



88



Advies
groep '88

LinkedIn-marketing: zin of onzin?

Een van de manieren om je kantoor onder de aandacht van kandidaten te brengen is LinkedIn. Maar met alleen een bedrijfsprofiel of een eigen LinkedIn-groep kom je er niet meer. Wat moet je dan wel doen? En laten?

Doen: laat je medewerkers aan het woord

Op LinkedIn kan je op drie manieren de aandacht van kandidaten trekken: via het bedrijfsprofiel, via groepen en via de persoonlijke profielen van je medewerkers.

In de huidige krappe arbeidsmarkt is het niet meer genoeg om alleen af en toe een vacature te delen via de bedrijfspagina of je eigen LinkedIn-groep. Je moet als kantoor kandidaten echt verleiden om bij je te komen werken. Daarvoor moet je het kantoor als een sterk werkgeversmerk neerzetten. Dat doe je niet alleen met een goede wervingspagina of -website, maar ook op social media, en dus ook op LinkedIn.

Maar pas op: als je als kantoor op LinkedIn te veel zendt, zien kandidaten je berichten als marketing en haken ze af. Wat je dan wel moet doen? Gebruik je medewerkers als ambassadeurs! Als je medewerkers enthousiast zijn over hun werk en het kantoor, dan moet het wel een leuk kantoor zijn om voor te werken, toch? Laat je medewerkers dus vooral content posten, delen en liken. Uit onderzoek blijkt dat mensen eerder op persoonlijke content reageren dan op bedrijfscontent. En dat berichten van medewerkers 561% (ja, echt!) verder reiken dan berichten uit naam van een bedrijf.

Weten je medewerkers niet goed hoe LinkedIn werkt? Investeer daar dan in. Geef ze een cursus en ondersteun ze hierbij. Je zult zien dat die investeringen zich vanzelf terugbetalen.

Doen: maak gebruik van LinkedIn Pulse

LinkedIn Pulse is het publicatieplatform van LinkedIn, waar je (langere) artikelen kunt publiceren. Deze artikelen zijn voor iedereen zichtbaar. Het voordeel van publiceren op LinkedIn Pulse is bovendien dat al je connecties een melding krijgen zodra je iets publiceert. Daarmee heeft een Pulsebericht veel meer zichtbaarheid dan een statusupdate.

Beperkt doen: betalen voor LinkedIn-marketing

Je kunt op LinkedIn gesponsorde posts inzetten. Uit onderzoek blijkt echter dat als je medewerkers posts delen en liken, het bereik veel groter is dan een dure gesponsorde post. Gebruik een gesponsorde post dus alleen als je je boodschap een extra boost wilt geven, bijvoorbeeld onder een specifieke doelgroep die jullie nog niet kent.

Laten: een groep als saleskanaal gebruiken

Dat hebben in het verleden al te veel bedrijven gedaan. Mensen willen dat niet en haken af. Het resultaat daarvan is dat inmiddels 95% van de groepen niet of weinig actief is.

Laten: alleen maar zenden

LinkedIn werkt alleen als je er tijd en energie in wilt stoppen. Als je het platform dus alleen gebruikt als zendkanaal, en niet voor de interactie, kun je de tijd die je erin steekt beter aan andere dingen gaan besteden. Dan levert het je namelijk niets op.

Wil je hier eens over sparren? Neem dan gerust contact met mij op!

Peter A. Tijssen peter@groep88.nl



Adviesgroep '88 is een gespecialiseerd bureau voor de werving & selectie van Accountants en Fiscalisten. Sinds 1988 hebben wij al meer dan 1500 kandidaten succesvol bemiddeld naar een nieuwe uitdaging.

Voor meer info, bel met een van onze consultants op: 0297-241459 of check onze website: www.groep88.nl

