

Voordat jij je Post op LinkedIn plaatst...

- ❑ Zorg dat je weet wie je wilt bereiken met je Post. Wie zijn de mensen binnen je **doelgroep**; Wat is hun functie, bedrijfssector en geografische locatie?
- ❑ Weet wat de **belangrijkste onderdelen** zijn van de informatie die je gaat delen; Wat is het meest nieuwswaardige element? Waarom is dat relevant of interessant voor je doelgroep?
- ❑ Zorg dat je het **doel** van je Post helder voor ogen hebt; Welke actie moet je doelgroep ondernemen *na* het lezen van je Post? Moeten zij zich bijvoorbeeld aanmelden voor een event? Een artikel lezen? Of iets downloaden?
- ❑ Een Post kan slechts één doel bevatten. Zijn er **meerdere doelen**? Dan heb je ook **meerdere Posts** nodig.
- ❑ Realiseer je dat je Post op een **openbaar platform** komt te staan met **meer dan 660 miljoen gebruikers**. Gebruik dus – net als altijd – je gezonde verstand!

Wanneer jij je Post op LinkedIn plaatst...

- ❑ Zet het **belangrijkste onderdeel** (en je **doelgroep**) in de eerste regel van je Post; Geef direct aan *waarom* (en voor *wie*) je Post interessant is. Let op! Alleen de eerste 133 tekens van je Post zijn zichtbaar.
- ❑ Vertel **verhalen**; Maak je Post zo persoonlijk mogelijk, geef (in detail) aan wat er is gebeurd en beschrijf waarom dat interessant is voor je doelgroep.
- ❑ **Vermijd jargon** en **afkortingen**. Misschien begrijp jij ze wel, maar je doelgroep hoogstwaarschijnlijk niet.
- ❑ Gebruik **@mentions** om organisaties en mensen (waar mogelijk) te noemen. Check altijd of de @mentions ook naar behoren werken.
- ❑ Gebruik één of meer aansprekende **afbeeldingen** of upload een **video** of **presentatie**.
- ❑ Gebruik 3 **#hashtags**, maar alleen als deze ook door anderen worden gebruikt. Check hoe populair een #hashtag is door erop te zoeken via <https://www.linkedin.com/search/results/content/>
- ❑ Creëer tractie voor je bericht. Laat collega's helpen bij de verspreiding door op je Post te reageren.