

# LinkedIn & CGCS

**Samen voor meer resultaat**





Even voorstellen.

Our (very short) story

# we digital you

Wij zijn Wefabric. Ons hart ligt bij web & marketing. We zijn energieke vakidioten die blijven gaan, nieuwe dingen proberen en groeien door de grenzen van het marketingvak op te zoeken. Een fris en veelzijdig team van web- en marketingspecialisten vol creativiteit die jouw bedrijf verder helpt naar meer omzet, groei en naamsbekendheid. We digital you.

## Jouw projecten x onze specialisten



Web



Creatie



Online marketing



# Het doel voor vandaag

**Samen zorgen voor online zichtbaarheid  
> veel leads > nieuwe opdrachten**

# Aan de slag!

1. LinkedIn: wie, wat, waar, waarom
2. De boer op met je LinkedIn profiel
3. Scoren met de geheimen van het algoritme
4. Zo pakken we het aan voor CGCS

Alles wat ik je  
**vandaag** vertel,  
is morgen  
gedateerd.

Hand omhoog als dit voor jou  
van toepassing is:

‘Ik heb geen persoonlijk  
LinkedIn profiel’.

Hand omhoog als dit voor jou  
van toepassing is:

‘Ik heb een LinkedIn profiel,  
maar ik doe er helemaal niets  
mee’.

Hand omhoog als dit voor jou  
van toepassing is:

‘Ik kijk bijna elke dag op  
LinkedIn, maar plaats weinig.’

Hand omhoog als dit voor jou  
van toepassing is:

“Ik snap niet wat ik met  
LinkedIn aan moet.”

Hand omhoog als dit voor jou  
van toepassing is:

“LinkedIn is mijn favoriete  
social media kanaal!”

# Een stukje sales.

**Als voorgerecht.**

Het salesproces

# Verschillende fases

*Sales en marketing met elkaar verbonden*

**1. Marketing/communicatie en leadgeneratie:** ads, Google, campagnes, content (social o.a.), klantcases, sponsoring, etc. Etc.

**2. Acquisitie:** Leads omzetten in concrete afspraken

**3. Persoonlijke verkoop:** aan tafel, op naar een opdracht

**4. Accountmanagement:** herhaalopdrachten, upselling, service

Het salesproces

# Verschillende fases

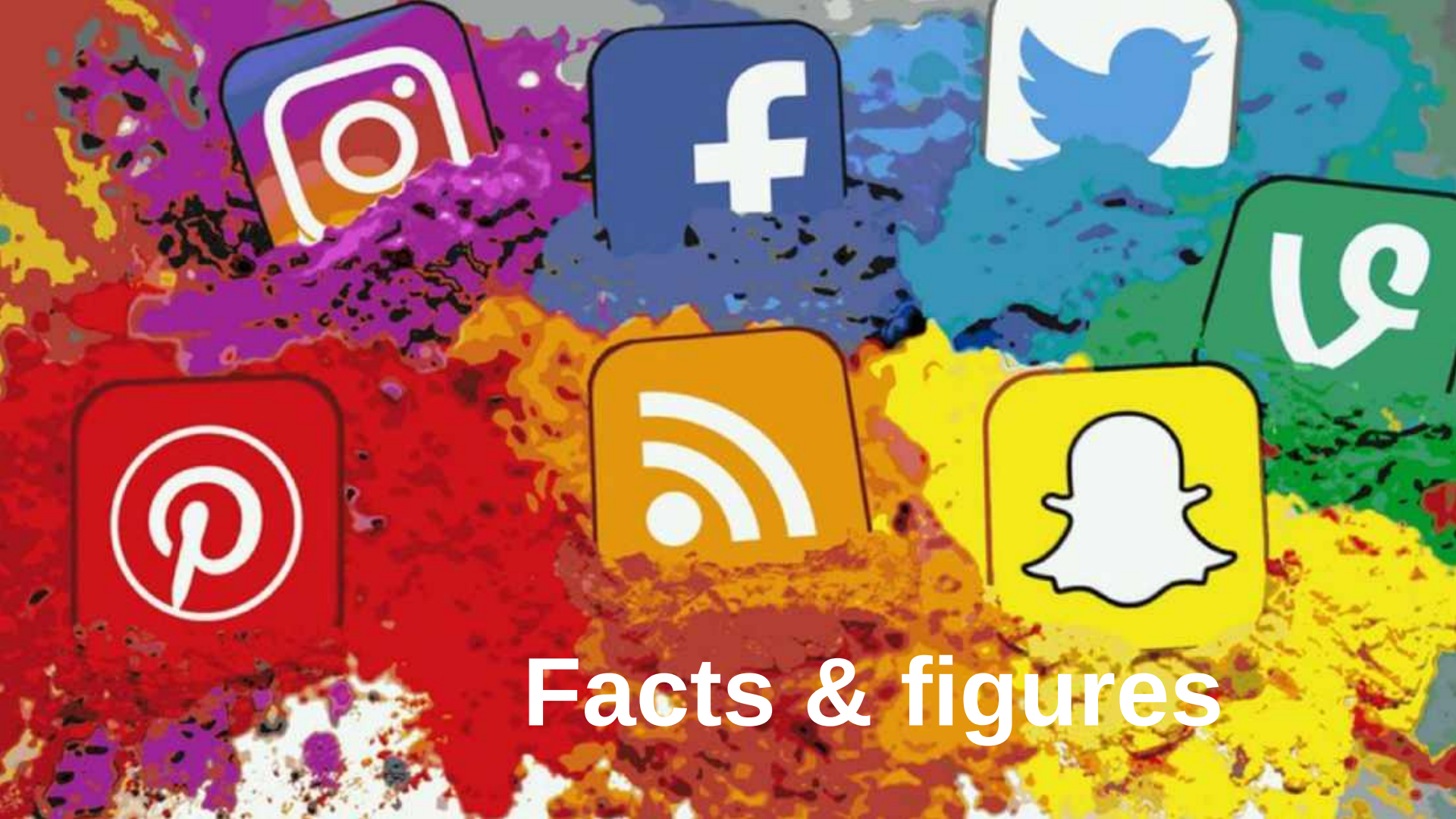
*Sales en marketing met elkaar verbonden*

**1. Marketing/communicatie en leadgeneratie:** ads, Google, campagnes, content (social o.a.), klantcases, sponsoring, etc. Etc.

**2. Acquisitie:** Leads omzetten in concrete afspraken

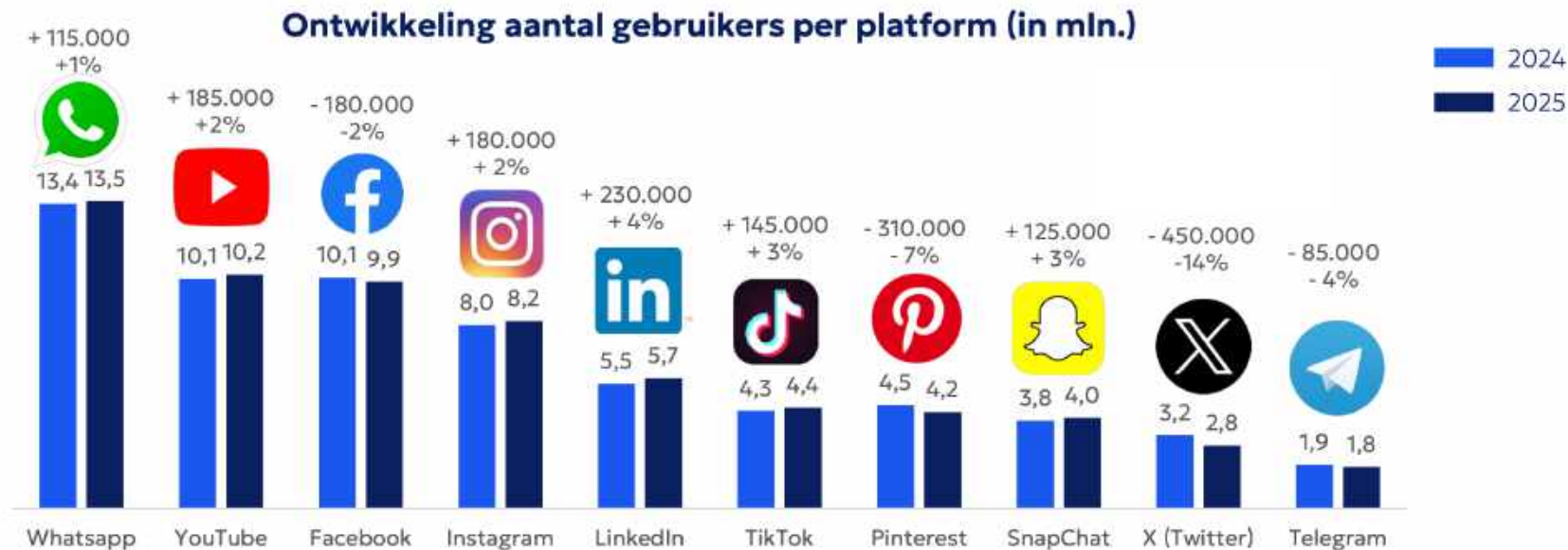
**3. Persoonlijke verkoop:** aan tafel, op naar een opdracht

**4. Accountmanagement:** herhaalopdrachten, upselling, service



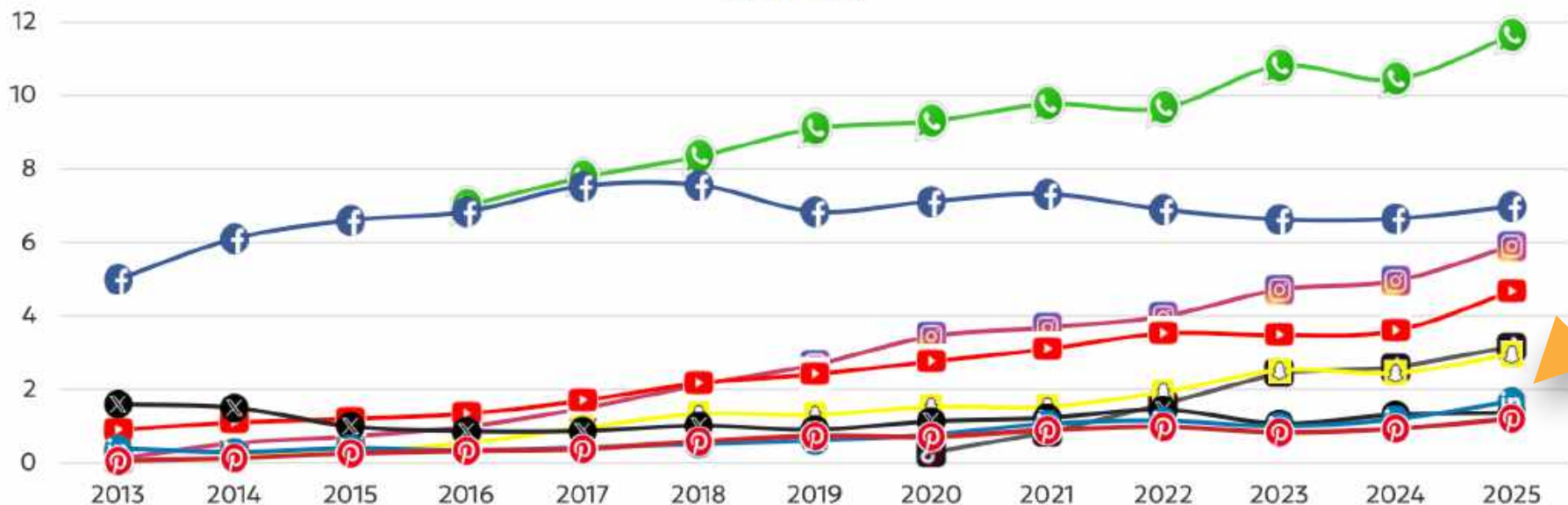
**Facts & figures**

# Gebruikers per platform



# Dagelijks gebruik neemt toe

Dagelijks gebruik platforms  
(x 1 mln)



# Nog wat meer over LinkedIn:

- Meeste LinkedIn gebruikers zijn 44-59 jarigen
- Meer dan de helft van de gebruikers scharen we onder grootverdieners
- Goede verdeling man/vrouw (51/49%)
- 39% heeft een Bachelor diploma, 18% een Master, 27% een beroepsopleiding & 10% middelbaar onderwijs

# LinkedIn.

**Wat doe je er mee,  
wat moet je er mee?**

Back to basic met

# LinkedIn

- Persoonlijk, zakelijk platform
- Bedrijfspagina's
- Vacature plaatsen & kandidaten vinden
- Adverteren
- Betaalde tools (Premium); bijv. Sales navigator, career, business, recruiter.





Zoeken



Home



Mijn netwerk



Vacatures



Berichten



Meldingen



Ik



Voor bedrijven



Adverteren



**Moniek Holtrop-Oostra**

Strategisch marketeer bij Wefabric | Helpt  
sector, transport, bouw & techniek en zaken

Joure, Friesland, Nederland · [Contactgegevens](#)

[Check onze website](#)

500+ connecties

Beschikbaar

Profielonderdeel

**Statistieken**

Privé voor u

**37 weergaven van profiel**

Ontdek wie uw profiel heeft  
bekeken

## Meer LinkedIn-producten bezoeken



Vind nieuwe klanten



Groepen



Facturering beheren

Talent



Vacature plaatsen



Talent Insights

Sales



Services Marketplace

Learning



Learning

## Ontdek meer voor bedrijven

**Werven op LinkedIn**

Vind, interesseer en werf talent

**Verkopen met LinkedIn**

Ontdek verkoopmogelijkheden

**Gratis vacature plaatsen**

Vind snel gekwalificeerde sollicitanten

**Adverteren op LinkedIn**

Vind nieuwe klanten en stimuleer groei

**Leren met LinkedIn**

Cursussen om uw medewerkers te ontwikkelen

**Admin Center**

Beheer facturerings- en accountgegevens

**Bedrijfspagina maken +**

## Career

Word aangenomen en ontwikkel uw carrière

- Val op en neem contact op met wervingsmanagers
- Bekijk hoe u zich verhoudt tot andere sollicitanten
- Leer nieuwe vaardigheden en geef uw carrière een boost

[Meer informatie](#)

## Business

Breid uw netwerk uit en houd contact

**Alle functies van Career, plus:**

- Vind de juiste personen en neem contact met ze op
- Promoot uw bedrijf en stimuleer groei
- Leer nieuwe vaardigheden die uw professionele merk zullen verbeteren

[Meer informatie](#)

## Sales Navigator Core

Ontgrendel verkoopmogelijkheden

**Alle functies van Business, plus:**

- Zoek leads en accounts in uw doelmarkt
- Krijg het inzicht dat u nodig hebt om contact op te nemen
- Bouw relaties op met klanten en prospects

[Meer informatie](#)

## Recruiter Lite

Vind en werf talent

**Alle functies van Business, plus:**

- Vind sneller geweldige kandidaten
- Neem rechtstreeks contact op met toptalent
- Bouw relaties op met potentiële nieuwe medewerkers

[Meer informatie](#)

Advertentieaccount ...  
603776910 Actief

Abonnement

Adverteren

Test

Analysen

Aanbevelingen (bèta)

Assets

Accountinstellingen

Bedrijfspagina

Business manager

## ← Prestaties van 4 campagnegroepen

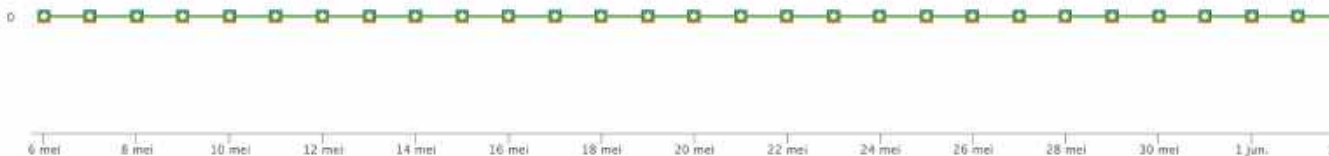
Samenvoegen ☐

Weergave: Prestaties

Weergave: Klikken

Periode: 6-5-2023 - 4-6-2023

Totaal Klikken: 0 0 0 0



Default Campaign Group Thirtyfour campagne Zijlstra - Samplepakket Bouw & Logistiek Thirthyfour campagne april-21

**Persoonlijk profiel  
vs.  
Bedrijfspagina**

# Bedrijfspagina vs. persoonlijk profiel

- Persoonlijk profiel scoort op alle vlakken beter (content, profielbezoeken, volgers). Jij volgt toch ook liever een persoon dan een bedrijf?
- Basis = persoonlijke content. Bouw een netwerk op en laat van je horen.
- Netwerk delen met CGCS; uitnodigen voor bedrijfspagina (indien beheerder).
- Bedrijfspagina = visie van het bedrijf, gezichten laten zien, commerciële content met What's in it for me?
- Persoonlijk profiel = visie persoon in relatie tot werk.





# Bedrijfspagina vs. persoonlijk profiel

- Men volgt een bedrijfspagina met een andere intentie dan een persoon (interesse ligt anders)
- (Potentiële) klanten in je eigen netwerk uitnodigen, vervolgens uitnodigen voor bedrijfspagina
- Voordeel: via diverse manieren binding met de (potentiële) klant houden.

# Even over jouw profiel



## LINKEDIN CHECKLIST

2 minuten geleden

- Recente en professionele profielfoto
- Achtergrondfoto/header
- Kopregel met goede zoekwoorden
- Samenvatting, incl. call to action
- Gelinkt met bedrijfspagina op LinkedIn
- Persoonlijke URL
- Contactgegevens
- Locatie en bedrijfstak
- Huidige functie
- Voormalige functies
- Opleidingen & certificaten
- Skills/vaardigheden
- Aangeboden services
- Content/media uitgelicht
- Vrijwilligersfuncties
- Coverstory (profielvideo)
- Voicebericht (uitspraak naam)
- Evt. websites & aanbevelingen



**Tip, tip, tip**

**Je persoonlijke profiel is vaak de eerste actie die geïnteresseerden ondernemen.**

**Richt deze dus goed in.**

**Gebruik ook de aanbevelingen van LinkedIn hiervoor.  
(& de meegeleverde checklist)**

Opdracht

**Check  
de checklist & pas direct aan  
waar nodig.**

# Hoe stond je er voor?

**Leuk. Zo'n checklist.  
Maar waarom?**

**Je persoonlijke account is je zakelijke  
visitekaartje en een belangrijke  
informatiebron voor potentiële  
opdrachtgevers, werkgevers en/of  
andere mediators die willen aansluiten**



# Dus:

- Je persoonlijke profiel is de basis van je hele LinkedIn strategie.
- Een volledig ingevuld profiel krijgt een hogere score door LinkedIn
- Met welk doel zit je op LinkedIn en wat zeg je nu eigenlijk? Wat krijgt men voor eerste indruk van jou?

# Het algoritme van LinkedIn

# Algoritme: snap jij het nog?

- Duisterrrr..... en verandert steeds
- Wordt gevoed door signalen (like, comment, share).
- Soort spamfilter: gemarkeerd met Spam, Lage kwaliteit of Goedgekeurd.
- Goedgekeurd? Dan wordt er eerst getest bij een kleine groep mensen; wat doen zij met jouw content? Eerste uur na posten = ontzettend belangrijk (Golden Hour)
- Blijf zelf actief met je post bezig (reageren op comments etc.)



# Algoritme: snap jij het nog?

- Taggen helpt! Maar alleen als zij iets met jouw post doen (comment, share, like), anders werkt het averechts
- Bedrijfscontent delen als persoon was eerst top, maar wordt nu al snel als duplicate content gezien
- Beste soorten content: Document posts (die sliders), Tekst Only, Tekst met afbeelding
- Minst goed: Link posts, video's





50 punten



100 punten



25 punten

# Zo werkt de tijdlijn

- Maak je een nieuwe connectie? Dan zien jullie twee weken lang elkaars posts.
- De tijd dat je op een post verblijft is erg belangrijk. Document-carrousels en tekst met meerdere afbeeldingen zijn hiervoor sterke contenttypes.
- Interactie blijft een belangrijk signaal voor het algoritme: hoe meer je interacteert op iemands content, hoe meer posts je ziet van diegene.

**Tip, tip, tip**

**Zoek een belangrijke prospect of opdrachtgever op, toon betrokkenheid bij zijn of haar post en kom zo in beeld.**

# Zo werkt de tijdlijn

- Een privébericht verhoogt de zichtbaarheid van je content tot 70% bij die persoon.
- LinkedIn houdt bij welke content je bekijkt en past je tijdlijn daar op aan. Bekijk je vaker video's dan zie je meer video's. Reageer je vaak op polls, zie je meer polls.
- Bekijk je een LinkedInprofiel? 50% kans dat je diegene zijn of haar post daarna op de tijdlijn voorbij ziet komen.

# Zo werkt de tijdlijn

- Inhoud die gedeeld wordt via verschillende kanalen, bijv. LinkedIn groepen, krijgt 15-25% meer betrokkenheid.
- De eerste interactie geldt. Doe je eerst een like, dan een reactie, dan geldt de like voor het algoritme. Wil je beide acties uitvoeren? Hou er dan minimaal 4 uur tijd tussen.

# Meer bereik op LinkedIn

- Een like op je post geeft je 1,4% meer bereik bij je connecties en 2,5% in het netwerk van degene die de like geeft.
- Likes van collega's die verbonden zijn door dezelfde bedrijfspagina leveren 15% minder groei op dan die van extern geïnteresseerden.



# Meer reacties op LinkedIn

- Zelf een reactie geven onder je eigen post kan discussie aanzwengelen en het bereik flink verhogen.
- De beste tijd om commentaar te geven op je eigen post is binnen een uur na publicatie, dan tussen de 6-8 uur. Na 24 uur kan het zelfs tot wel 25% meer bereik opleveren.
- Iedere reactie op je post betekent een toename in bereik van 5% binnen je netwerk en een toename van 2,8% in het netwerk van degene die reageert.



**WEFABRIC**  
we digital you

# Meer reacties op LinkedIn

- 2 tot 4 extra reacties toevoegen na het eerste uur kan je een extra groei opleveren van 25%.
- Reacties met linkjes worden minder zichtbaar getoond dan tekst reacties.
- Reageren op reacties binnen een uur kan wel 40% groei van je bericht opleveren.



**Tip, tip, tip**

**Wist je dat reposten van de  
bedrijfscontent niet meer werkt?  
En zelfs averechts kan werken?**

# Meer volgers op LinkedIn

- Uitnodigen persoonlijke connecties
- Gebruik hashtags
- Zorg dat iedereen gelinkt is aan het LinkedIn bedrijfsaccount
- Wees actief en plaats zelf ook ;)





Begin met het schrijven van een bijdrage



Foto



Video



Opiniepeiling



Artikel schrijven

**Paginabijdragen**

Volg ik

Hashtags

Bijdragen van medewerkers

Advertenties

Bijdragen van

Breid uw aantal volgers uit



250/250 tegoodpunten beschikbaar ?

Bouw uw doelgroep en bereik op door connecties uit te nodigen om uw pagina

Breid uw aantal volgers uit



250/250 tegoodpunten beschikbaar ?

Bouw uw doelgroep en bereik op door connecties uit te nodigen om uw pagina te volgen

**Connecties uitnodigen**

# LinkedIn groepen

Laat je horen!

# Waarom?

- Autoriteit opbouwen bij doelgroep (bijv. HR experts)
- Discussies, specialisme, netwerk
- Kies de juiste groepen en plaats consistent. Laat van je horen
- Wees actief & betrokken

*Doe je nu niks? Begin dan eerst met je eigen profiel en posts, daarna pas met groepen*

Ongeveer 27.000 resultaten



### Linked:HR (#1 Human Resources Group)

2 mln. leden

The group supports high-quality, useful dialog and discussion amongst professionals in **HR** and related disciplines, including HR research and teaching. We invite you to post meaningful HR...

Lid worden



### HR Professionals | Powered by HRCI and HRPA

600K leden

Founded in 2008, the Group today has 580,000+ member **HR** Professionals spanning across various geographies, industries, human resource functions and experience levels. This

Lid worden



### Human Resources (HR) Professionals

920K leden

Powered by **HR Dive**, this group is a community for anyone with a career in HR across the world. This group is designed to discuss Talent Acquisition, Human



### Human Resources (HR) Exchange Network - HREN

384K leden

This is the Human Resources (HR) Exchange Network, one of the premier **groups** for **HR** professionals from across the globe. Our group is open



### Opal Group's HR Executive Summit Series

390 leden

We know you are as excited as us to discuss pressing topics around Learning & Development, Diversity, Equity & Inclusion, Human Resources, Talent Intelligence, Corporate



### #RH #HR - 300 mil usuários

310K leden

Ongeveer 1.100 resultaten



### ADR, Conflict Resolution and Mediation Exchange

55K leden

The LinkedIn Group for Mediators and Conflict Resolution Experts to Network and exchange information

Lid worden



### International Mediation Institute (IMI)

23K leden

IMI makes a positive difference to, and is changing the landscape in, the dispute resolution world. Competently handled, **mediation** empowers parties to a conflict such that their mutual consensus...

Lid worden



### Mediation Discussion Group

12K leden

This group is designed to provide a discussion forum for mediators around **mediation** issues and issues of professional practice.

Lid worden



### Mediators, Mediation & Making Money (M4)

6K leden

To bring peace into people's lives, to alleviate the anxiety, pain, and distress of conflict, is a joy and a blessing that every mediator is privileged to experience. But heck! Don't you want to make more...

Lid worden



### Investment Treaty Arbitration and Mediation

5K leden

This Group is a forum for those involved in the resolution of International investment Treaty disputes: governments, investors and their lawyers and advisers. Its purpose is to serve as a forum...

Lid worden



### Workplace Mediation Group

4K leden

Lid worden

# De perfecte LinkedIn post

Bestaat die?

# Perfekte LinkedIn post

- Tussen de 900 en 1200 tekens
- Elke 300 tekens extra laat het bereik met 10% verminderen.
- Korte zinnen doen het beter, minder dan 12 woorden per zin geeft 20% beter bereik.

# Perfekte LinkedIn post

- Relevante afbeeldingen in je post kunnen je bereik met 15 tot 20% verhogen. Een selfie zelfs tot 30%.
- Vermijd afbeeldingen van producten of diensten (je ontkomt er niet altijd aan)
- Foto's met mensen leiden tot 20% meer bereik

En zo kan ik nog wel even doorgaan. Want ja; die bezwaren die ken ik natuurlijk ook. Maar alle voordelen maken die minimale bezwaren meer dan goed. Dus [Moniek Holtrop-Oostra](#) & ik? Wij zijn er morgen weer voor je. Vandaag doen we nieuwe input op bij het Employee Experience event van [Frankwatching](#). Binnenkort vertellen we je er alles over!



# Perfekte Carroussel post

- Carroussel posts hebben sinds juni 2023 45% minder bereik. Toch hebben ze nog steeds een 1.6 groter bereik dan tekst met afbeelding.
- Aantal ideale dia's is ongeveer 12.
- Begeleid je document met maximaal 500 tekens tekst. Daarboven verliest je 10% bereik.
- Houdt 25-50 woorden aan per dia.



**Wat vind jij?**

**Een link in de post vermindert  
het bereik. Maar.., is dat erg?**

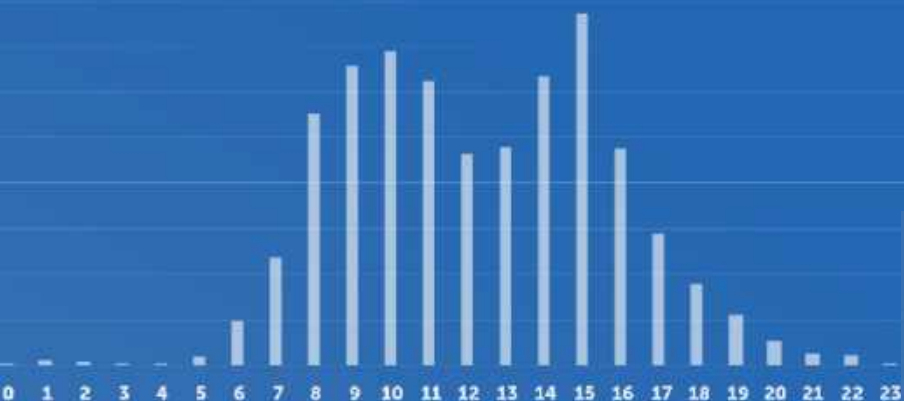
# Hier wordt op de bedrijfspagina over geplaatst

1. **Cases** - Een casestudy op verschillende manieren uitgelicht: een korte review, een interessante quote of een inhoudelijke klantcase. Een case kan op verschillende manieren naar voren komen.
2. **Over CGCS (bijv. diensten, werkwijze)** - Commerciële informatie over wat CGCS doet en kan
3. **Tips (uitleg, preventie en proces)** - Blogartikelen over relevante onderwerpen, op diverse manieren uitgelicht en meerdere keren per artikel geplaatst
4. **Uit de praktijk** - Een mooie quote, relevante case, achter de schermen post van wat er momenteel speelt
5. **Even voorstellen** - De gezichten achter CGCS: voorstellen van professionals
6. **Actueel & juridisch** - Trends, wetgeving en nieuws rondom zakelijke conflicten.

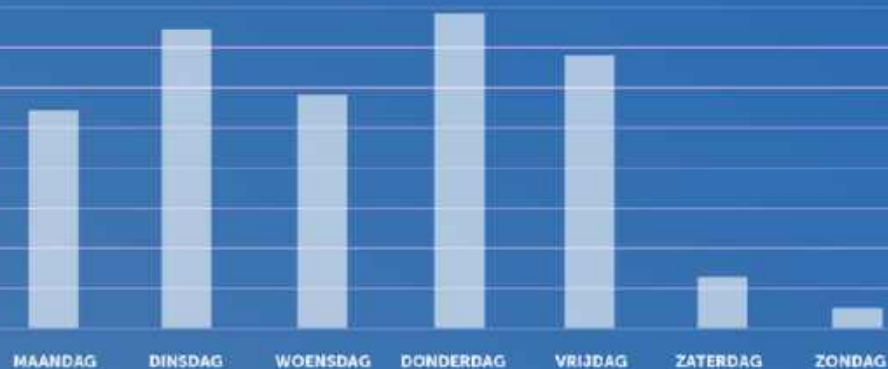
Wees lekker eigenwijs.

**Wanneer plaats  
je dat dan?**

**TOTALE INTERACTIE PER UUR**



**TOTALE INTERACTIE PER DAG**



# Een conclusie.

Zo zet je het dus in voor sales.

# LinkedIn voor sales

- Doel: autoriteit opbouwen, netwerk uitbreiden, onder de aandacht komen
- Gezamenlijke inzet van marketing & sales. En van ons & jullie :)
- Minimaal 1x per maand een post plaatsen (liefst vaker) op je eigen LinkedIn om te starten, toewerken naar minimaal 1x per week voor effect
- Tijd inplannen voor onderzoek, netwerk uitbreiden, reageren, liken, posten
- Vertaal de lijst met gemaakte onderwerpen naar concrete posts; je kunt posts 'op de plank' leggen. Maak een contentplanning voor jezelf (wanneer, wat plaatsen?)

# Zo trek je dat blikje open

- Wees een autoriteit op jouw domein: specialisme? Claim het.
- Geïnteresseerden nemen direct contact op via LinkedIn of andere kanalen
- Niet? Zorg dan dat ze naar de website gaan (via posts of persoonlijke berichten)



**Wees relevant.**



WEEFABRIC

ZIJN ER NOG  
VRAGEN?