spaß für unsere Kunden und das gesamte Team.

Was mich auszeichnet!

Mit mir gewinnst Du eine Partnerin mit starkem Willen, Mut, die Komfortzone zu verlassen, Leidenschaft für echte Ergebnisse und keine gefälschten Google Bewertungen.

Du findest Dich wieder und denkst so wie ich?

Schreib mir hier auf LinkedIn **eine Nachricht** und lass uns die Sache anpacken!



Top-Kenntnisse

LinkedIn Marketing • Social-Media-Marketing • Unternehmensstrategie • Suchmaschinenoptimierung



Die Infobox

Wir sind der Partner an Ihrer Seite, der Ihre Anlagenbau-Projekte erfolgreich macht.

WAS WIR MACHEN:

- Anlagenbau
- Tankbau
- Stahlbau
- Komponenten für die Faulung
- Service & Wartung

Ihr Partner zur Unterstützung und Beschleunigung Ihrer Projekte im Bereich Abwasser- und Umwelttechnik.

Damit Anlagen langfristig funktionieren. Versprochen.

Wir unterstützen Sie von der Projektidee über die Entwicklung und dem Engineering, bis zum Bau und der Lieferung Ihrer gesamten Anlage.

MEHR ERFAHREN

Folgen Sie mir auf LinkedIn.

Besuchen Sie unserer Website www.mb-anlagenbau.de

Wenn Sie ein Projekt vorantreiben oder ein Produkt ersetzen möchten, dann nehmen Sie gerne Kontakt zu mir auf.

Schreiben Sie mir eine Nachricht hier auf LinkedIn oder rufen einfach unter +49 162 2407633 durch.

Die Infobox – Hausaufgabe Prompt

Schreibe einen persönlichen LinkedIn-Text über meinen beruflichen Werdegang und meine aktuelle Rolle bei [Unternehmen].

Zeige, mit welcher Haltung und Motivation ich arbeite [hier 3 Punkte sind von Dir einzufügen] , was mich an meiner Branche

begeistert und warum [Unternehmen] für mich besonders ist. Beschreibe außerdem klar, was [Unternehmen] anbietet, wie es

Kund:innen unterstützt und welchen konkreten Mehrwert es schafft. Stelle meine Aufgaben und mein Fachgebiet kurz vor – und

schließe mit einer offenen Einladung zur Kontaktaufnahme. Der Ton soll professionell, menschlich und authentisch sein. Hier

mein LinkedIn Profil mit allen Angaben (Füge hier Dein LinkedIn Profil ein)

Die Infobox – Hausaufgabe - Prompt

Erstelle einen kompakten LinkedIn-Text, der mein Unternehmen professionell und verständlich vorstellt. Nutze dafür die Informationen auf unserer Website: [HIER WEBSITE-LINK EINFÜGEN].

Starte mit einem einleitenden Satz, der den zentralen Nutzen für unsere Kund:innen auf den Punkt bringt (z. B. „Wir sind der Partner an Ihrer Seite ...“).

Füge danach eine kurze Aufzählung unserer wichtigsten Leistungen, Produkte oder Services ein (ca. 4–6 Stichpunkte).

Erkläre in 2–3 Sätzen, wie wir unsere Kund:innen unterstützen – bspw. vom ersten Kontakt bis zur fertigen Lösung – du kannst aber auch kreativer sein.

Ergänze einen Abschnitt „MEHR ERFAHREN“ mit Links zu LinkedIn und unserer Website.

Schließe mit einer Einladung zur Kontaktaufnahme (per Nachricht oder Telefon).

MEHRSPRACHIGES Profil

The screenshot shows a user interface for creating a multilingual profile. On the left, a modal window titled "Profil in einer anderen Sprache erstellen" (Create profile in another language) is open. It contains fields for "Sprache des neuen Profils" (New profile language) set to "Englisch" (English), and "Vorname" (First name) and "Nachname" (Last name) fields. Below these are "Profil-Slogan" (Profile slogan) and a text area containing the slogan "Mach Content, keine Werbung! 🚫 Online Marketing für KMUs 🌐 Gründerin havendo.de". To the right of the modal is a preview of a bilingual LinkedIn-style profile card. The card features a photo of a woman, a slogan "Mach Content. Keine Werbung.", contact info ("Website: www.havendo.de", "Mail: katja.ahrens@havendo.de"), and social links for LinkedIn and havendo. A large black arrow points from the "havendo" logo on the card to the "Öffentliches Profil bearbeiten" (Edit public profile) link in the sidebar. The sidebar also includes a link to "Profil in einer anderen Sprache hinzufügen" (Add profile in another language). On the far right, there's a snippet of a job advertisement for "havendo GmbH" and a "Folgen" (Follow) button.

Mach Content.
Keine Werbung.

Website: www.havendo.de
Mail: katja.ahrens@havendo.de

in

havendo havendo GmbH

Fachhochschule Kiel

Werbung! 🚫 Online Marketing für KMUs 🌐
de
onlinemarketing und #contentmarketing
-Holstein, Deutschland · Kontaktinformationen

Profil in einer anderen Sprache erstellen

Sprache des neuen Profils *

Englisch

Vorname * Nachname *

Katja Ahrens

Profil-Slogan *

Mach Content, keine Werbung! 🚫 Online Marketing für KMUs 🌐 Gründerin havendo.de

Öffentliches Profil bearbeiten

Profil in einer anderen Sprache hinzufügen

Anzeige ...

Erhalten Sie aktuelle Job-Updates und Branchennews

Katja, entdecken Sie Karrieremöglichkeiten bei Jam City

Folgen

Mach Content, keine Werbung! 🚫 Online Marketing für KMUs 🌐 Gründerin havendo.de

havendo GmbH

IM FOKUS

Im Fokus

Beitrag

Ich war eine miserable Schülerin, habe im letzten Schuljahr mit...



77 · 27 Kommentare

Link



TikTok-Expertise aufbauen: 4-tägige Schulung mit TÜV-... havendo

Unsere 4-tägige TikTok Schulung gibt dir das Rüstzeug an die Hand, um TikTok als effektive Social-Media-Plattform zu nutzen. Du erlernst Schritt für Schritt, wie du TikTok-Marketing...

Link



LinkedIn Inhouse Schulung für Unternehmen &... havendo

Warum eine LinkedIn Schulung? Egal ob Unternehmen, Kommune oder Wirtschaftsförderungsagentur – LinkedIn ist die unverzichtbare Plattform für berufliche...

HIER KÖNNEN SIE DIE REIHENFOLGE ÄNDERN ODER NEUE ARTIKEL, NEWSLETTER USW. HINZUFÜGEN

IM FOKUS

← Im Fokus

Beitrag



Es ist an der Zeit gewürdigt werden
Vorbildunternehmen
für Wirtschaft u.
von Dr. Robert H.
meiner Persönlic

Beitrag hinzufügen

Newsletter hinzufügen

Artikel hinzufügen

Link hinzufügen

Mediendateien hinzufügen

72

25 Kommentare

★ Aus Auswahl entfernen

HIER KÖNNEN SIE DIE REIHENFOLGE
ÄNDERN ODER NEUE ARTIKEL,
NEWSLETTER USW. HINZUFÜGEN

BESTÄTIGUNG DER Kenntnisse und Fähigkeiten

Das bitte nicht...

Kenntnisse

Microsoft Office

Microsoft Excel

Microsoft Word

Alle 19 Kenntnisse

BESTÄTIGUNG DER Kenntnisse und Fähigkeiten

So ist es besser.

 Anne Brandt-von Nyßen
Geschäftsführerin bei viataurus GmbH

Ausbildung

-  ADI Akademie der Immobilienwirtschaft
Diplom-Immobilienökonom/in (ADI), Immobilienökonomie
2014

Kenntnisse

Sicherheitstechnik · 7

[Bestätigen](#)

Personalwesen · 4

[Bestätigen](#)

Unternehmertum · 4

[Bestätigen](#)

[Alle 3 ehrenamtlichen Tätigkeiten anzeigen →](#)

Kenntnisse

Social Media Management

-  Senior Marketing Communications Specialist bei B. Braun Gruppe / B. Braun-Stiftung

Journalismus

-  Senior Marketing Communications Specialist bei B. Braun Gruppe / B. Braun-Stiftung

[Alle 49 Kenntnisse anzeigen →](#)

BESCHEINIGUNGEN UND ZERTIFIKATE



Social Selling mit LinkedIn Sales Navigator kennenlernen
LinkedIn
Ausgestellt: Jan. 2022 · Kein Ablaufdatum

[Nachweis anzeigen](#)



LinkedIn Seminar

OMT

Ausgestellt: Juli 2021 · Kein Ablaufdatum



Google Ads für Fortgeschrittene

OMT

Ausgestellt: Mai 2021 · Kein Ablaufdatum



Suchmaschinenoptimierung (SEO)

OMT

Ausgestellt: Sept. 2020 · Kein Ablaufdatum



Qualitätsmanagement-Beauftragte (QMB)

TÜV SÜD

Ausgestellt: Okt. 2018 · Kein Ablaufdatum



Qualitätsmanagement-Fachkraft (QMF)

TÜV SÜD

Ausgestellt: Apr. 2018 · Kein Ablaufdatum



Sales-Software-Zertifizierung

HubSpot Academy

Ausgestellt: Sept. 2021 · Gültig bis: Okt. 2022

Zertifikats-ID: ebcec50966c14fd49e2d50d1dc66d823

KONTOEINSTELLUNGEN & DATENSCHUTZ



Einstellungen

Kontoeinstellungen

Einloggen und Sicherheit

Sichtbarkeit

Datenschutz

Anzeigendaten

LinkedIn Services

Mitteilungen

Profilinformationen

Name, Ort und Branche →

Persönliche demografische Daten →

Verifizierungen →

Darstellung

Dunkelmodus →

Allgemeine Einstellungen

Sprache →

Sprache von Inhalten →

Videos automatisch abspielen →

Ein →

Toneffekte →

Ein →

Profilfotos einblenden →

Alle LinkedIn Mitglieder →

Feed-Einstellungen →

Personen, denen Sie nicht mehr folgen →

Das Unternehmens- profil



havenndo
GmbH

UNTERSCHIED BZW. ABHÄNGIGKEIT EINLADEMÖGLICHKEIT

Persönliches und Firmenprofil

- max. 250 pro Monat - es können nur Kontakte der Admins eingeladen werden
- Privater Account 100 Vernetzungen pro Woche
- Hack: Ohne Admin aber Premium-Profil – 50 Einladungen im Monat über die PC Version
- Hack: Ohne Admin und ohne Premium-Profil – 30 Einladungen im Monat über die PC Version
- Wenn Leute ablehnen oder akzeptieren, geht auch mehr.
Tipp: Seite in privaten Postings verlinken!
- Reichweite der Firmen-Posts meistens geringer als private Posts, liegt daran, dass wir lieber Menschen statt Unternehmen glauben schenken

Kontakte als Follower:innen einladen

150/250 Gutschriften verfügbar ?

	Constance Ast Geschäftsführende Gesellschafterin b... Ei
	Verena Harelirk Digital Project Managerin ... Ei
	Lina Jessen Lina Jessen Ei

Weitere Kontakte einladen

LINKEDIN PREMIUM DER UNTERNEHMENSSEITE – Tipp Premium für einen Monat aktivieren, um Badge zu erhalten

Funktionen von Premium-Unternehmensseiten
Nutzen Sie diese Funktionen, um Ihr Geschäft schneller auszubauen

Individueller Call-to-Action-Button

Mehr Kund:innen auf LinkedIn gewinnen und konvertieren

Zeigen Sie oben auf Ihrer Unternehmensseite, in Beiträgen auf Ihrer Unternehmensseite und in Suchen einen Call-to-Action an, beispielsweise „Website besuchen“.

[Userdefinierten Call-to-Action hinzufügen](#)

Wer hat sich Ihre Unternehmensseite angesehen?

Sieh, wer deine Seite besucht hat

Sieh jede Woche bis zu sieben passende Mitglieder, die deine Seite besucht haben, um neue Geschäftschancen zu erschließen.

[Sehen Sie, wer Ihre Seite besucht hat](#)

Eigenes Testimonial

Machen Sie mit einem individuellen Testimonial auf sich aufmerksam

Bauen Sie eine glaubwürdige Präsenz auf und gewinnen Sie das Vertrauen potenzieller Kund:innen, indem Sie ein Testimonial präsentieren.

[Individuelles Testimonial hinzufügen](#)

Glaubwürdigkeits-Highlights

Heben Sie die Stärken Ihres Unternehmens hervor

Heben Sie aktuelle Auszeichnungen, Zertifizierungen und mehr hervor, um sie auf Ihrer Unternehmensseite und auf LinkedIn zu präsentieren

[Fügen Sie Glaubwürdigkeits-Highlights hinzu](#)

Personen, die mit Inhalten interagieren, automatisch einladen

Gewinnen Sie mit automatischen Einladungen schneller mehr Follower:innen

Sparen Sie Zeit, indem Sie potenzielle Kund:innen oder Kandidat:innen, die auf die Inhalte Ihrer Unternehmensseite reagiert haben, automatisch dazu einladen, Ihrer Unternehmensseite zu folgen.

Automatische Einladung

Laden Follower:innen ähnlicher Seiten ein

Potenzielle Kunden erreichen, die ähnlichen Unternehmensseiten folgen

Laden neue Leads ein, Ihrer Unternehmensseite zu folgen – auch wenn Sie nicht mit ihnen vernetzt sind.

[Laden Sie jetzt Personen](#)  Nachrichten

DAS UNTERNEHMENS PROFIL



Vibrosonic GmbH

Wir verbinden Menschen mit dem Klang der Welt

Herstellung medizinischer Geräte · Mannheim, Baden-Württemberg · 897 Follower:innen · 11-50 Beschäftigte



Patrick folgt dieser Seite

+ Folgen

↗ Nachricht

...

Start **Info** Beiträge Jobs Personen Einblicke

Übersicht

Die Vibrosonic GmbH ist ein Pionier der Medizintechnik, der sich darauf fokussiert, hörgeschädigten Menschen mehr Klangqualität zu bieten: Unsere Kerntechnologie, die Hörkontaktlinse®, ist der weltweit erste Hörgerätelautsprecher, der mittels Mikrosystemtechnik hergestellt und direkt auf dem Trommelfell platziert wird. Dadurch erfolgt die Klangübertragung durch direkte mechanische Stimulation des Gehörs. Ergebnisse zeigen, dass sehr tiefe und besonders hohe Töne abgedeckt werden können. Tiefe Töne sind beim Genuss von Musik entscheidend, weil der Klang dadurch satter wird. Hohe Töne zu hören, ist insbesondere für das Sprachverständigen wichtig. Unser Ziel ist, mit unserer Technologie das weltweit erste unsichtbare Hörgerät mit diesen besonderen Klangeigenschaften zu entwickeln. Die Vibrosonic GmbH wurde 2016 in Mannheim, Deutschland, aus einer Forschungskooperation heraus gegründet.



AMEFA GmbH

Für Menschen von Menschen

Herstellung medizinischer Geräte · Limburg an der Lahn, Hessen · 999 Follower:innen · 51-200 Beschäftigte



Peter & 4 weitere Kontakte folgen dieser Seite

+ Folgen

↗ Nachricht

...

Start **Info** Beiträge Jobs Personen Einblicke

Übersicht

Die AMEFA GmbH ist als Großhändler seit 1968 ein verlässlicher Partner des medizintechnischen Fachhandels. Als Logistik- und Marketingpartner bieten wir individuelle Lösungen. Den Standort Limburg haben wir seit vielen Jahren ausgebaut und an den Anforderungen unserer Kunden angepasst.

Unserer Leitlinie "für Menschen von Menschen" erinnert uns täglich daran Verantwortung zu tragen. Verantwortung gegenüber unseren Kunden, Lieferanten, Mitarbeitern und nicht zuletzt gegenüber der Gesellschaft.

DIE INFO

Übersicht

Die AMEFA GmbH ist als Großhändler seit 1968 ein verlässlicher Partner des medizintechnischen Fachhandels. Als Logistik- und Marketingpartner bieten wir individuelle Lösungen. Den Standort Limburg haben wir seit vielen Jahren ausgebaut und an den Anforderungen unserer Kunden angepasst.

Unserer Leitlinie "für Menschen von Menschen" erinnert uns täglich daran Verantwortung zu tragen. Verantwortung gegenüber unseren Kunden, Lieferanten, Mitarbeitern und nicht zuletzt gegenüber der Gesellschaft.

Wir sorgen dafür, dass...

- ...unsere Kunden zeitnah und effizient den Markt bedienen.
- ...unsere Lieferanten ihre Produkte vermarkten und platzieren können.
- ...unsere Mitarbeiter sich in einem stabilen und freundlichen Umfeld einbringen können.
- ...unsere Mitmenschen mit einem Handicap einen Platz in der Gesellschaft finden.

AMEFA - Partner der Lebenshilfe Limburg Diez e.V.
www.lebenshilfe-limburg-diez.de

"Für Menschen von Menschen" ist für uns eben nicht nur ein Slogan.

Weitere Information und unseren Unternehmensfilm finden Sie unter: www.amefa-med.com

Website

<https://www.amefa-med.com/impressum-datenschutz/>

Telefon

+49 (0) 6431-7302 200

Branche

Herstellung medizinischer Geräte

Größe

51 bis 200 Beschäftigte

37 assoziierte Mitglieder 

Hauptsitz

Limburg an der Lahn, Hessen

Gegründet

1968

Übersicht

Für das Unternehmen medi leisten am Standort Bayreuth rund 1.800 Mitarbeiter:innen einen maßgeblichen Beitrag, dass Menschen sich besser fühlen – von Bayreuth in die Welt.

Das Ziel: Anwender:innen und Patient:innen maximale Therapieerfolge im medizinischen Bereich (medi Medical) und ein einzigartiges Körpergefühl im Sport- und Fashion-Segment (CEP und ITEM m6) zu ermöglichen.

Angespornt durch die Freude an der Herausforderung wollen wir mit unseren Produkten und Konzepten Maßstäbe setzen – wissenschaftlich fundiert und auf Hightech-Niveau. Dafür denken wir über Grenzen hinaus, gehen neue Wege und bauen auf langjährige Erfahrung sowie bewährtes Know-how.

Wir leben die starke Kultur eines Familienunternehmens mit Sitz in Deutschland und globalem Mindset – bei 24 internationalen Niederlassungen und einem Export in über 90 Länder.

Die Basis? Unser einzigartiger medi Spirit in der vertrauensvollen Zusammenarbeit von Mitarbeiter:innen, Kunden und Partnern.

Website

<https://www.medi.de/unternehmen/karriere/>

Telefon

+49 921 912-0

Verifizierte Seite 

14. August 2024

Branche

Herstellung medizinischer Geräte

Größe

1.001 bis 5.000 Beschäftigte

594 assoziierte Mitglieder 

Hauptsitz

Bayreuth, Bayern

Gegründet

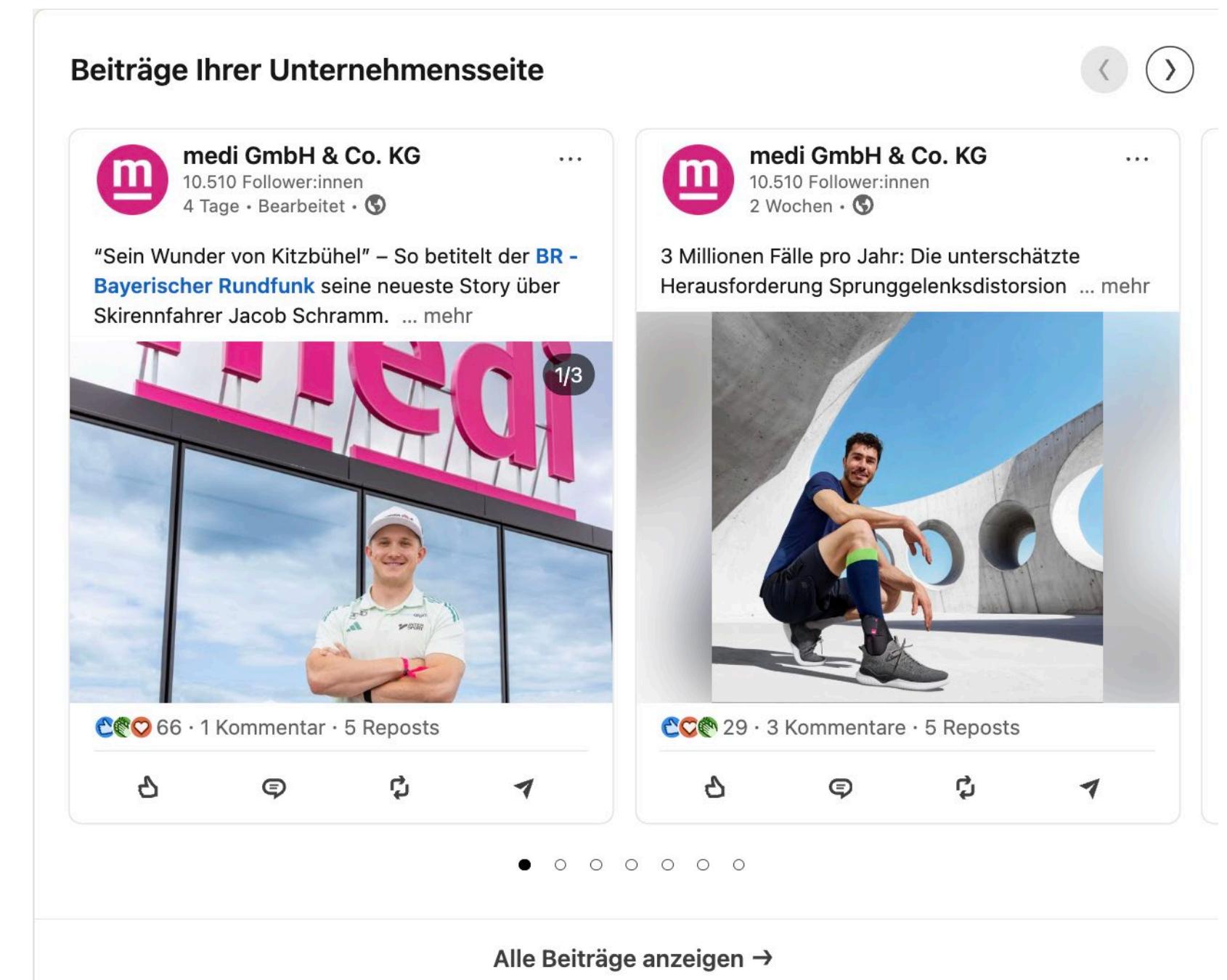
1951

Spezialgebiete

Kompression, Bandagen, Orthesen, Wound Care, Phlebologie, Lymphologie, Orthopädie, Fashion, Sports, Footcare, Shapewear, Orthopädische Einlagen, Digitale Gesundheitsanwendungen, Medizinische Hilfsmittel und Medizinische Kompressionsstrümpfe

WIE REAGIERE ICH / interagiere ich mit meinem Unternehmen?

- Beiträge liken und
- Kommentieren -
- Beiträge im eigenen Feed teilen -
- Jemanden diesen Beitrag senden



Welche Content-Inhalte wirken für Unternehmen glaubwürdig?

VORTEILE VON LINKEDIN FÜR UNTERNEHMEN

GEWINNUNG NEUER KUNDEN UND GESCHÄFTSPARTNER

- Kunden über:
- neue Produkte,
- Dienstleistungen und
- Angebote informieren,
- Branchennews teilen
- Dokumentiert Euren Alltag,
- Was macht Ihr bzw. Messen
- Wer hat welche Fortbildung gemacht
- Kundenprojekte
- Welche Erfolge wurden erreicht
- Mitarbeiter als Multiplikatoren nutzen (Personal Branding)

Beiträge Ihrer Unternehmensseite

Thomas Hilfen für Körperbe... 534 Follower:innen 19 Std. • Bearbeitet • ...

rehaKIND 2026 – wir sind dabei

Vom 4. bis 6. Februar trifft sich in ... mehr

5 · 1 Kommentar · 1 Repost

Johnson & Johnson MEDTECH

Johnson & Johnson MedTech Deutschland
7.434 Follower:innen
1 Monat •

+ Folgen

„Jede Frau begegnet verschiedenen Herausforderungen in der Arbeitswelt. Ein Thema wiederholt sich jedoch immer wieder: Die Gesellschaft muss Frauen selbstverständlicher als Führungskräfte wahrnehmen. Dies kan ... mehr anzeigen

"Ich finde es wichtig, meine Stimme zu nutzen, um darauf aufmerksam zu machen, wie viel für Frauen in der Arbeitswelt noch getan werden muss. Dafür ist unter anderem, aber nicht ausschließlich, der Women's Day hervorragend geeignet."



Maura Mulroy
Business Unit Managerin
Ethicon

2 Kommentare · 5 direkt geteilte Beiträge

PROFIL-OPTIMIERUNG FÜR UNTERNEHMEN

Start Info Beiträge Jobs Unternehmenskultur Personen Einblicke

Entdecken Sie MADSACK Mediengruppe

Über uns

Unsere Geschäftsbereiche



Unternehmensspotlights

MADSACK
MEDIENGRUPPE

Unser Herz schlägt für Journalismus

Unsere 19 regionalen Zeitungsmarken sind in ihren Regionen fest verwurzelt. Das RedaktionsNetzwerk Deutschland (RND) zählt zu den größten und meistzitierten Mediennetzwerken Deutschlands. Wir bauen unsere journalistischen Angebote stetig aus und entwickeln erfolgreiche neue Formate. Unsere Medien sorgen für publizistische Vielfalt – damit unabhängiger Journalismus eine sichere Zukunft hat.

[Weitere Infos auf madsack.de](#)



Wir bleiben erfolgreich, weil wir uns verändern

Die Basis der MADSACK Mediengruppe ist und bleibt unabhängiger Journalismus. Deshalb ist die größte Herausforderung der kommenden Jahre, in der Transformation unseres Kerngeschäfts erfolgreich zu sein. MADSACK hat sich zum Ziel gesetzt, nach Print auch im Digitalen zu einem führenden Verbund von regionalen Mediemarken zu werden.



Nähere Einblicke in unsere Arbeitswelt

In unserem MADSACK-Blog bieten wir einen Einblick in die verschiedenen Berufsbilder und Karrieremöglichkeiten in unserer Mediengruppe. Außerdem teilen unsere Kolleginnen und Kollegen ihr Know-how und stellen Best Practice-Beispiele aus der Mediengruppe vor.

[Hier gehts zum MADSACK-Blog](#)

Möchten Sie in Zukunft bei uns arbeiten?

Teilen Sie Ihr Profil vertraulich mit unseren Recruiter:innen. Bis zu einem Jahr wird dann vermerkt, dass Sie Interesse haben. [Mehr erfahren](#)

Interessiert

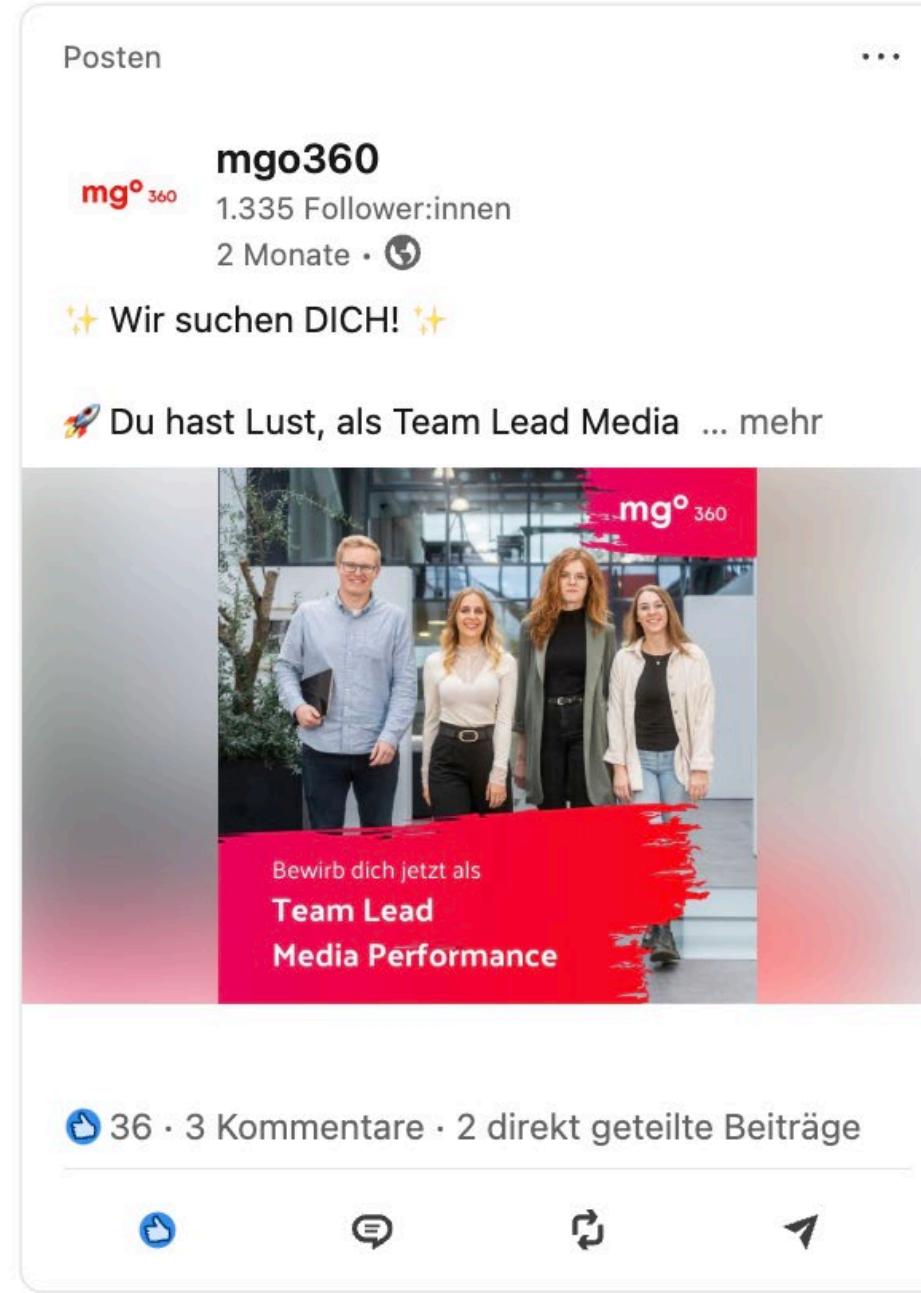


havendo
GmbH

VORTEILE VON LINKEDIN FÜR UNTERNEHMEN

FACHKRÄFTE UND MITARBEITER REKRUTIEREN

Im Fokus



Posten

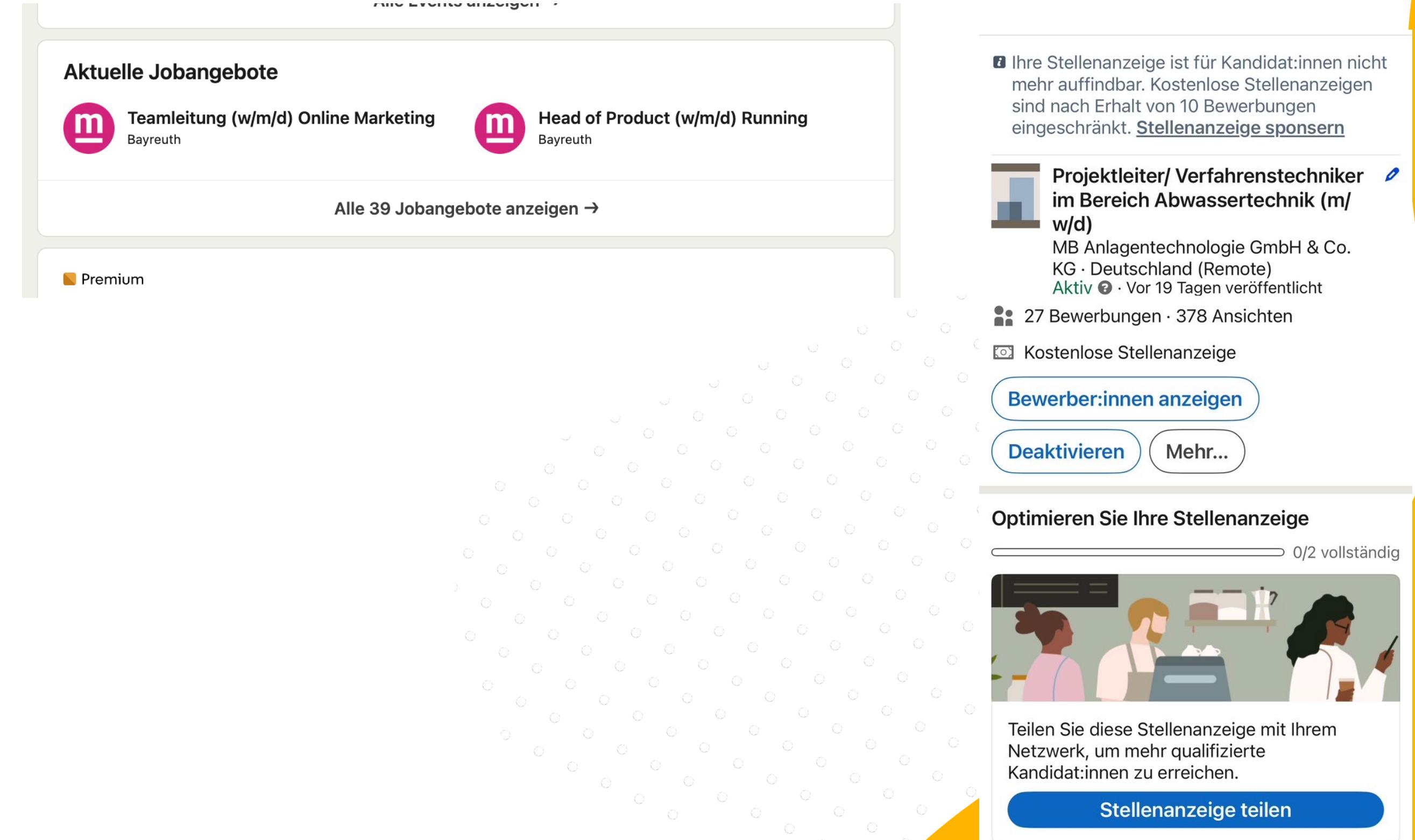
mgo^o 360
1.335 Follower:innen
2 Monate ·

Wir suchen DICH!

Du hast Lust, als Team Lead Media ... mehr

Bewerb dich jetzt als
**Team Lead
Media Performance**

36 · 3 Kommentare · 2 direkt geteilte Beiträge



Aktuelle Jobangebote

m Teamleitung (w/m/d) Online Marketing Bayreuth

m Head of Product (w/m/d) Running Bayreuth

Alle 39 Jobangebote anzeigen →

Premium

Ihre Stellenanzeige ist für Kandidat:innen nicht mehr auffindbar. Kostenlose Stellenanzeigen sind nach Erhalt von 10 Bewerbungen eingeschränkt. [Stellenanzeige sponsern](#)

Projektleiter/ Verfahrenstechniker im Bereich Abwassertechnik (m/w/d)
MB Anlagentechnologie GmbH & Co. KG · Deutschland (Remote)
Aktiv · Vor 19 Tagen veröffentlicht

27 Bewerbungen · 378 Ansichten

Kostenlose Stellenanzeige

Bewerber:innen anzeigen **Deaktivieren** **Mehr...**

Optimieren Sie Ihre Stellenanzeige

0/2 vollständig

Teilen Sie diese Stellenanzeige mit Ihrem Netzwerk, um mehr qualifizierte Kandidat:innen zu erreichen.

Stellenanzeige teilen

PROFIL-OPTIMIERUNG FÜR UNTERNEHMEN

HACK

The screenshot shows a modal window titled "Bearbeiten" (Edit) over a company profile page. The left sidebar lists various profile sections: Kopfzeile, Seiteninfo, Buttons, Startseite, Im Fokus (which is selected and highlighted in blue), Info, Übersicht, Interessierte Kandidat:innen, Arbeitsmodell, Commitment, Standorte, Leads, Lead Gen Form, and Sprachen verwalten. The main content area is titled "im Fokus hinzufügen" (Add to focus) and contains the text: "Zeigen Sie Ihre wichtigsten Beiträge, Newsletter und Artikel, indem Sie sie direkt auf Ihrer Startseite präsentieren." Below this is a blue button labeled "im Fokus verwalten →". At the bottom of the modal, there is a note: "Als Tochtergesellschaft der Hamburger Sparkasse und multimediales Kundenservice-Center gewährleistet die Haspa Direkt a... mehr anzeigen". The background of the modal shows a blurred LinkedIn interface.

PROFIL-OPTIMIERUNG FÜR UNTERNEHMEN

HACK

[Alle Details anzeigen →](#)



Wenn Marketing wehtut, wird's Zeit für Hilfe!

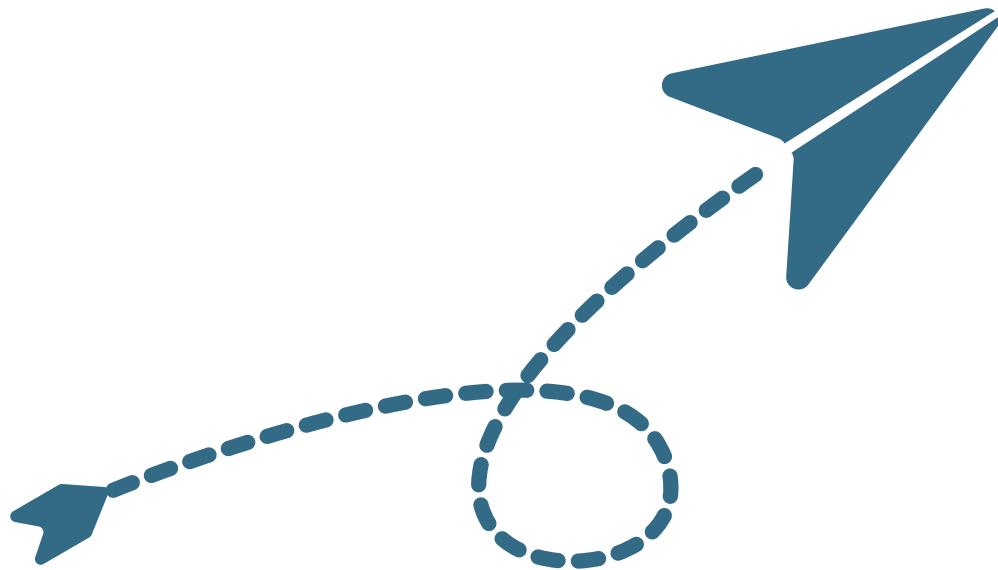
Schreib uns, bevor Dein Mitbewerber es tut!

[Loslegen](#)

Im Fokus



DER LINKEDIN NEWSLETTER



Newsletter



Exklusive Marketing Inhalte

Erscheint: Monatlich · Abonniert von 423 Personen

Werde zum Online Marketing Insider für Dein KMU

Abonniert

havendo
GmbH

LINKEDIN SEITE VERIFIZIEREN

— FÜR U-SITES —

havendo GmbH |
Social Media
Agentur (TikTok
Agentur &
LinkedIn) | SEO |
Google Ad |
Webdesign

1.045 Follower:innen

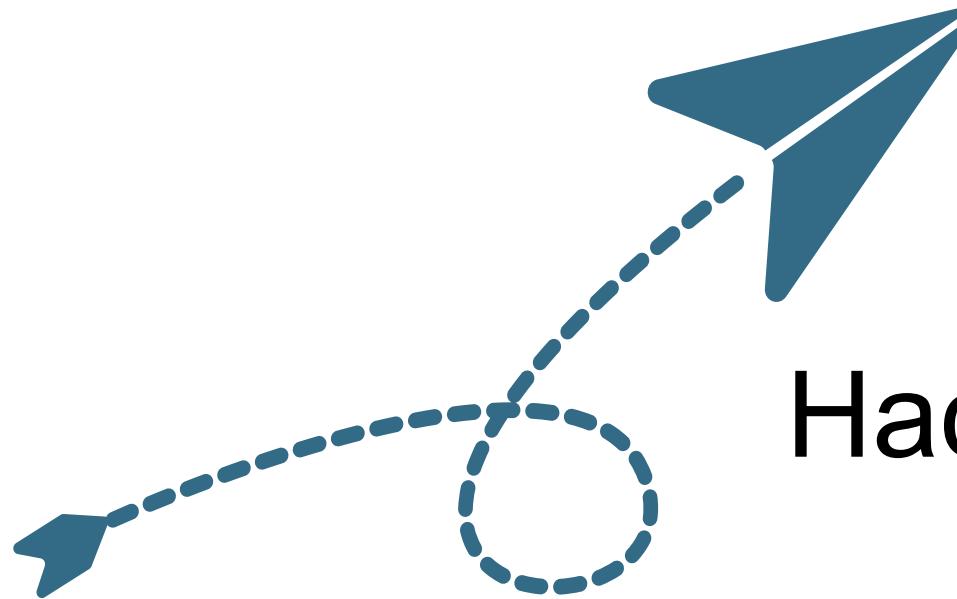
Bestätigung Ihrer Unternehmensseite

Wir sind bemüht, Bestätigungen von Unternehmensseiten in den kommenden Wochen auf weitere Seiten auszuweiten.



Vielen Dank für Ihr Interesse an einer Bestätigung Ihrer Unternehmensseite

Wir benachrichtigen Sie, wenn diese Funktion
für Ihr Unternehmen verfügbar ist.



Hack: U-Seite kann Mitarbeiter verifizieren

havendo
GmbH



LinkedIn Ads

Kurzeinführung

LINKEDIN ADS KURZEINFÜHRUNG

- B2B-Produkte, B2B-Dienstleistungen, Recruiting, Bildung und Lernen, B2C (hochpreisig)
- hoher Kundenwert (CLV = Customer Lifetime Value), am besten > 5.000 €
- aktive Zielgruppe auf der Plattform
- ausreichendes Werbebudget -> Empfehlung: 3.000 € bis 5.000 € für den Start

LINKEDIN ADS KURZEINFÜHRUNG

LinkedIn

- Targeting: Zielgruppen & Interessen
- auf Produkt/Service wird proaktiv aufmerksam gemacht
- Zielgruppe kann genau ausgewählt werden / nur relevante Nutzende
- größere Reichweite möglich

VS

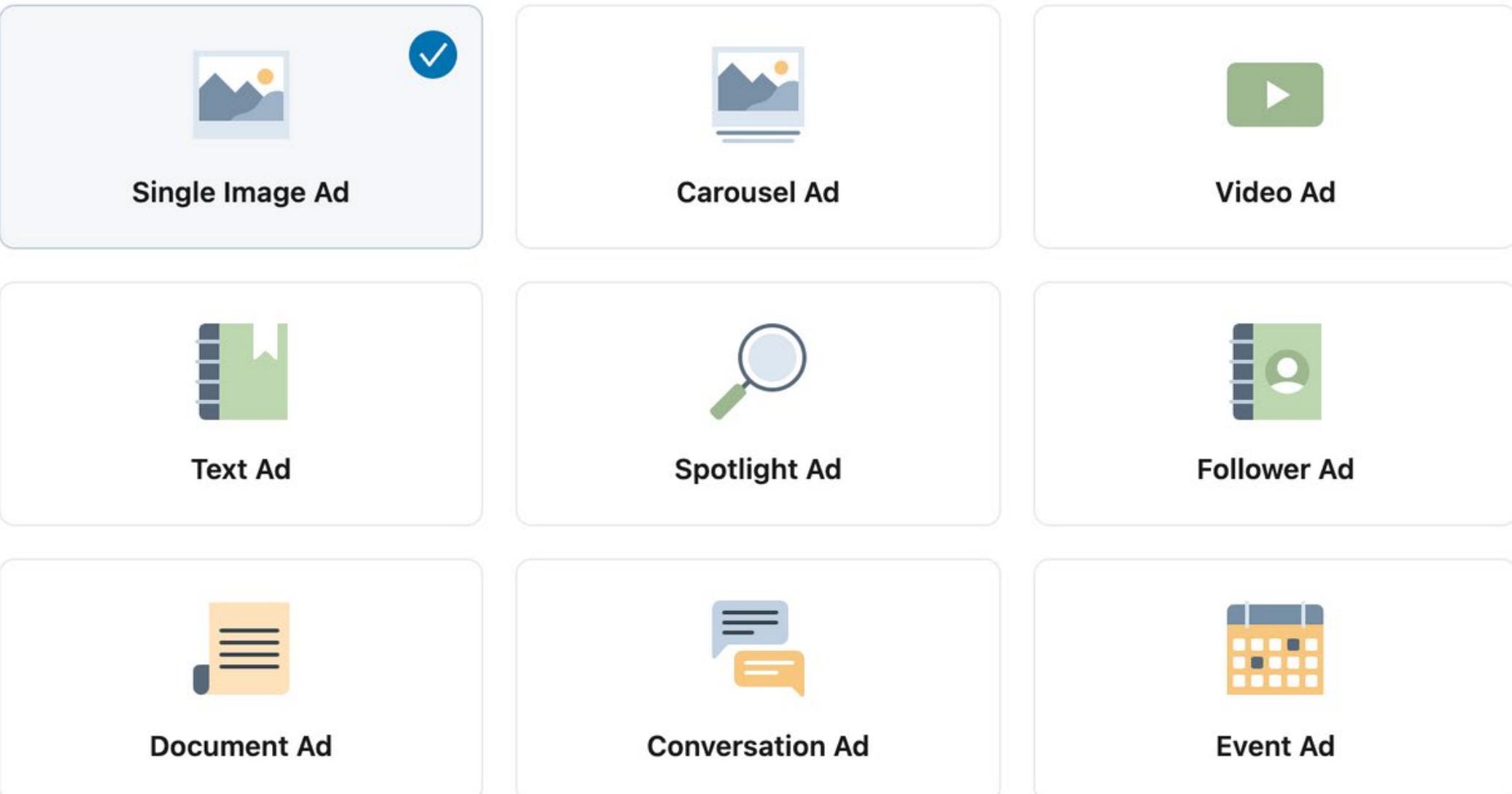
Google Ads

- Targeting: Keywords
- nach Produkt/Dienstleistung wird bereits gesucht
- Zielgruppe kann nicht genau ausgewählt werden
- oft geringes Suchvolumen

LINKEDIN ADS- Formate

Anzeigenformat

Wählen Sie ein Anzeigenformat aus, das für Ihr Kampagnenziel am besten geeignet ist.



LINKEDIN ADS

Wer ist Ihre Zielgruppe?

Erstellen Sie Ihre Zielgruppe – Suchen Sie nach Attributen von Personen, die Sie erreichen wollen.

[Schließen](#)

 Suchen [Mehr über Targeting-Kriterien erfahren](#)

<p>Zielgruppen  Nutzen Sie Ihre Daten für das Retargeting von Personen, die Ihre Website besucht haben, oder um bekannte Kontakte und Accounts zu erreichen.</p>	<p>Unternehmen Demografische Daten Ausbildung Berufserfahrung Interessen und Merkmale</p>
<p>Zielgruppenattribute  Fügen Sie Zielgruppenkriterien wie Jobbezeichnung, Branche oder Kenntnisse hinzu.</p>	

[Ausschließen](#) von Personen anhand von Zielgruppenattributen und Matched Audiences



Mittagspause

LinkedIn Marketing



1. Aufbau eines
Expertenprofils

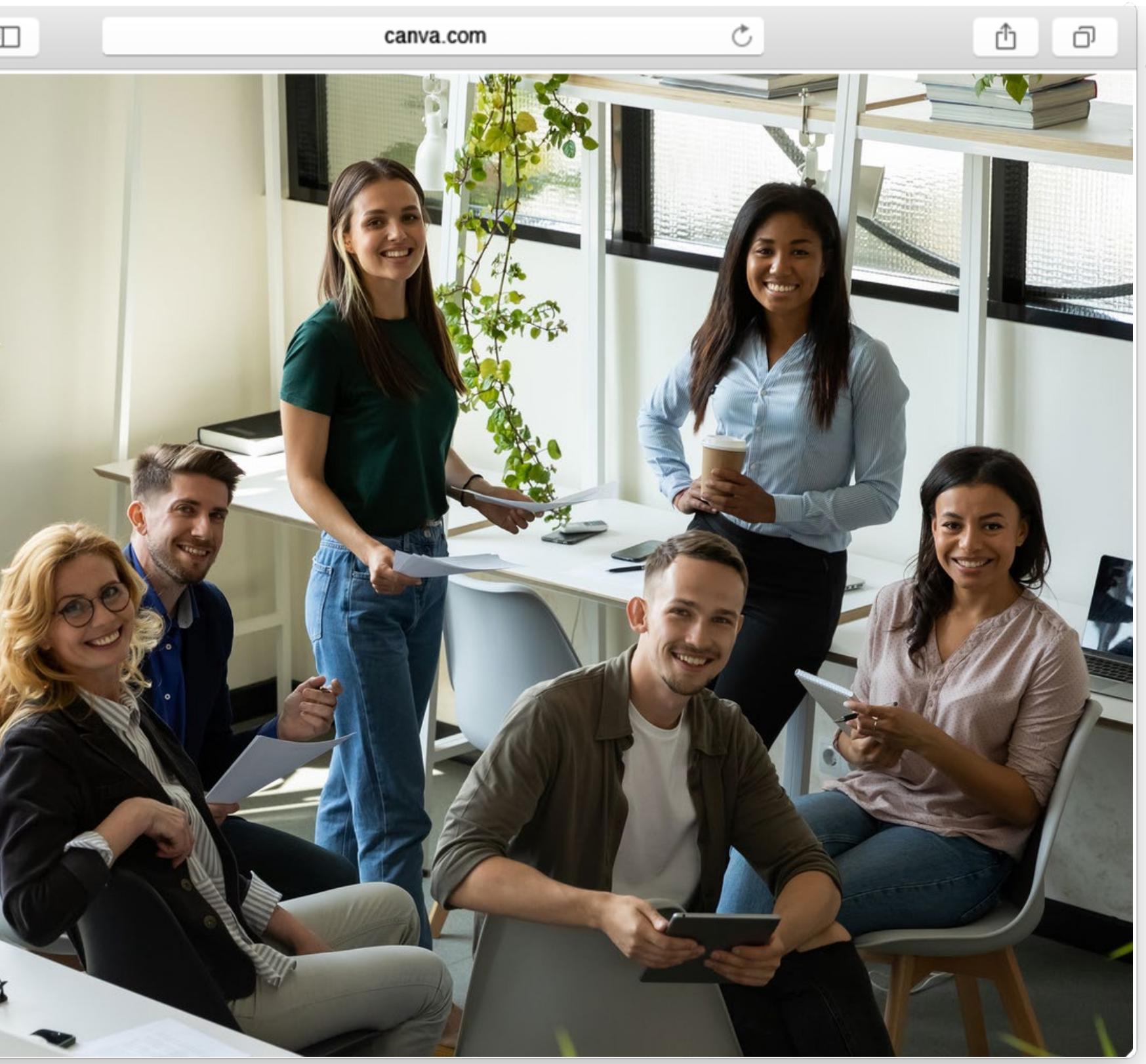
2. Vernetzung mit
der Zielgruppe

3. Content
Produktion

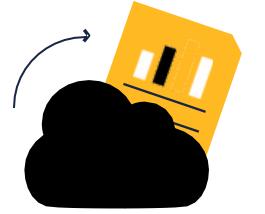
4. Interaktion mit der
relevanten Zielgruppe



NETZWERK erweitern



WO FINDEST DU relevante Kontakte



Gruppen nutzen zum aktiven vernetzen



Events nutzen zum vernetzen



Suche über LinkedIn nach Position



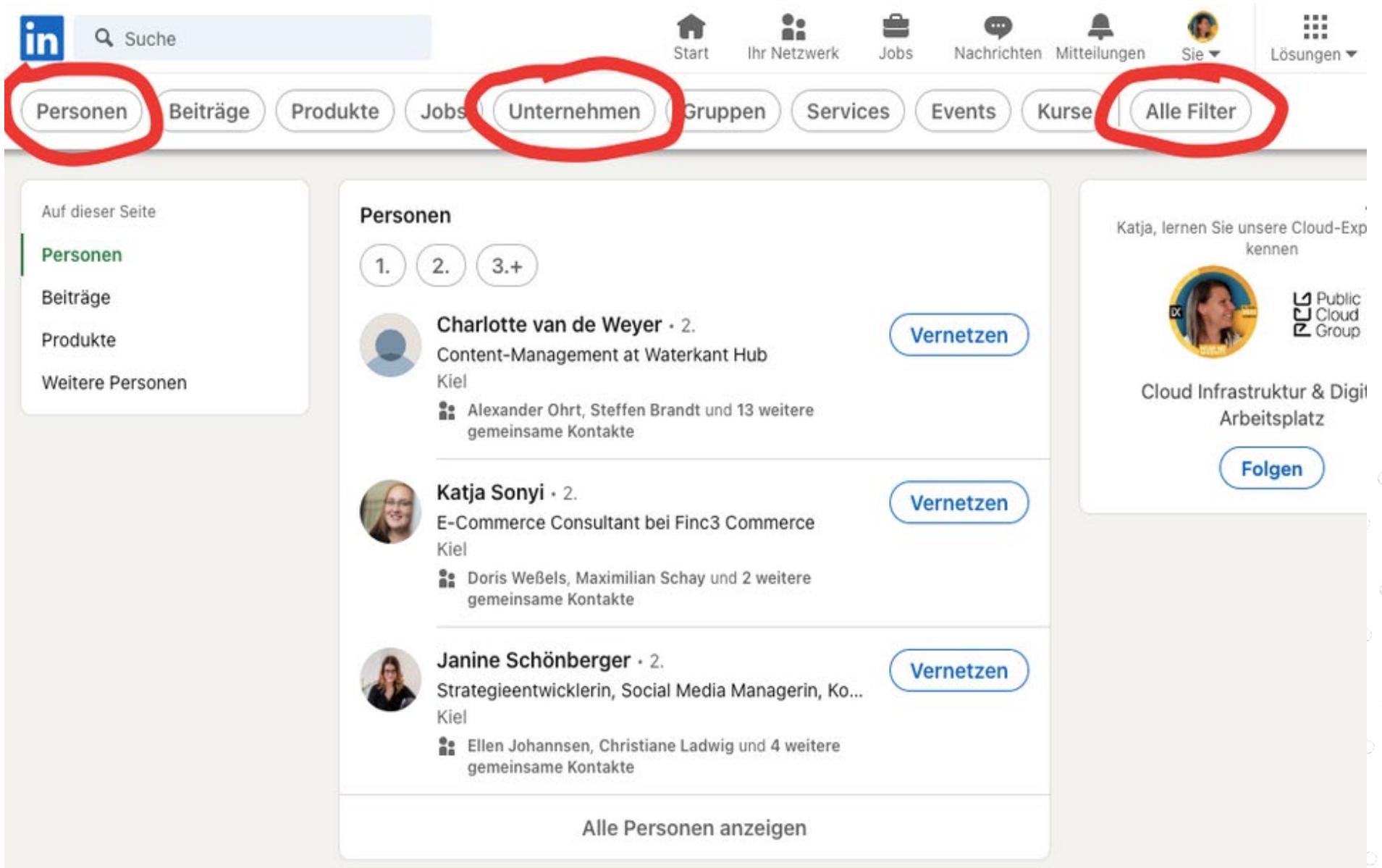
Suche über LinkedIn nach Unternehmen



Training jetzt

SUCHOPERATOREN NUTZEN

Primär



The screenshot shows the LinkedIn search bar with three primary operators highlighted by red circles:

- Personen
- Unternehmen
- Alle Filter

Below the search bar, the results for "Personen" are displayed, showing profiles for Charlotte van de Weyer, Katja Sonyi, and Janine Schönberger. Each profile includes a "Vernetzen" (Connect) button.

On the left sidebar, there is a navigation menu with the following items:

- Auf dieser Seite
- Personen (highlighted in green)
- Beiträge
- Produkte
- Weitere Personen



SUCHOPERATOREN NUTZEN

Sekundär

The screenshot shows the LinkedIn search interface. At the top, there's a navigation bar with icons for Home, Network, Jobs, Messages, Notifications, and Profile. Below it, a search bar contains the word "Suche". The main search results page displays approximately 907 million results for the query "Kiel". Each result card includes a profile picture, the user's name, their connection count (e.g., "2."), their job title, company, location, and a note about shared connections. A modal window titled "Nur Personen - filtern nach" is open, allowing users to refine the search by contact type (e.g., 1., 2., 3.+), contact source, follower source, or location. The "Standorte" section has "Deutschland" checked, and "Schleswig-Holstein, Deutschland" is also selected. At the bottom of the modal, there are "Zurücksetzen" and "Ergebnisse anzeigen" buttons.



SUCHOPERATOREN NUTZEN

Sekundär

Nur Personen ▾ filtern nach

Aktuelles Unternehmen

Christian-Albrechts-Universität zu Kiel

Google

YouTube

LinkedIn

thyssenkrupp Marine Systems

+ Unternehmen hinzufügen

X

Früheres Unternehmen

Microsoft

Google

McKinsey & Company

Siemens

IBM

+ Unternehmen hinzufügen

Hoch-/Berufsschule

Christian-Albrechts-Universität zu Kiel

Harvard Business School

Universität Hamburg

Fachhochschule Kiel

Ludwig-Maximilians-Universität München

+ Hoch-/Berufsschule hinzufügen

SUCHOPERATOREN NUTZEN

Sekundär

Branche

Serviceleistungen

Werbedienstleistungen

Technologie, Information und
Medien

Technologie, Information und
Internet

Fertigung

+ Branche hinzufügen

Profilsprache

Englisch

Deutsch

Französisch

Spanisch

Portugiesisch

Offen für

Pro-Bono-Consulting und eh-
renamtliche Tätigkeiten

Im Vorstand einer gemeinnützi-
gen Organisation

Servicekategorien

Consulting

Marketing

Coaching & Mentoring

Schreiben

Operations

+ Serviceleistung hinzufügen

Stichwörter

Vorname

Nachname

Position

Geschäftsführer

Unternehmen

Hoch-/Berufsschule

Zurücksetzen

Ergebnisse anzeigen

havendo
GmbH

SUCHOPERATOREN NUTZEN

Sekundär

The screenshot shows a LinkedIn search interface with the following details:

- Search Bar:** Suche
- Navigation:** Start, Ihr Netzwerk, Jobs, Nachrichten, Mitteilungen
- Filter:** Personen (selected), 1., 2., 3+, Schleswig-Holstein, Germany (1), Keywords (1), Alle Filter
- Results Count:** Etwa 8.600 Ergebnisse
- Results List:** A list of 7 search results, each with a profile picture, name, connection count, title, location, and a "Vernetzen" (Connect) button.

Profile Picture	Name	Connection Count	Title	Location	Action
	Martin Kunze	2	Gründer, Unternehmer, Geschäftsführer	Kiel	Vernetzen
	Ute Wittenborg	2	Geschäftsführerin	Kiel	Vernetzen
	Götz Gundelach	2	Geschäftsführer	Kiel	Vernetzen
	Jan-Nikolas Sontag	2	Geschäftsführer bei Verband Greater Kiel Area		Vernetzen
	Frank Braemer	2	Geschäftsführer bei Werbeagentur Braemer GmbH Schleswig		Vernetzen
	Jan Matthiesen	2	Geschäftsführer bei Net Inventors GmbH Schenefeld		Folgen



LinkedIn Routine

Der größte Fehler ist zu schneller Optimismus

Erst mit ca. 10 Minuten alle 2/3 Tage anfangen
Dann steigern auf 10 Minuten am Tag
Und dann auf 30 Minuten steigern.



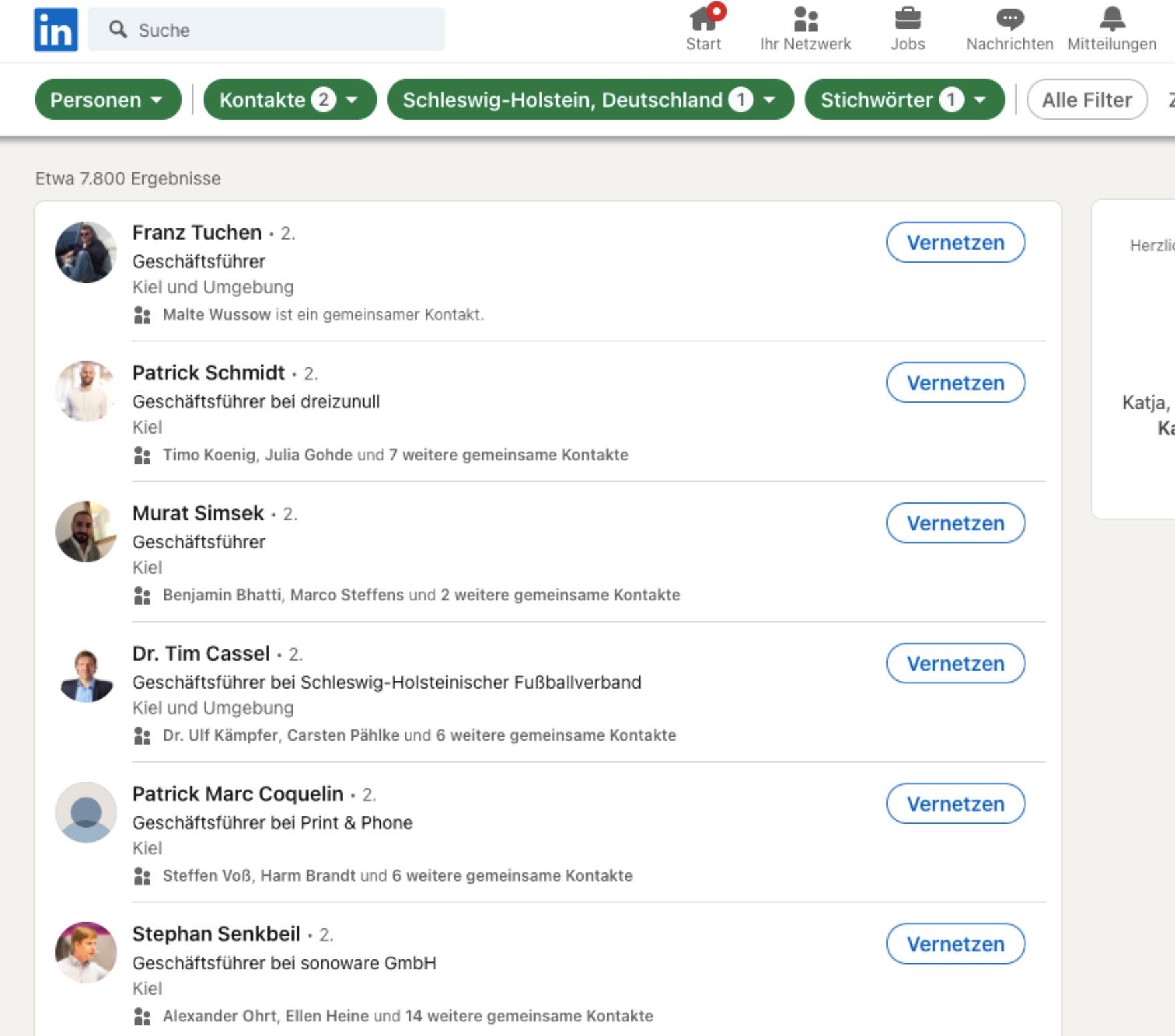
WORAUF MUSS BEI EINER VERNETZUNG GEACHTET WERDEN?

- Ist diese Person überhaupt auf LinkedIn aktiv?
- Begrüßungsnachricht ja/nein/vielleicht
- Strategie, um die Vernetzungsanfrage zu beschleunigen



KONTAKTANFRAGEN

Vernetzen mit oder ohne Nachricht



The screenshot shows a LinkedIn search interface. At the top, there's a navigation bar with the LinkedIn logo, a search bar, and links for 'Start', 'Ihr Netzwerk', 'Jobs', 'Nachrichten', and 'Mitteilungen'. Below the navigation, a filter bar shows 'Personen' selected, 'Kontakte 2', 'Schleswig-Holstein, Deutschland 1', 'Stichwörter 1', and 'Alle Filter'. A message 'Herzlich' and 'Katja, Kä' is visible on the right side of the screen. The main area displays search results for 'Etwa 7.800 Ergebnisse'. Each result includes a profile picture, name, title, location, and a 'Vernetzen' button. The results are as follows:

- Franz Tuchen • 2. Geschäftsführer Kiel und Umgebung Malte Wussow ist ein gemeinsamer Kontakt. **Vernetzen**
- Patrick Schmidt • 2. Geschäftsführer bei dreizunull Kiel Timo Koenig, Julia Gohde und 7 weitere gemeinsame Kontakte **Vernetzen**
- Murat Simsek • 2. Geschäftsführer Kiel Benjamin Bhatti, Marco Steffens und 2 weitere gemeinsame Kontakte **Vernetzen**
- Dr. Tim Cassel • 2. Geschäftsführer bei Schleswig-Holsteinischer Fußballverband Kiel und Umgebung Dr. Ulf Kämpfer, Carsten Pählike und 6 weitere gemeinsame Kontakte **Vernetzen**
- Patrick Marc Coquelin • 2. Geschäftsführer bei Print & Phone Kiel Steffen Voß, Harm Brandt und 6 weitere gemeinsame Kontakte **Vernetzen**
- Stephan Senkbell • 2. Geschäftsführer bei sonoware GmbH Kiel Alexander Ohrt, Ellen Heine und 14 weitere gemeinsame Kontakte **Vernetzen**



WORAUF MUSS BEI EINER VERNETZUNG GEACHTET WERDEN?

The image shows a composite view of LinkedIn. On the left is a profile card for 'Anja Neumüller' with a photo, title 'Projektleiterin Marketing & Kommunikation bei EGNO | Entwicklungsgesellschaft Norderstedt mbH', and follower count '472'. A blue button at the bottom says 'Nachricht'. On the right is a feed titled 'Alle Aktivitäten' showing a post by 'EGNO | Entwicklungsgesellschaft Norderste...' liked by 'Anja Neumüller'. The post includes a photo of a group of people at an event.

Ist diese Person überhaupt
auf LinkedIn aktiv?

KONTAKTANFRAGEN

Vernetzen mit oder ohne Nachricht

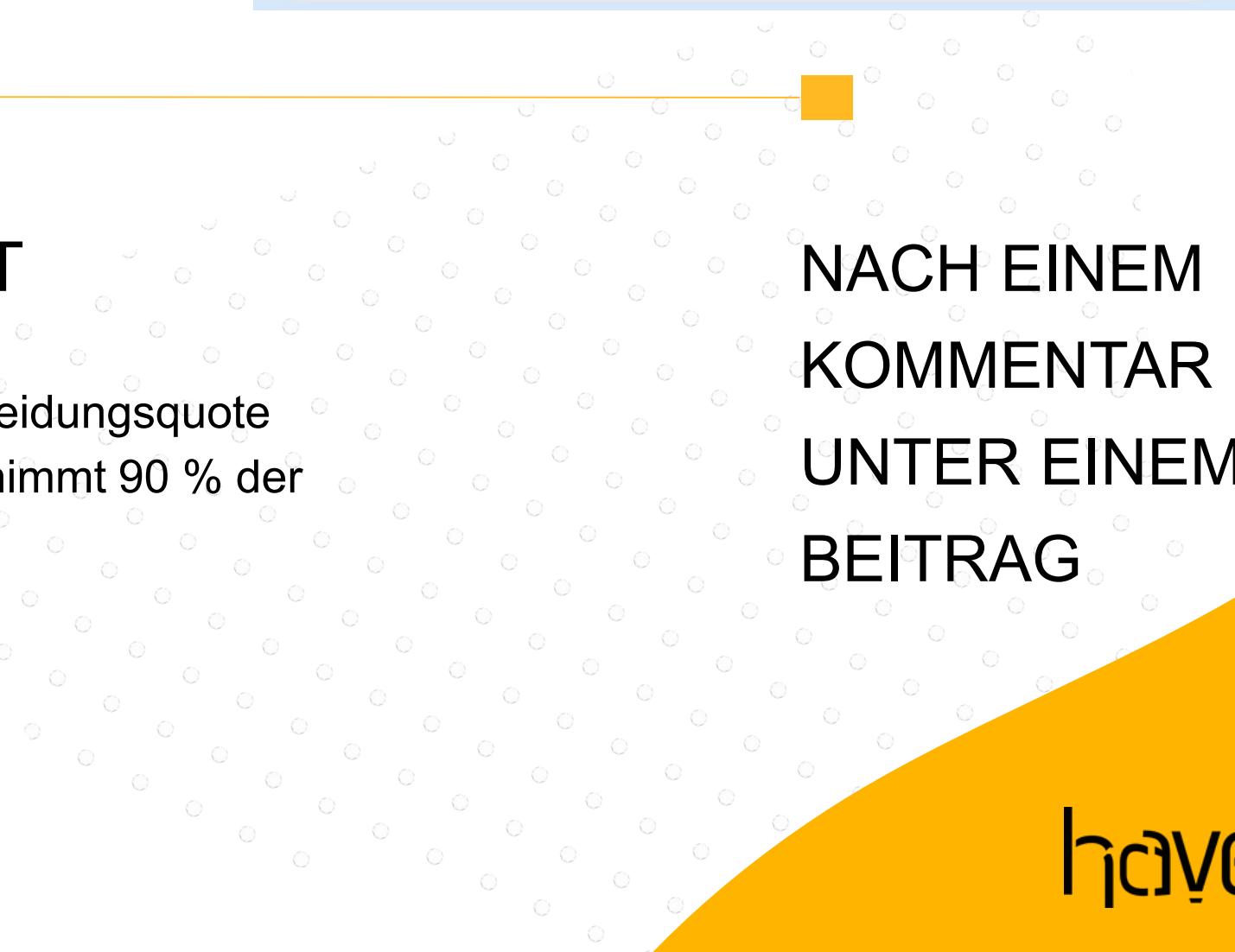


MIT TEXT

- Höflich
- Bekannte oder Arbeitskollegen
- Private Einladung mit Text im Basis-Tarif nur noch 5 Stück?

OHNE TEXT

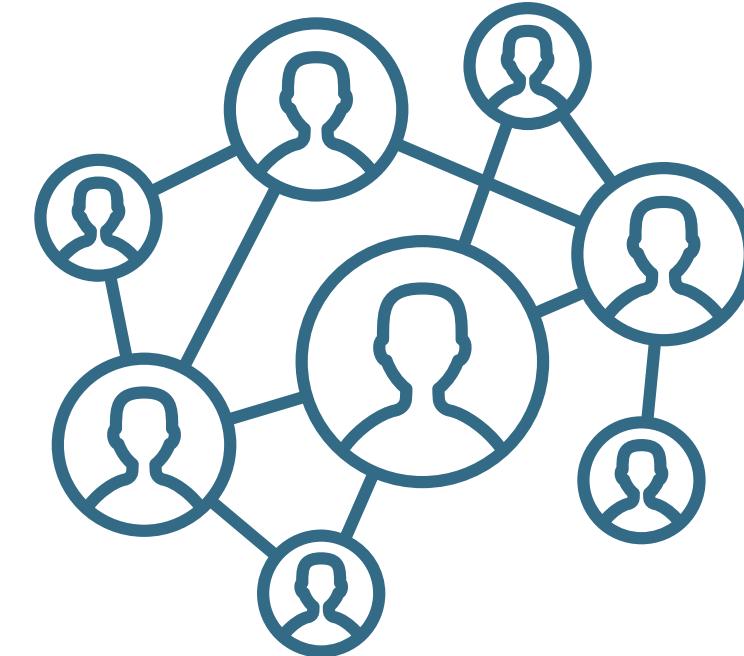
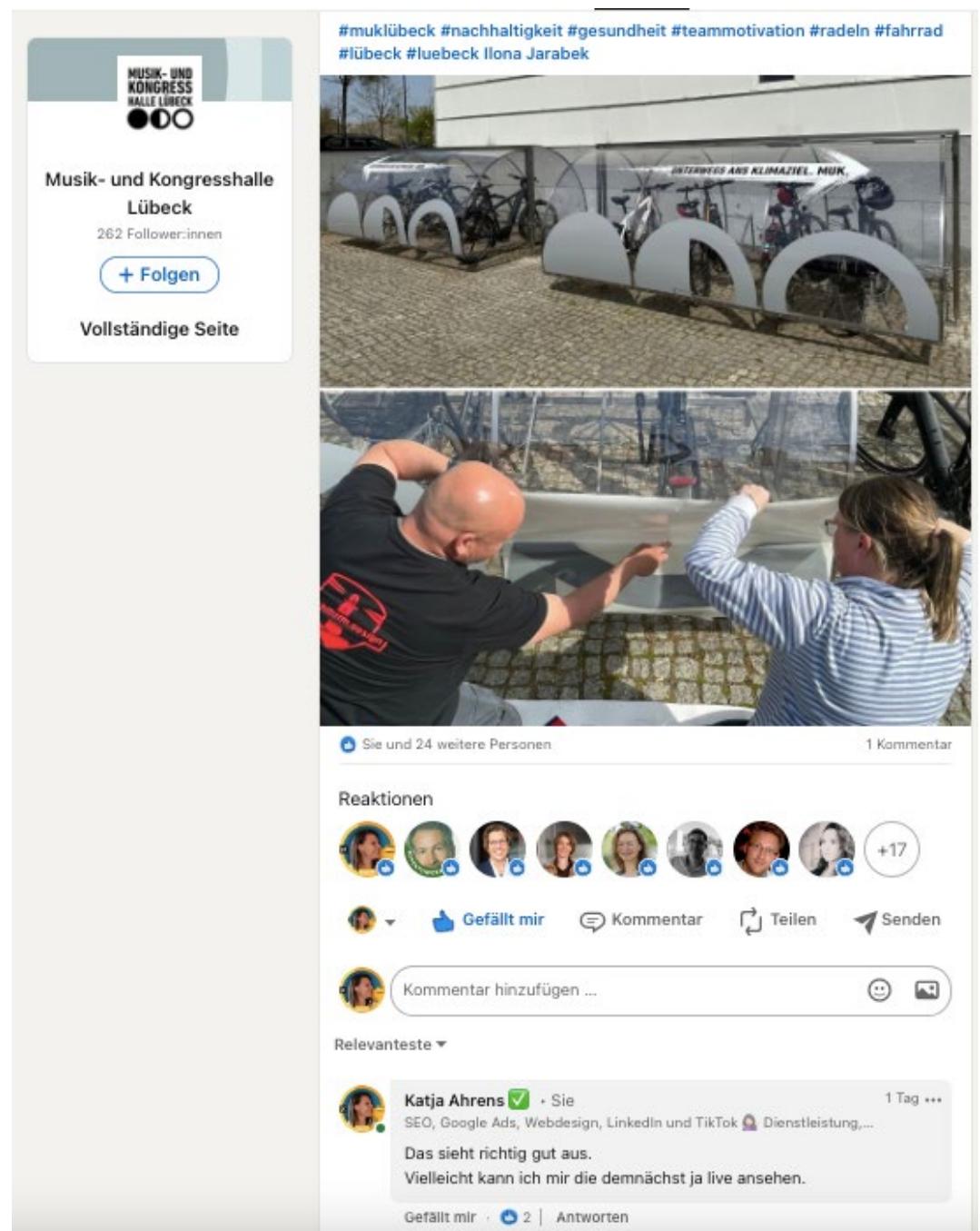
- Geringe Entscheidungsquote
- Das Profil übernimmt 90 % der Entscheidung



NACH EINEM KOMMENTAR UNTER EINEM BEITRAG

KONTAKTANFRAGEN

Vernetzen mit oder ohne Nachricht



Strategie, um die
Vernetzungsanfrage zu
beschleunigen

WAS IST WICHTIGER

Kommentare oder eigene Postings?

Wo Sie gezeigt wurden

Kommentare · 49,6 %



Beitrag · 41,4 %



Netzwerk-Empfehlungen · 6,7 %



Suche · 2,3 %



Tracker für das wöchentliche Teilen

Mit Beiträgen und Kommentaren erhöhen Sie Ihre Sichtbarkeit. Wir empfehlen **3 Aktivitäten pro Woche**.



10. März–16. März

41 von 3 Aktivitäten

Gute Arbeit! Sie haben das Wochenziel fürs Teilen überschritten.

1 Post

Mitglieder, die durchschnittlich einmal pro Woche etwas posten, erzielen bis zu 4 -mal mehr Profilaufzüge.

[Beitrag beginnen](#)

40 Kommentare

Profile von Mitgliedern, die durchschnittlich einmal pro Woche kommentieren, erzielen bis zu 3 -mal mehr Profilaufzüge.

[Im Feed kommentieren](#)

LinkedIn Marketing



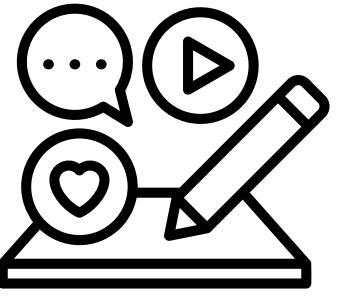
1. Aufbau eines
Expertenprofils

2. Vernetzung mit
der Zielgruppe

3. Content
Produktion

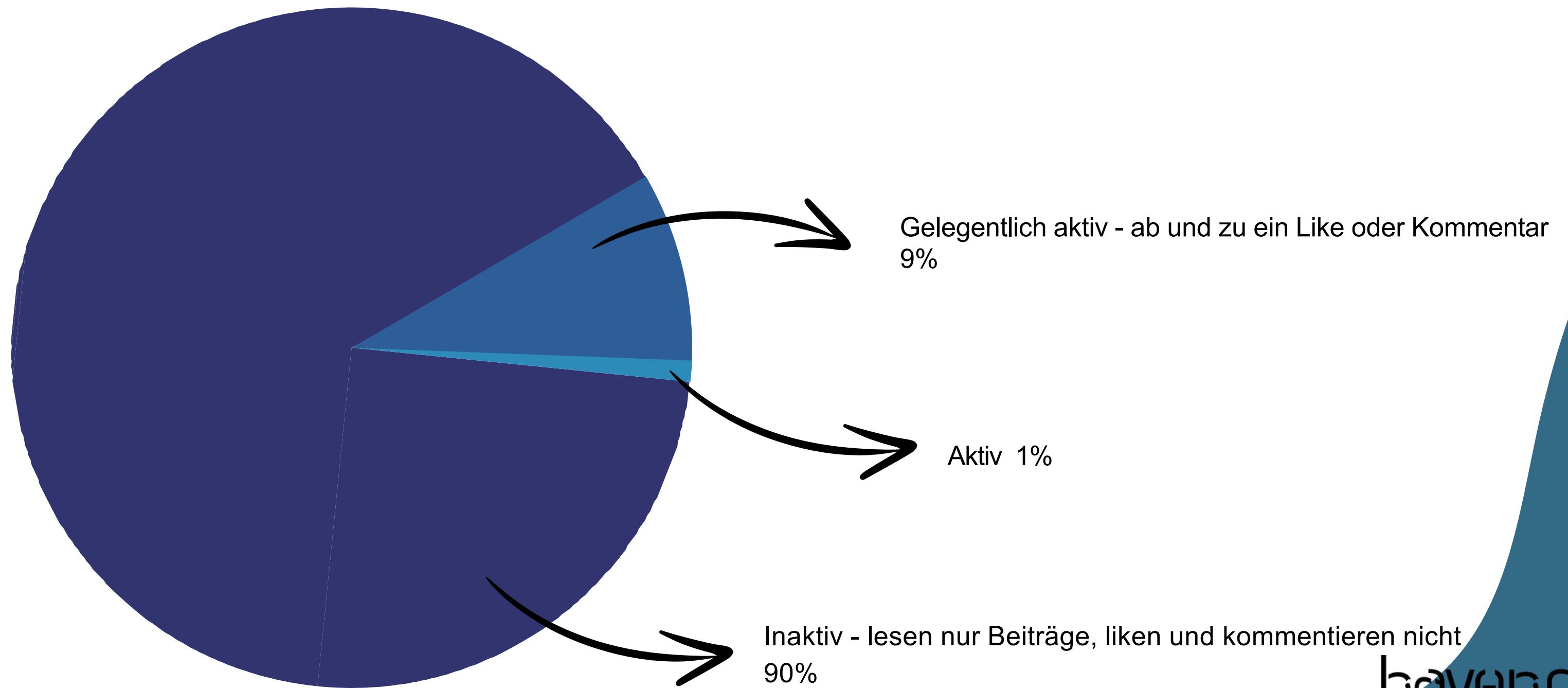
4. Interaktion mit der
relevanten Zielgruppe



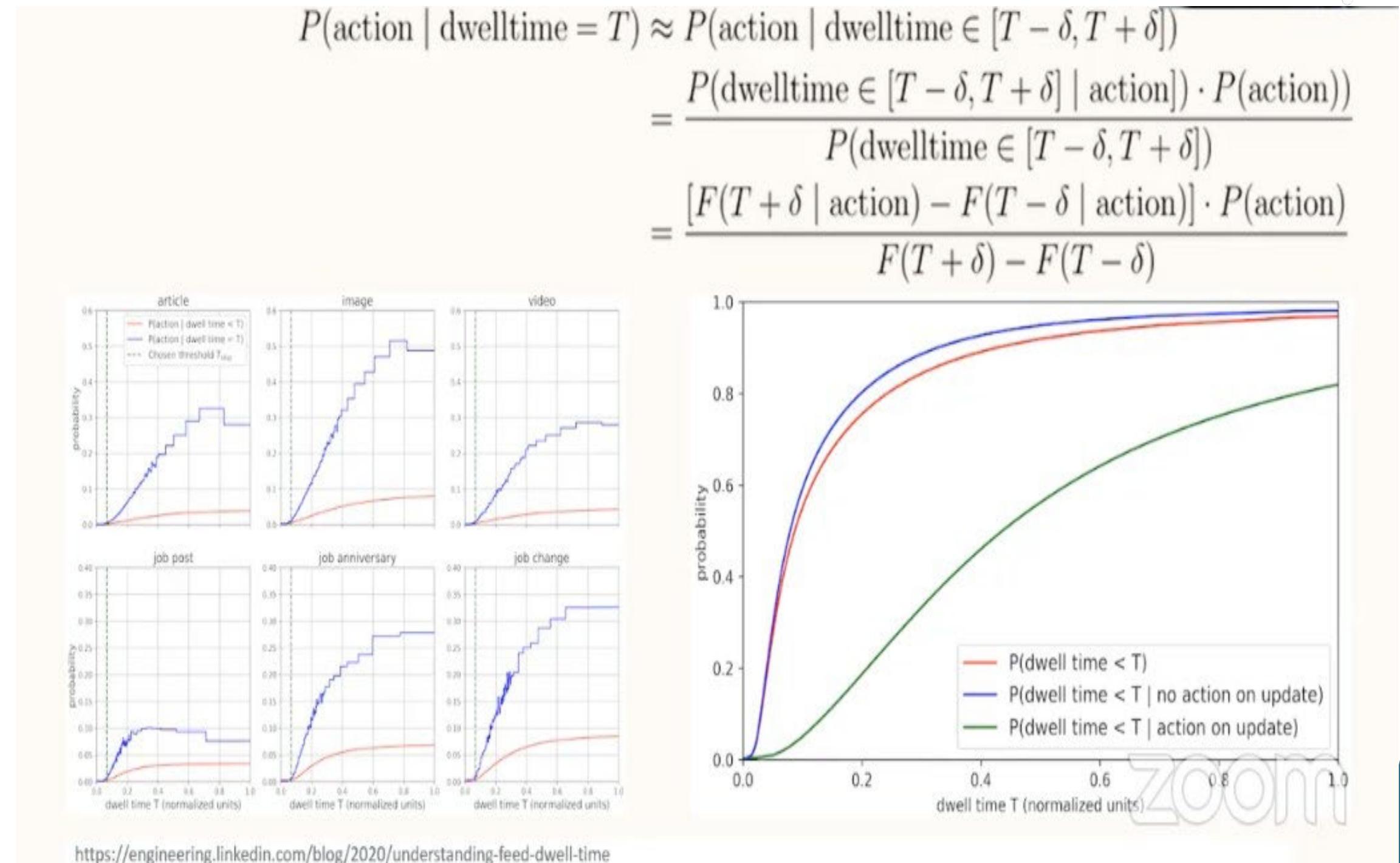


DEN LINKEDIN ALGO VERSTEHEN

DIE 90 - 9 - 1 FORMEL AUF SOCIAL MEDIA



DER LINKEDIN ALGO



INFOS ZU CONTENT AUF LINKEDIN

Folgendes beeinflusst Ihren Feed:

- Von neuen Verbindungen sehen Sie alle neuen Posts für die ersten 2 Wochen.
- Wenn Sie einen Beitrag mit „Gefällt mir“ markieren, erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, den nächsten Beitrag dieses Autors zu sehen, um 30%
- Das Kommentieren eines Beitrags erhöht die Wahrscheinlichkeit, den nächsten Beitrag desselben Autors zu sehen, um 70 % und um 80 % bei geteilten Beiträgen
- Das Versenden einer Direktnachricht über LinkedIn erhöht die Chance, den nächsten Beitrag des Empfängers zu sehen, auf 85%
- Beim Speichern eines Beitrags werden die Inhalte dieses Autors priorisiert
- Wenn Sie einer Unternehmensseite folgen, wird Ihnen der erste danach veröffentlichte Beitrag des Unternehmens angezeigt.
- LinkedIn analysiert die Art der Inhalte, die Sie konsumieren. Grundsätzlich zeigt LinkedIn mehr, wenn Sie sich Videos ansehen. Wenn Sie die Beantwortung von Umfragen überspringen, zeigt LinkedIn Ihnen keine Umfragen mehr an
- Wenn Sie ein Profil einer Verbindung besuchen, wird der erste Post, den sie nach Ihrem Besuch veröffentlichen, wieder in Ihrem Feed angezeigt

LinkedIn Marketing



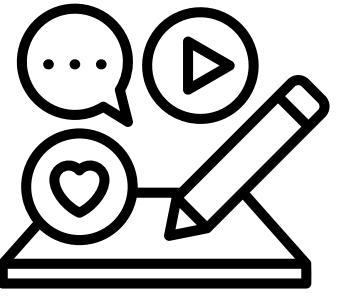
1. Aufbau eines
Expertenprofils

2. Vernetzung mit
der Zielgruppe

3. Content
Produktion

4. Interaktion mit der
relevanten Zielgruppe





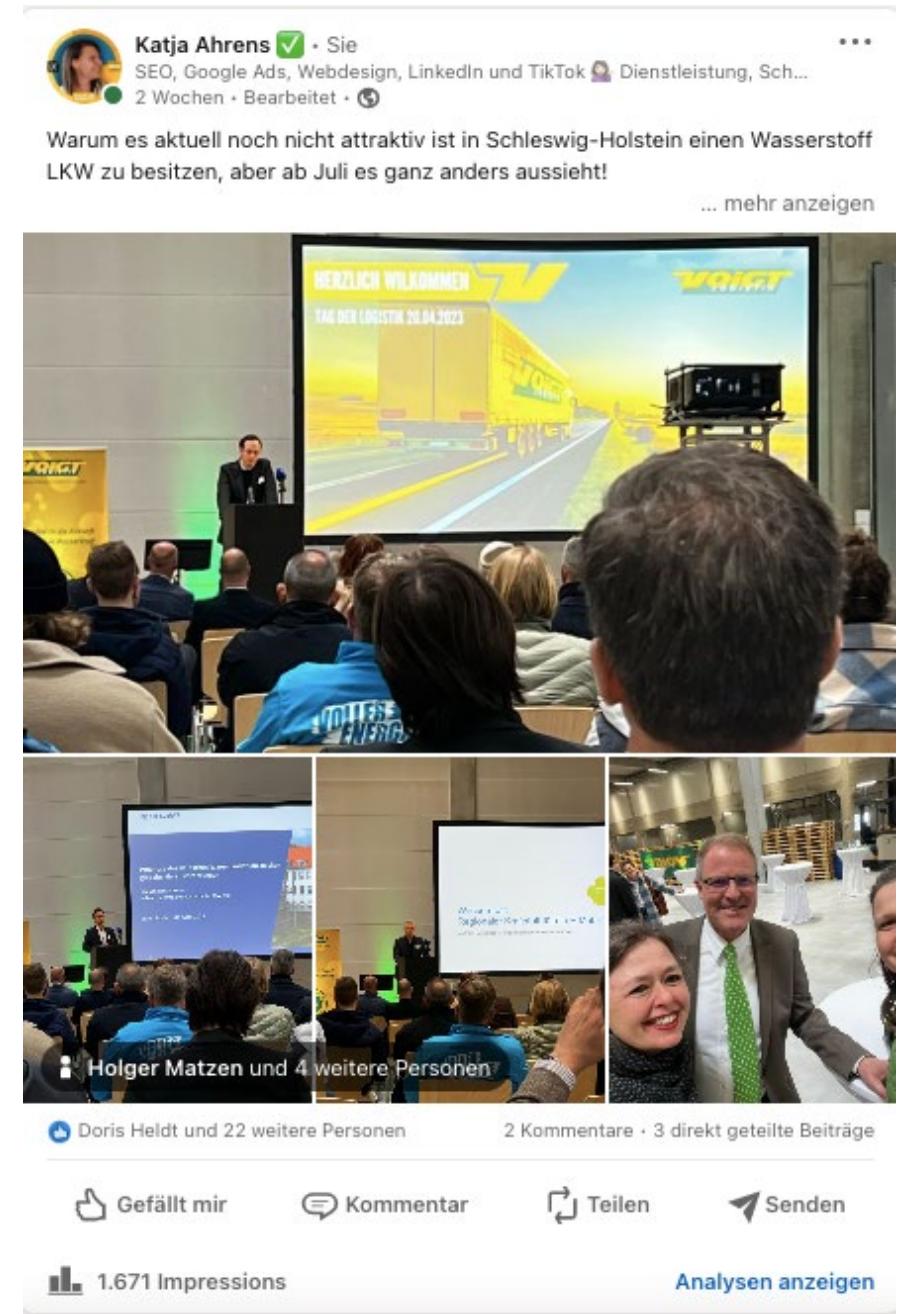
CONTENT- FORMAT

- Beiträge mit und ohne Bild
- Artikel - Nur über den PC
- Dokument (PDF Karussell)
- Video
- Umfragen
- Newsletter
- Events
- Stellenanzeigen
- Ereignis feiern oder Applaus
- Services Anfragen

WELCHE CONTENT ARTEN SIND AUF LINKEDIN ATTRAKTIV?

Beiträge – machen 70 % der Content-Ausspielung auf LinkedIn aus

- max. 3.000 Zeichen lang
 - Beliebteste und schnellste Content Art auf LinkedIn
 - Überschrift muss interessant sein, damit die Menschen auf ...mehr anzeigen, klicken
 - Beiträge können auch ohne Foto veröffentlicht werden
 - Mehr Bilder = längere Verweildauer



6 Tipps für den perfekten **Dokumenten/Karussell-Post**



**Rund 12 Slides performen
am besten. 2 Slides sind zu wenig**



25-50 Worte pro Seite



**Unter 500 Zeichen
Posting-Text**



Max. 3 Farben, passend zum CI

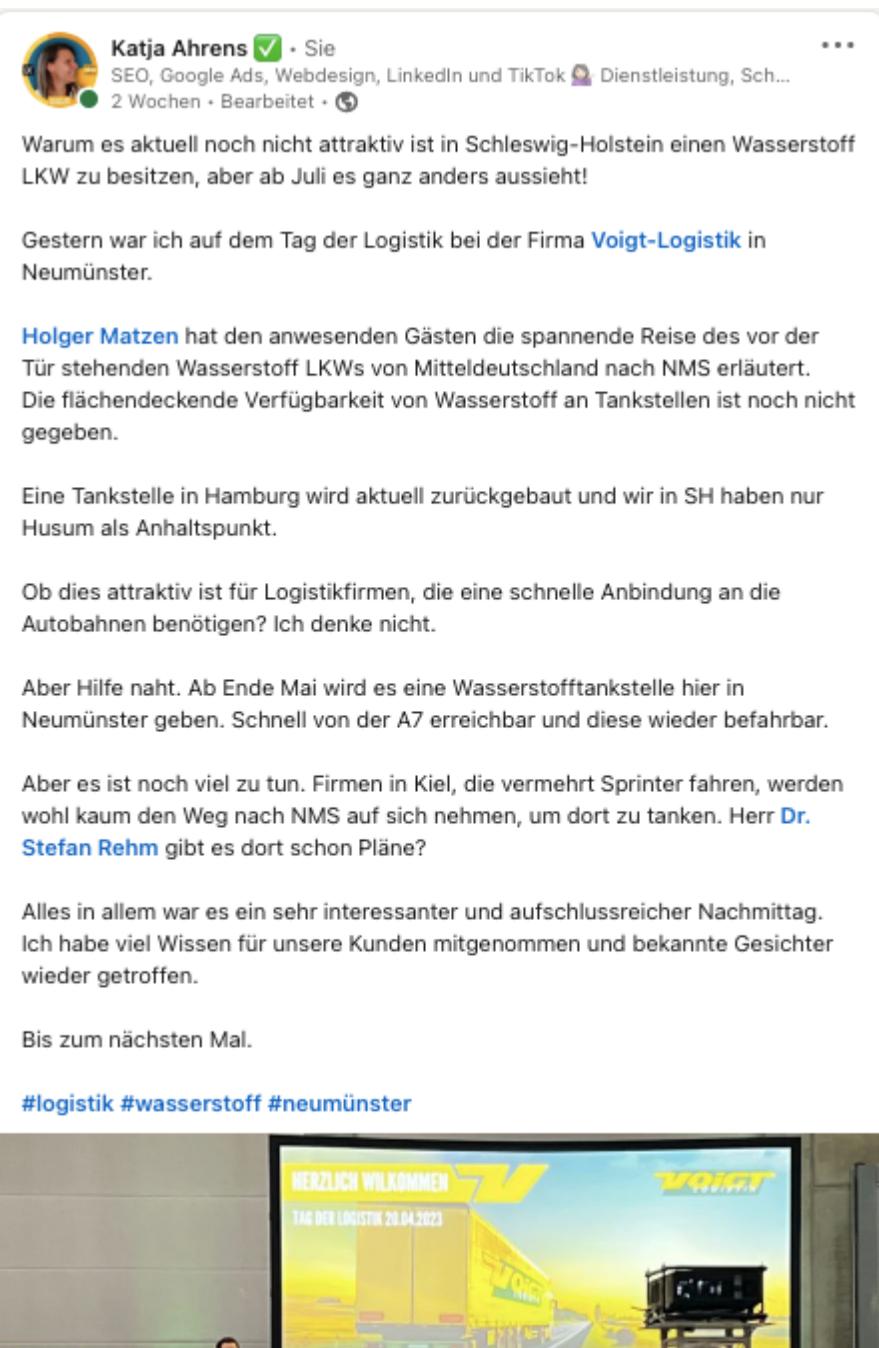


**Bester Content:
How-To-Anleitungen**



**Mit anderen Formaten
abwechseln (Bild, Text, Video)**

PERSONEN ODER UNTERNEHMEN IN EINEM BEITRAG ERWÄHNNEN



Katja Ahrens ✅ · Sie
SEO, Google Ads, Webdesign, LinkedIn und TikTok 🎬 Dienstleistung, Sch...
2 Wochen · Bearbeitet ·

Warum es aktuell noch nicht attraktiv ist in Schleswig-Holstein einen Wasserstoff LKW zu besitzen, aber ab Juli es ganz anders aussieht!

Gestern war ich auf dem Tag der Logistik bei der Firma [Voigt-Logistik](#) in Neumünster.

Holger Matzen hat den anwesenden Gästen die spannende Reise des vor der Tür stehenden Wasserstoff LKWs von Mitteldeutschland nach NMS erläutert. Die flächendeckende Verfügbarkeit von Wasserstoff an Tankstellen ist noch nicht gegeben.

Eine Tankstelle in Hamburg wird aktuell zurückgebaut und wir in SH haben nur Husum als Anhaltspunkt.

Ob dies attraktiv ist für Logistikfirmen, die eine schnelle Anbindung an die Autobahnen benötigen? Ich denke nicht.

Aber Hilfe naht. Ab Ende Mai wird es eine Wasserstofftankstelle hier in Neumünster geben. Schnell von der A7 erreichbar und diese wieder befahrbar.

Aber es ist noch viel zu tun. Firmen in Kiel, die vermehrt Sprinter fahren, werden wohl kaum den Weg nach NMS auf sich nehmen, um dort zu tanken. Herr [Dr. Stefan Rehm](#) gibt es dort schon Pläne?

Alles in allem war es ein sehr interessanter und aufschlussreicher Nachmittag. Ich habe viel Wissen für unsere Kunden mitgenommen und bekannte Gesichter wieder getroffen.

Bis zum nächsten Mal.

#logistik #wasserstoff #neumünster



Beiträge

- Jemanden in einem Beitrag erwähnen mit dem @ Zeichen und anschließend den Namen zuordnen
- Das funktioniert sowohl mit Personen als auch Unternehmen
- Im Beitrag selbst oder auf dem Foto

AUFBAU VON BEITRÄGEN



ZEIT STIFTUNG BUCERIUS

3.544 Follower:innen
1 Tag •

+ Folgen ...

Hamburg, lasst uns aufrichtig streiten über Europa – und gemeinsam handeln!

Pünktlich zu den **#Europawahlen** 2024 ist unser Politik- und Kulturfestival **#EuropaCamp** vom 25. bis 28. April zurück auf den Bühnen von **Kampnagel!** In Zusammenarbeit mit Kampnagel und **ARTE** treffen wir uns in Hamburg für Talks, Austausch mit Kandierenden und exklusives Kultur-Programm. Im Superwahljahr geht's dabei ganz akut um Hoffnungen, Kritik, Ängste und Träume für Europa – und darum, Wissen zu fördern, einander zu begegnen, Orientierung zu bieten und vor allem: zu diskutieren! Über den LINK in den Kommentaren sind Sie kostenlos dabei und können sich für einen oder gleich alle Festivaltage anmelden – wir freuen uns!

Für Live-Talks und Antworten auf große EU-Fragen haben wir uns einige der renommiertesten Expert:innen und Stimmen zu Europa ins Boot geholt: u.a. dabei sind **Düzen Tekkal, Jeannette Gusko von CORRECTIV, Sandra Maischberger, #MichelAbdollahi, Katharina Nocun, André Wiersig - theBlueHeart**, das Podcast-Team von „Das Politikteil“ von **DIE ZEIT**, die Staatsministerin für Europa und Klima im Auswärtigen Amt **Anna Lührmann**, der EU-Abgeordnete **Sergey Lagodinsky** und Hamburger Kandierende für die aktuelle Europawahl: **#RosaDomm, Laura Frick, Dr. Freya Gräfin Kerssenbrock, Prof. Dr. Andreas Moring, Nela Riehl und #DavidStoop!**

Noch vielseitiger wird's mit unseren Kultur-Highlights: Vor dem großen Abschlusskonzert von **#IsolationBerlin** am Sonntagabend gibt's Live-Podcast-Aufnahmen, Theater, exklusive Konzerte und Panels zu Musik und **#KünstlicherIntelligenz!** Wir freuen uns u.a. auf die Performance „Schwarze Eurydike“ vom **#kainkollektiv**, auf Talks mit **#AntjeSchomaker** und **#LinaMaly** oder zwischen **#TheesUhmann** und Jan Müller von **#Tocotronic** im Live-Podcast „Reflektor“!

Mehr Infos, Anmeldemöglichkeiten und Programmdetails gibt's fortlaufend hier oder über den Link in den Kommentaren!

TikTok Ads: Die 4 schlimmsten Fehler, die du unbedingt vermeiden solltest!

Viel zu oft sehe ich TikTok Ads von Unternehmen, die das Game immer noch nicht verstanden haben, und einfach schlechte Werbung schalten. Die 4 häufigsten Fehler, die mir immer wieder auffallen, habe ich dir mal zusammengetragen und diese solltest du dir DRINGEND einprägen!

1 Ignorieren der Zielgruppe:

Einer der häufigsten Fehler ist es, die TikTok-Community nicht wirklich zu verstehen. TikTok hat eine einzigartige und vielfältige Nutzerbasis. Es ist entscheidend, Zeit in die Analyse deiner Zielgruppe zu investieren, um ihre Interessen, Trends und Vorlieben zu verstehen. Nur so kannst du Inhalte erstellen, die wirklich ankommen. Content, der nicht für die Plattform produziert wurde, ist lost.

2 Falsche Textplatzierung:

Bei der Nutzung von Textelementen in TikTok-Ads muss man aufpassen. Vermeide den unteren Viertelbereich, der für den User-Namen, Videobeschreibung und Hashtags reserviert ist, sowie den rechten Rand mit Interaktionsbuttons. Optimal ist eine Platzierung in der Mitte, bevorzugt links oder oben. TikTok kommuniziert an viele Stellen die Safe Zones.

3 Langweiliger Content:

TikTok lebt von Kreativität. Langweilige und uninspirierte Anzeigen haben es schwer, sich abzuheben. Ziehe die Aufmerksamkeit auf dich und sorge dafür, dass deine Marke im Gedächtnis bleibt. Soll ich mal eine Sammlung von Boring Ads machen, oder ist das unangebracht?

4 Fehlende Call-to-Action (CTA):

Deine Anzeige mag großartig aussehen, aber vergiss nicht, dass das ultimative Ziel ist, die Nutzer*innen zu einer Handlung zu bewegen. Ein fehlender oder schwacher Call-to-Action kann deine Kampagne zunichtemachen. Klare und ansprechende CTAs sind entscheidend, um Conversions zu fördern und den gewünschten Nutzern einen klaren Weg zu bieten.

AUFBAU VON BEITRÄGEN - LinkedIn Essentials

Frage	Empfehlung
Wann posten? (Tag)	Dienstag bis Donnerstag, eventuell Wochenende
Wann posten? (Uhrzeit)	Vormittags (08:00 – 12:00 Uhr)
Wie oft posten?	2x die Woche; max. 1x am Tag
Was posten? (Format)	Bilder, Carousels (PDF), Videos (9:16)
Was posten? (Inhalt)	Aktuelles, Fachliches, Persönliches
Was nicht posten?	Link-Posts, YouTube-Videos, fremde Inhalte von FB oder X, plumpe Werbung
Wie Post gestalten?	Starker Auftakt, immer mit Bild, gute Lesbarkeit, nicht zu kompliziert schreiben
Vor/nach dem Posten?	Andere Posts (Bspw. Messe - aus dem Themenbereich) kommentieren, eingehende Kommentare beantworten
Wie lange durchhalten?	Dauerhaft, LinkedIn ist Marathon, Viel Erfolg!

AUFBAU VON BEITRÄGEN

Wo gehören die Links in Deinem Beitrag am besten hin?

Merkmal	Pluspunkt:	Minuspunkt
Beitrag enthält einen Link, der automatisch mit Vorschau angezeigt wird.	Nutzer*innen können sofort klicken	Geringste organische Reichweite im Feed
Link im Text, aber ohne Vorschau	Flexibler, mehrere Verweise im Beitrag möglich	Reichweite bleibt eingeschränkt, Klickzahlen meist unter dem klassischen Link-Post
Link im Kommentar platzieren	Keiner – eher eine Notlösung	Kommentare sind nicht immer sofort sichtbar, weniger Klicks.
Link später ergänzen	Link im Beitrag direkt anklickbar	Extra Aufwand, nachträgliches Editieren nötig

 Katjas LinkedIn Tipps

1 2 3 4

AUFBAU VON BEITRÄGEN

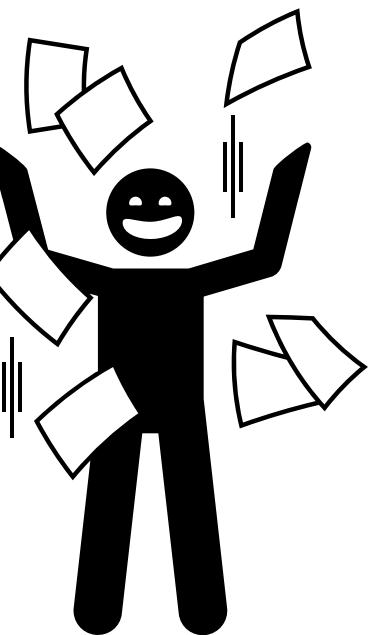
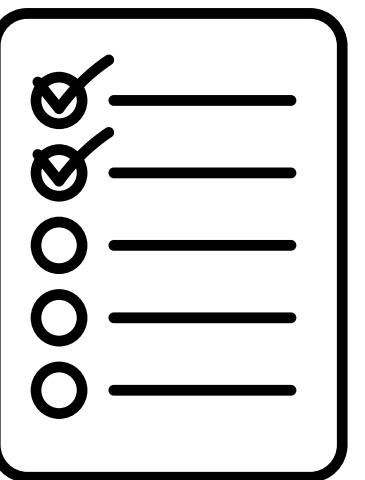
Meine Empfehlung: Ihr brauchte keine Hashtags aber wenn Ihr sie benutzen möchten, dann als Highlight und nicht mehr als 5 Stück. Gerne am Ende des Textes.



CONTENTPLAN

VS.

Spontane Posts



LINKEDIN

Was an dieser Schulung hat Dir am meisten gebracht und wenn Du ab morgen nur 2 Dinge umsetzen kannst – dann diese?



Mach Content. Keine Werbung

Bewertung Google Unternehmensprofil

Katja Ahrens
havendo GmbH
Schrevenborner Weg 21
24226 Heikendorf



havendo
GmbH