

# LinkedIn Days - Tag 1 - Deine Aufgaben

Hallo,

es geht los. Ich freue mich sehr, dass du bei den LinkedIn Days dabei bist. **Wir starten ohne großes Geschwafel in die erste Aufgabe hinein:**

Sieh dir bitte deinen aktuellen [Social Selling Index](#) an und speichere dir einen Screenshot davon ab. In meiner Live Session um 09h in unserem [exklusiven Zoom-Raum](#) werde ich näher darauf eingehen.

## Too long to read

(Eine kurze Zusammenfassung der Inhalte)

- [LinkedIn-Potenzial-Check Formular](#) ausfüllen und **individuelles Feedback auf dein LinkedIn Potenzial bekommen**
- Profilbild optimieren: Zeige dein Gesicht möglichst groß und in guter Qualität.
- Hintergrundbild: Soll Autorität kommunizieren. Hier vier Canva [Vorlagen](#).
- **3 Aufgaben:** Titel, Hintergrundbild & Profil Slogan entwerfen inkl. Wertversprechen
- **Mehr Reichweite für dein Angebot** - so aktivierst du diesen Boost auf LinkedIn
- Poste deine Ergebnisse in [unserer exklusiven LinkedIn Gruppe](#).
- Wir sehen uns LIVE um 09:00h beim Training und 18:00h beim Experten-Feedback in unserem [exklusiven Zoom-Raum](#).

## Dein LinkedIn-Profil

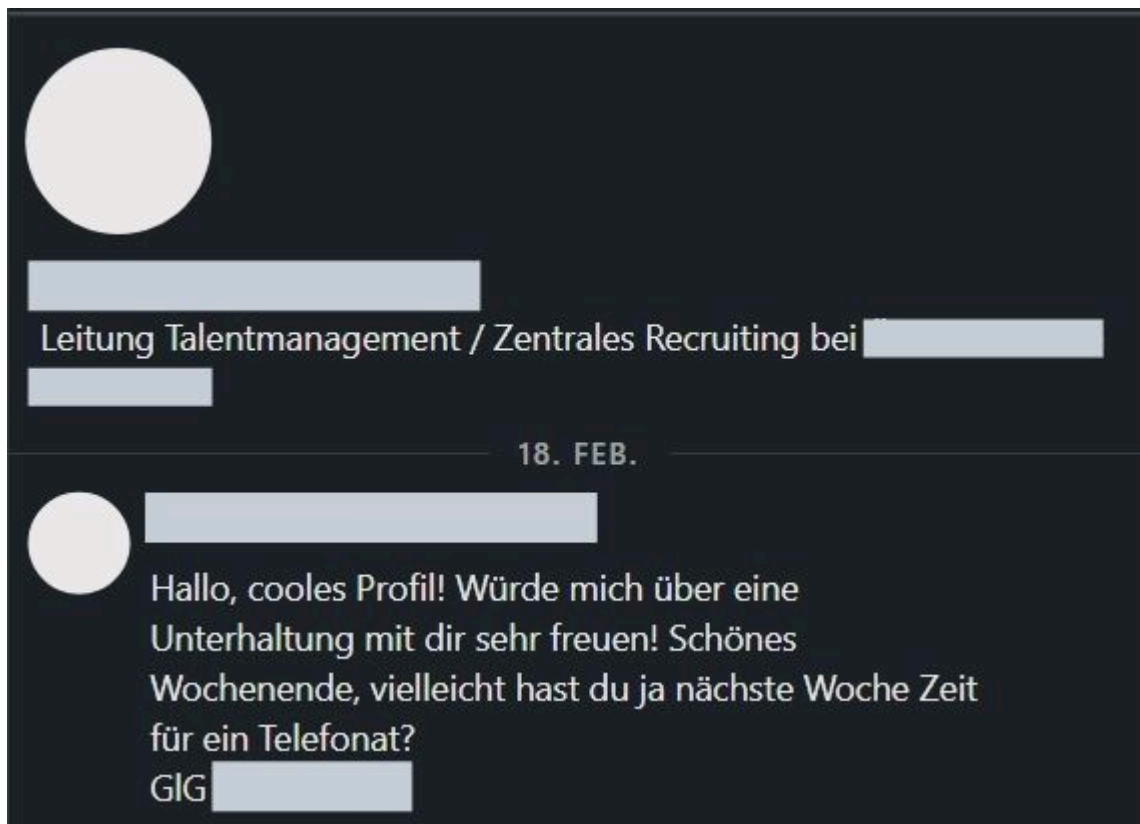
Dein Profil ist mehr als nur eine digitale Visitenkarte oder ein Lebenslauf. Es ist ein Spiegel deiner Persönlichkeit und Nutzer\*innen bilden sich darüber eine Meinung zu dir und deinem Unternehmen. Nutze diesen Umstand, um deine Geschichten zu erzählen, Vertrauen aufzubauen und nachhaltige Beziehungen zu knüpfen.

Nutze mein Profil als Beispiel und vernetze dich gleich mit mir.

Wenn du alles richtig machst, bekommst du regelmäßig Anfragen wie diese hier:

- "Genau dich habe ich auf LinkedIn gesucht. Ich hoffe du kannst uns bei Thema XYZ helfen?"
- "Tolles Profil, lass uns reden, du könntest uns wahrscheinlich helfen!"
- "Beeindruckend was du machst, würde mich gerne mit dir zum Thema XYZ austauschen!"

Folgende Nachricht habe ich vor ein paar Wochen von einem der größten Unternehmen in Österreich bekommen. Das passiert aber nur, wenn du ein Profil hast, was spitz ist und ausgezeichnet zu deiner Zielgruppe kommuniziert.



Jede\*r, der auf dein Profil gelangt, sieht folgende zwei Informationen zuerst. Auf diese werden wir uns heute konzentrieren, weil sie die größte Wirkung auf deine Zielgruppe haben (siehe Bild):



## Dein Profilbild

Das Erste, worauf Menschen bei deinem Profil achten, ist dein Gesicht und somit das Profilbild. Dein Gesicht ist dabei nicht nur auf deinem Profil zu sehen, sondern auch wenn du in der Suche auftauchst oder in den Kommentaren deine Ideen und Meinungen teilst.

Auf jeder Social Media Plattform und besonders auf LinkedIn bauen andere User über dein Profilfoto eine erste Beziehung zu dir auf. Hier wird bewusst und unbewusst entschieden, ob du vertrauenswürdig und kompetent bist.

Folgende Punkte solltest du dabei beachten:

- Professionell und qualitative hochwertige Aufnahme. Mindestauflösung 1080x1080 Pixel
- Dein Gesicht sollte im Vordergrund stehen und relativ nah herangezoomt sein. Dadurch bist du auch auf mobilen Geräten gut erkennbar.
- Freundlicher Gesichtsausdruck, der einladend ist.
- Farblicher Hintergrund oder ein Ring um hervorzustechen. Tools wie Canva, [remove.bg](https://remove.bg) & [pfpmaker](https://pfpmaker.com) helfen dir dabei.

**1. Aufgabe:** Finde ein Foto, welches den oben genannten Kriterien entspricht und lade es hoch. Mit der Profilfoto-Zoom Funktion von LinkedIn kannst du gut reinzoomen. Solltest du kein Foto zur Hand haben, nimm das nächstbeste und vereinbare einen Termin bei einem Business-Fotografen

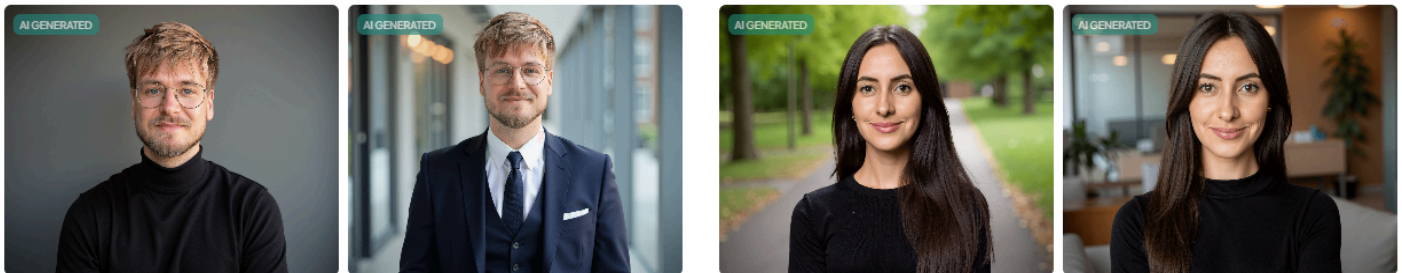


Du kannst dich an meinem Foto orientieren:



## Du hast aktuell keine guten Bilder?

Dann habe ich gute Nachrichten für dich. Schau dir mal folgende Bilder an:



Was fällt dir auf? Wahrscheinlich nichts?

Diese Bilder sind mit künstlicher Intelligenz generiert. WOW!

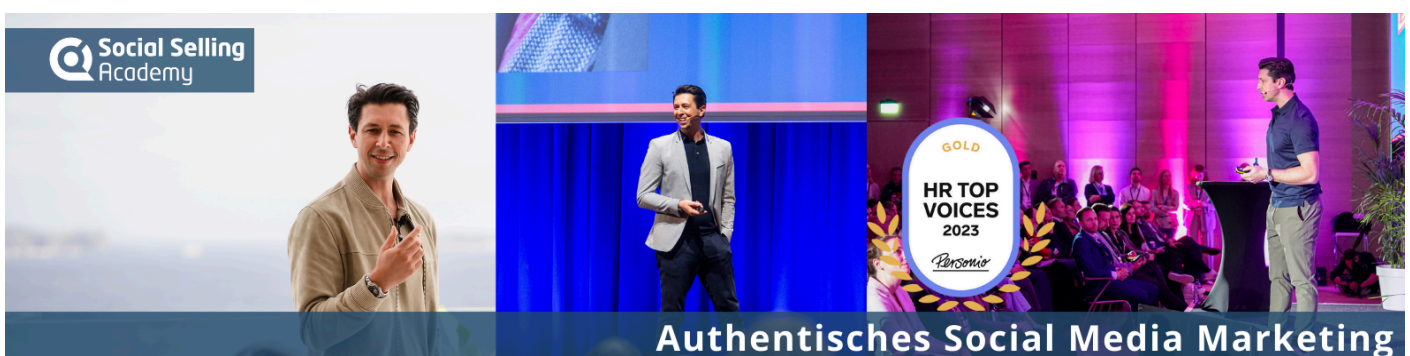
Du kannst ganz einfach auch von dir Porträtfotos in hervorragender Qualität für wenig Geld generieren lassen. Geh auf <https://www.headshotpro.com/> und du hast in wenigen Minuten perfekte Bilder für dein LinkedIn Profil.

## Dein Hintergrundbild

Beim Hintergrundbild oder Titelbild kannst du kreativ sein. Achte darauf, dass dein Titelbild auch auf der mobilen Version gut funktioniert und wichtige Textpassagen nicht überlagert werden. Du solltest folgende drei Punkte damit kommunizieren:

- **Autorität**
- **Leadership**
- **Social Proof**

Es gibt viele Möglichkeiten, das zu tun. Hier mein Titelbild als Vorlage:



**2. Aufgabe:** Ich habe etwas Besonderes für dich. Damit du schnell vorankommst, habe ich dir Canva-Vorlagen erstellt. Mach dir einen kostenlosen Account und fange an dein Hintergrundbild zu designen. Warte nicht bis es perfekt ist. Good is good enough. Mit der Zeit wirst du dein Hintergrundbild weiterentwickeln und es wird sich verändern, genauso wie dein Unternehmen. So war es auch bei mir.

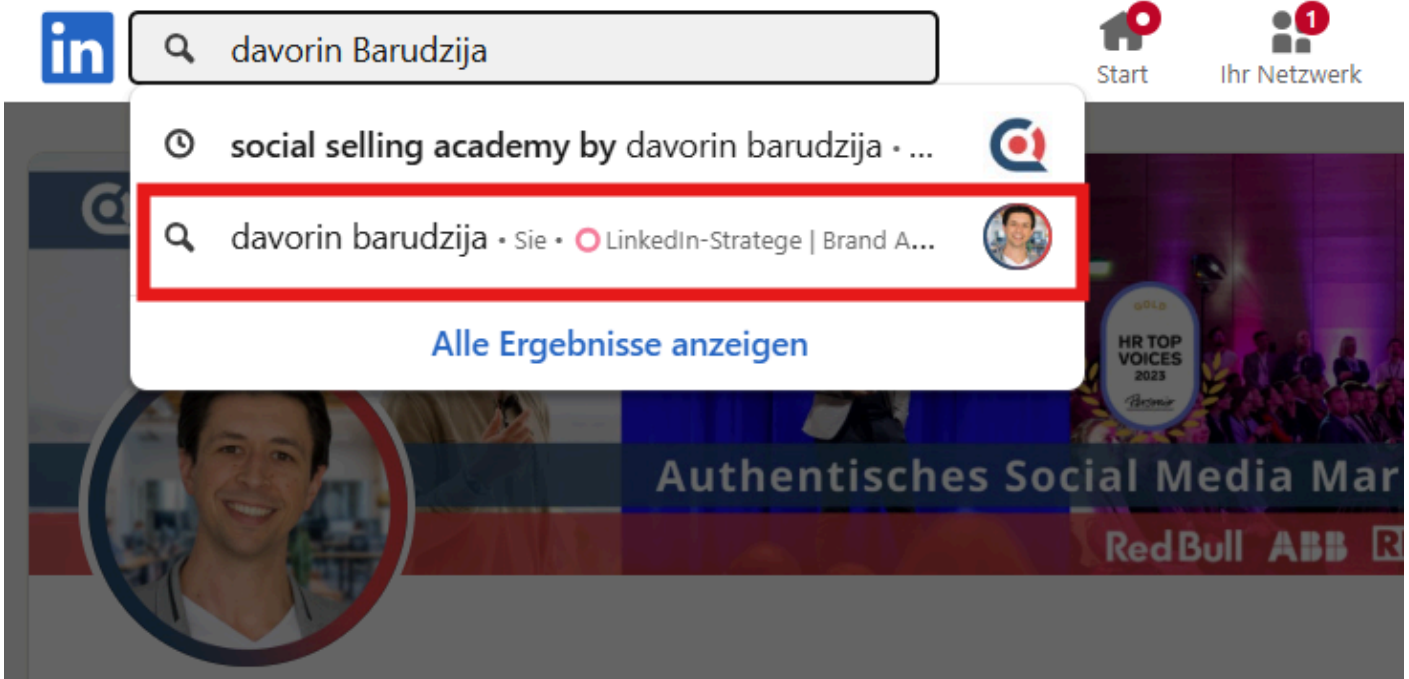
[Hier findest du unsere Vorlagen](#)



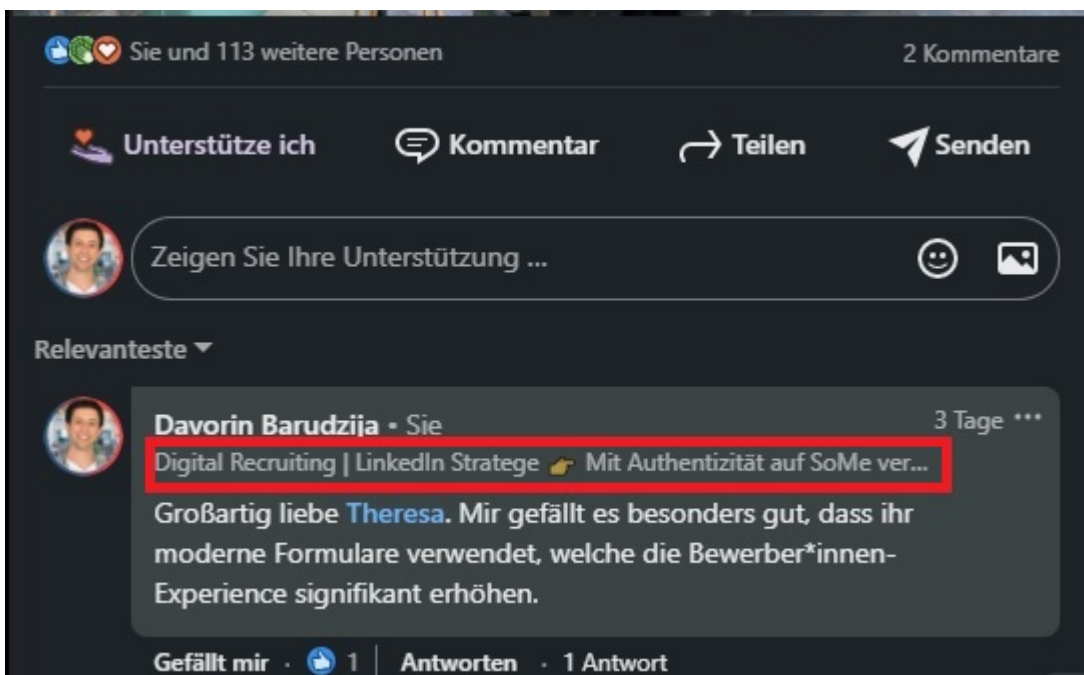
## Dein Profil-Slogan

Der Profil-Slogan ist oft das zweite Element welches dem/der Betrachter\*in auffällt. Die ersten 40 bis 60 Zeichen sind dabei entscheidend, weil sie überall unter deinem Profilbild aufscheinen.

Hier ein Beispiel was passiert, wenn jemand mein Profil in der Suche entdeckt. Schau dir mal an, welchen Text die Person zuerst über mich sieht:



Oder folgendes Beispiel, wenn ich unter einem Post kommentiere:



Der Profilslogan ist unglaublich wichtig, um deine Zielgruppe punktgenau zu erreichen.

Du kannst bei deinem Slogan gezielt Emojis platzieren, um dich von der Masse abzuheben. Folgende Informationen sollte der Profilslogan kommunizieren:

- Deinen Titel bzw. deine Berufsbezeichnung
- Wertversprechen
- Keywords



Die verwendeten Keywords sind insofern wichtig, weil LinkedIn dein Profil anhand der verwendeten Suchbegriffe und Interessen deiner Zielgruppe anzeigt. Achte darauf, dass du hier deine Themen platzierst.

Du kannst auch eine der folgenden zwei Formen verwenden, um deine Dienstleistung, dein Produkt oder dein Unternehmen vorzustellen:

- Ich helfe Formel: "Ich helfe XY dabei Z Problem zu lösen"
- Wie Formel: "Wie du in X Zeit Y erreichst"

Hier siehst du wie mein Profilslogan aufgebaut ist. Dabei lege ich meinen Fokus auf meine Berufsbezeichnung, mein Wertversprechen und ein paar Keywords mit denen ich in Verbindung gebracht werden möchte.

**Davorin Barudzija**  

 LinkedIn-Strategie | Brand Ambassador Programme | Personal Branding | Speaker  Mit Authentizität auf Social Media verkaufen und neue Talente begeistern | Corporate Influencer | Digital Recruiting | Social Selling

Wien, Wien, Österreich · [Kontaktinfo](#)



Social Selling Academy



Technische Universität Wien

**Aufgabe Teil 3:** Mach einen ersten Entwurf von deinem Profil-Slogan in einem separaten Dokument. Du hast insgesamt 220 Zeichen Platz. Dein Slogan wird sich mit der Zeit weiterentwickeln. Poste das Ergebnis in die Facebook-Gruppe, damit wir dir Feedback geben können.

Auch heute habe ich eine [Vorlage](#) für dich, welche dir helfen soll den perfekten Profil-Slogan für dein Unternehmen zu entwerfen.

Nutze auch unser [GPT, um dein perfektes Wertversprechen zu entwickeln](#).

## So wirst du auf LinkedIn und Google besser gefunden und bringst mehr Besucher:innen auf deine Webseite!

Mit deinem LinkedIn-Profil kannst du mehr Traffic auf deine Homepage, Freebies oder Terminvereinbarungs-Tools bringen

### PLUS

Es gibt eine Funktion, mit der du besser auf LinkedIn und Google gefunden werden kannst.

Wie das geht, zeige ich dir im heutigen LIVE Training um 09:00h und um 18:00h.

### Bonus - heute 18:00

Sei unbedingt am Nachmittag um 18:00 Uhr Live in der Gruppe und verpasse nicht das Tutorial wie du dein Profil visuell so optimieren kannst, dass User dich als Expert:inn wahrnehmen. Weiters gebe ich euch LIVE Feedback auf eure Profile.



The image shows a LinkedIn profile for Davorin Barudzija. The profile header includes the name, a verified badge, and a list of skills: LinkedIn-Strategie, Digital Recruiting, Speaker, and others. Below the header, there are two red arrows pointing to the profile picture and the 'About' section. The 'About' section contains the text: "1. Mehr Webseitenbesucher mit dieser Funktion" and "2. Als Expert:inn wahrgenommen werden". To the right of the profile, there are logos for Social Selling Academy and Technische Universität Wien. Below the profile, there are three example posts: a link post about a webinar, a text post about OMR news, and a text post about HR. Each post has a small image and some text.

## LinkedIn-Potenzial-Check

Wenn du es noch nicht gemacht hast, fülle den [Potenzial-Check](#) für dein Angebot aus, um konkretes Feedback von uns zu bekommen.

### Das sind deine Aufgaben für den heutigen Tag.

Wenn du erste Ergebnisse hast, dann poste sie [unserer exklusiven LinkedIn Gruppe](#), damit wir dir Feedback geben können. **Sei hier nicht schüchtern, es gibt keinen Grund dazu.** Wir wollen uns alle weiterentwickeln und das geht nur, indem wir aus der Komfortzone austreten.

**Um 09.00h gehe ich in unserem [exklusiven Zoom-Raum](#) LIVE** und werde diese und weitere Themen zum LinkedIn-Profil präsentieren. Sei dabei.

**Um 18:00h gehen wir dann auf deine Fragen ein.** Schreib dazu gerne in die Gruppe. Wir werden alles sammeln und deine Fragen beantworten.

Bis dahin gutes Gelingen.

Dein Davorin und Team