



ZO heb je altijd wat te vertellen

47 ideeën voor goede teksten op LinkedIn



Zo!



Hoi, ik ben Hanneke Andringa en ik begeleid ondernemers en organisaties om LinkedIn slim in te zetten.

In deze tijd van eindeloos veel marketingkanalen en 'personal branding' is LinkedIn een baken van rust. Een ideaal platform om jezelf of je organisatie als deskundige(n) te profileren, om contacten te leggen en te onderhouden. Om klanten te vinden. Regelmatig een bijdrage plaatsen is dan een onmisbare schakel.

Ik wens je veel succes met het schrijven van bijdragen. Je vindt 47 ideeën, verdeeld over 7 categorieën. Eerst nog 3 uitgangspunten waarom je altijd vandaag al kan beginnen.



Waarom je vandaag kan beginnen

1. Alles is een kladversie

Alles wat jij op LinkedIn doet kan een volgende keer beter. Het is eigenlijk telkens een kladversie.

En nog veel belangrijker: alles wat jij plaatst kan je op ieder gewenst moment:

- bewerken
- verbeteren
- weghalen

Altijd. Ook als het is gedeeld door anderen. Dan is het nog altijd van jou, en is het weg als jij het weghaalt.



2. Fileprobleem: kies je eigen weg

Vrijwel alles is al gezegd, alleen niet door jou, op jouw manier, en in jouw netwerk. Door in beweging te blijven ga je die toon ontwikkelen, en ontstaat je eigen weg.





3. Beter goed gejat dan slecht bedacht



Kijk vooral goed hoe anderen het doen, en laat je daardoor inspireren.

Ga eventueel eens een uurtje 'anoniem'.

Dat wil zeggen dat je via instellingen>zichtbaarheid>opties voor het bekijken van profielen (of [via deze link](#)) tijdelijk uitzet dat mensen kunnen zien dat je op hun profiel was.

Daarna gauw weer aanzetten, anders kan je nooit zien wie er bij jou was.



47 ideeën

Je vakgebied (9)

Aan het werk (5)

Je kennis (10)

Jouw unieke eigen visie (4)

Inspiratie door klanten (7)

Over jou (8)

Een keer iets heel anders (2)

De klassiekers, ze zijn er niet voor niets (2)



Vakinhoudelijk (9)

1. Nieuwtjes

Informeer je doelgroep over nieuwe regels, nieuwe producten of nieuwe boeken op je vakgebied. Met uitleg en waarom jij van mening bent dat het relevant is.

2. Artikel uit vakblad of krant

Deel een artikel uit een krant of vakblad dat interessant is voor je klanten, of wat jou aanspreekt. Dat kan in de vorm van een link of een pdf. Schrijf er altijd een toelichting bij waarom jij het deelt, wat de relatie is met jouw gebied, met jouw kernboodschap, wat je aanspreekt, eventueel een korte samenvatting, en/ of jouw visie op het onderwerp.

3. Ontwikkelingen en trends

Beschrijf eens de belangrijkste trends in jouw gebied, interview of citeer eventueel experts.



Je vakgebied (9)

4. Deel een bericht dat je op LinkedIn tegenkomt

Kom je een bericht tegen op LinkedIn dat jij echt relevant acht? Deel het met je netwerk, schrijf er wel zelf duidelijk bij waarom jij het deelt, of je ook net als de auteur die visie hebt, of een net iets andere visie. Je kan ook binnen LinkedIn actief op zoek gaan naar relevante content, via zoeken op trefwoorden, toepassen van een van de filters die LinkedIn biedt of via zoeken op hashtags.

LET OP: Gedeelde berichten hebben minder bereik op LinkedIn, tenzij de oorspronkelijke auteur er op reageert. Desondanks is het een nuttige activiteit, vooral als jij er een duidelijke visie bijschrijft. Of je deelt het persoonsgericht.

5. Statistieken en onderzoeksresultaten

Statistieken helpen om je doelgroep te informeren over iets dat relevant voor ze is, en je kan er een mooie afbeelding of infographic van maken. Of is er een onderzoeksresultaat verschenen met een link naar jouw vakgebied? Vertel erover, met je eigen mening erbij.



Je vakgebied (9)

6. Recensie van een boek, film of gedicht

Bespreek eens een boek, film of gedicht, of toneelstuk of wat dan ook, iets dat jij van toepassing vindt voor je vakgebied. Dat kan volledig over jouw vakgebied gaan, maar ook over een verhaal uit de Griekse mythologie. Als jij maar duidelijk aangeeft waarom je het interessant en relevant vindt, en wat jij eruit haalt, vertaal dat eventueel in concrete tips.

7. Een stelling of quote

Maak een afbeelding (in Canva, of powerpoint) met een quote die jou inspireert. Al of niet met toelichting waarom jij het deelt, wat jou erin aanspreekt.

8. Citeer een ander, ook 'concurrenten'

Benut de expertise van anderen. Citeren met 'vermelden' (@ typen en dan naam) is voor de ander leuk en ook voor jou. Ook, of juist, als iemand een vergelijkbaar aanbod heeft.



Je vakgebied (9)

9. Een andere aan het woord over jouw vakgebied

Leg meerdere mensen een vraag voor over jouw vakgebied -klanten, concurrenten – collega's- en zet de meningen onder elkaar. Stel meerdere experts uit je doelgroep dezelfde vraag. Dat kan door 'vermelden' in een bijdrage, of buiten LinkedIn vragen te verzamelen en dan samenvatten.



Aan het werk (5)

10. Laat zien waar je mee bezig bent.

Denk aan een foto of video terwijl je met klanten werkt, een foto die de voorbereidingen voor een webinar of training, een screenshot van een Zoomsessie. Of geef een inkijkje in wat je aan het voorbereiden bent.

11. Voor een event (webinar, congres, workshop) wat je zelf organiseert

Maak een LinkedIn event aan. Maak posts over de sprekers, vraag de sprekers om te reageren, zelf ook posts te plaatsen. Nodig connecties uit. Beschrijf waarom het onderwerp zo relevant is.

12. Voorafgaand aan event waar je aan deelneemt

Ga je naar een event, plaats een oproep wie er ook gaat. Of beschrijf waarom je deelneemt, wat je ervan verwacht. Tag misschien mensen waarvan je verwacht dat ze ook gaan.



Aan het werk (5)

13. Tijdens en na een event dat jij organiseert

Groot of klein, online of live, doe uitgebreid verslag. Dat kan in een hele serie bijdragen:

- een sfeerverslag, met foto's of video, zo snel mogelijk, mensen reageren sneller als het nog vers in het geheugen ligt.
- per onderdeel een aparte bijdrage: wat is er besproken, wat is de visie van de spreker, hoe is er op gereageerd
- plaats eventueel presentatiesheets als document
- doe alvast een vooraankondiging van een volgend event

Overige posts kunnen ook later. En je kan ze altijd weer opnieuw plaatsen in de aanloop naar een nieuw event.

14. Tijdens en na een event waar je aan deelneemt

Ben je op een event geweest, plaats hier wat over. Ook dit kan in de vorm van een sfeerverslag, de ideeën die je hebt opgedaan, de tips die je hebt, een samenvatting. Ook dit kan over meerdere posts.



Je kennis (10)

15. Deel je kennis

Door te delen profileert je jezelf als expert. Bedenk dat vrijwel altijd de kennis die jij hebt ook in online en in boeken is terug te vinden. Je toegevoegde waarde zit in wat jij ermee weet te doen. Dus schroom niet. Je bouwt er vertrouwen mee op.

16. Visualiseer je stappen (3, 5 of 7)

Maak een infographic en visualiseer de 3 of 5 stappen die jouw doelgroep moet zetten om een probleem gerelateerd aan jouw dienstverlening op te lossen.

17. Praktische tip

Geef een praktische tip, in de 1300 tekens die je ter beschikking staan kan je vast iets kwijt wat zinvol is. En dat kan altijd een onderdeel zijn van een langere blog of een e-book.

18. Jouw 10 beste tips

Maak een document met 10 praktische tips op je vakgebied. Deel het in de vorm van een document of artikel.



Je kennis (10)

19. Gratis weggever

Heb je een gratis e-book, of een checklist, maak er (opnieuw) een post over. Misschien is het net anders geworden, een nieuwe ontwikkeling op je vakgebied erin verwerkt, kreeg je er een mooie reactie over enzovoort.

20. Hergebruik van content

Door jou gemaakte content kun je altijd hergebruiken. Door een andere informatiedrager te gebruiken, of een andere invalshoek te nemen. Schrijf de tekst van een video uit en maak er een blog van. Haal een quote uit een blog en plaats die op een afbeelding.

Heb je een e-book, een werkboek voor je klanten, een checklist als gratis weggever? Pak er een stuk uit voor een bijdrage. Ook kun je gemaakte content makkelijk opnieuw delen als het nog steeds actueel is.

21. Interview

Interview een klant of andere expert over een onderwerp dat relevant is voor wat jij aan je doelgroep biedt. Gebruik eens een hele andere invalshoek of ga uit van een stelling.



Je kennis (10)

21. Broodje aap

Schrijf eens iets wat met jouw expertise te maken heeft en jij typisch een eindeloos aan elkaar doorvertelde mythe vindt. Bijvoorbeeld voor mij: dat je op LinkedIn altijd zoveel mogelijk connecties moet hebben.

22. Opiniepeiling

Maak een opiniepeiling over een onderwerp passend binnen hoe jij je professioneel wilt profileren. LinkedIn heeft daarvoor een tool die ziet als je een bijdrage schrijft. Maak die peiling uit nieuwsgierigheid, of omdat je een kapstok wil voor een post over het onderwerp. De tool is krachtig door zijn eenvoud, en je kan er geen afbeeldingen bij plaatsen.

23. A of B

Leg twee opties voor aan je netwerk en vraag om een voorkeur. Dat kan over van alles gaan: een logo, een fotokeus, een titel van nieuw aanbod. Het is natuurlijk ook een soort opiniepeiling maar daar met afbeelding.



Jouw unieke eigen visie (4)

25. Laat je interviewen

Laat jezelf eens interviewen. Door iemand die dat regelmatig doet, of door iemand waarvan je het vermoeden hebt dat die persoon het goed kan. Misschien kan jij ook die ander interviewen. Of je huurt een professional.

26. Wat doe jij anders dan anderen in jouw vakgebied?

Ongetwijfeld zijn er dingen die jij net anders doet dan iedereen. Beschrijf dat eens. En waarom je het zo doet? Zijn er onderliggende waarden, heeft het te maken met jouw eigen leerstijl? Bijvoorbeeld in mijn geval waarom ik geen workshops met open inschrijving geef, of waarom ik niet op no-cure no-pay basis werk. Mijn leeromgeving niet serieel is opgebouwd.

27. Doe dit niet

Maak eens een lijst van wat mensen vooral niet moeten doen, of beschrijf een voorbeeld.

28. Productvergelijking

Er zijn vast en zeker ook in jouw gebied extra producten die nuttig zijn. Bespreek ze, en onderbouw jouw mening.



Inspiratie door klanten (7)

29. Klantvragen

Eigenlijk levert ieder contact met een – mogelijke - klant je al basis voor content. Gebruik een vraag als basis voor een bijdrage, of een video. Of schrijf een langer stuk met de 5 meest gestelde vragen. En dan natuurlijk het soort vragen waar jouw expertise het meest tot zijn recht komt, vragen die leven bij de klanten die jij het liefst helpt.

30. Klantprobleem

Omschrijf een situatie van een klant, welk probleem de klant had. Vertel hoe jij dat probleem met of voor je klant hebt opgelost. Laat eventueel je klant aan het woord, plaats er foto's bij. Het kan ook een klantverhaal met samengestelde feiten zijn, een verhaal dat niet naar een person is terug te leiden.

31. Een verrassende ervaring met een klant

Wat raakt jou in het werken met klanten? Wat is het waar je het voor doet? Je leukste, of meest verrassende klant ooit?

32. Welke vraag wordt jou vaak gesteld?

Waar kun jij mensen altijd mee helpen? Waar lopen jouw klanten altijd tegenaan?



Inspiratie door klanten (7)

33. Wat zijn de belangrijkste problemen of wensen?

Eigenlijk is iedere probleem of wens van jouw mogelijke klanten een kapstok voor content. In mijn geval: dat LinkedIn zoveel tijd kost, dat ze geen overzicht hebben, niet weten of een betaalde versie relevant is, deelactiviteiten hebben waar ze niet uit kunnen kiezen, een bocht maken in hun professionele leven en niet goed weten of en hoe ze daar LinkedIn voor in willen zetten.

34. Citeer een klant

Noteer spontane uitspraken van klanten en schrijf daaromheen hoe de klant tot die uitspraak kwam. 'Ik had geen idee dat er zoveel kon met...' of een van de vele varianten op zo'n uitspraak.

35. Hergebruik een aanbeveling

Aanbevelingen op LinkedIn zijn extra relevant omdat ze alleen door die persoon geschreven kunnen zijn. Maak eens een screenshot, voor een bijdrage, van een aanbeveling die je hebt gehad van een klant. Deel die in een bijdrage, of andere contentvariant waarin je beschrijft hoe je met die klant hebt gewerkt.



Over jou (8)

36. Jubileum

Bestaat je bedrijf een aantal jaren, is het zoveel jaar geleden dat je een horizon verschuivende cursus hebt gevolgd? Schrijf er over, met bijvoorbeeld lessen die je hebt geleerd, wat je anders zou doen, wat je de komende tijd van plan bent.

37. Nevenactiviteit of hobby

Beschrijf een nevenactiviteit van je, of een hobby. Wat leer je ervan voor je werk, wat breng je daar in wat je van je werk leert?

38. Wat heeft je verbaasd het afgelopen jaar

Vertel over iets wat jou echt heeft verrast. Een onverwachtse klant. Een onverwachtse ontwikkeling. Een onverwachts besluit om iets echt anders te gaan doen.

39. Waarom doe jij wat je doet?

Waarom heb je jouw vakgebied gekozen? En waarom ben je gestart met je onderneming? Wat kunnen anderen hiervan leren?



Over jou (8)

40. Leerervaring

Vertel over een leerervaring die je had. Dat kan zijn bij een opleiding of coach van jou, maar ook door een ogenschijnlijk kleine gebeurtenis in huis of op straat, of iets op TV.

41. Een nieuwtje over jezelf

Stel je website is vernieuwd, of het achtergrondbeeld van je LinkedInprofiel of bedrijfspagina, schrijf erover. En dan het verhaal erachter, waarom het nu is zoals het is. Of wat je nieuwe website voor extra's te bieden heeft. Of je hebt een nieuwe samenwerking, bent aan een nieuw project begonnen.

42. Worsteling

Je hebt vast weleens ergens mee geworsteld. En nu heb je het opgelost. Ideaal ter inspiratie voor anderen, en om te laten zien hoe jij met problemen omgaat.

43. Wat zijn jouw grootste overwinningen?

Wat waren je grootste belemmeringen die je overwonnen hebt? Hoe kijk je daar nu naar? Hoe kun je je lezers hiermee helpen?



Een keer iets heel anders (2)

44. Een blooper

Ging er iets fout, schrijf erover of maak een video, en vertel er ook bij wat jij ervan hebt geleerd, eventueel met concrete tips erbij.

45. Gastblog

Vraag iemand die zich op eenzelfde doelgroep richt een gastblog te schrijven voor je website en deel de link op LinkedIn. Het zegt ook iets over jou om dat zo aan te bieden, en je helpt je netwerk ermee.



De klassiekers, ze zijn er niet voor niets (2)

46. Een prestatie van jezelf

Stel je hebt een extra opleiding afgerond die van toegevoegde waarde is, er is ergens een artikel van jouw hand verschenen, of waarin jij bent genoemd. Je hebt die ene droomklant binnen. Vertel erover, en dan telkens weer vanuit waarom en wat maakt dat jij dit hebt gepresteerd.

47. Inhaker

Een klassieker maar daarmee niet minder interessant. Ga in op de tijd van het jaar. Of het seizoen, de feestdagen of een actuele gebeurtenis.

Kijk welke momenten een thema hebben dat met jou, je dienstverlening of je organisatie te maken heeft. Laat je eventueel inspireren door de issuekalender, www.issuekalender.nl, of <https://www.fijnedagvan.nl/>.



En nu ook echt die resultaten

Je weet nu dat je iets te vertellen hebt op LinkedIn, je hebt allerlei ideeën over goede bijdragen. Je hebt wellicht al gelijk inspiratie.

En nu is het zaak om het ook echt regelmatig te blijven doen. Dat het niet verwatert. Dat je de variaties in content die er zijn weet te benutten. Ook daarin je eigen voorkeursstijl ontwikkelt.

En: dat je weet wat je kan doen met de reacties die je gaat krijgen. Met de connectieverzoeken. Zodat, nu je weet hoe je je energie in LinkedIn kan stoppen, ook weet hoe je ook echt resultaten kan halen.

Succes!

En wil je echt doorpakken, welkom voor een belafsprak, onderzoeken we of en hoe we LinkedIn goed aan het werk zetten voor jou.

Hanneke Andringa

hanneke@zorgeloosondernemen.nl

