



## ReadMe LinkedIn

Versie 9 juli 2021, opgesteld door xx

### Korte instructie voor het maken van posts en beheren van materiaal

Als je onze LinkedInpagina beheert, zijn dit je wekelijkse to do's:

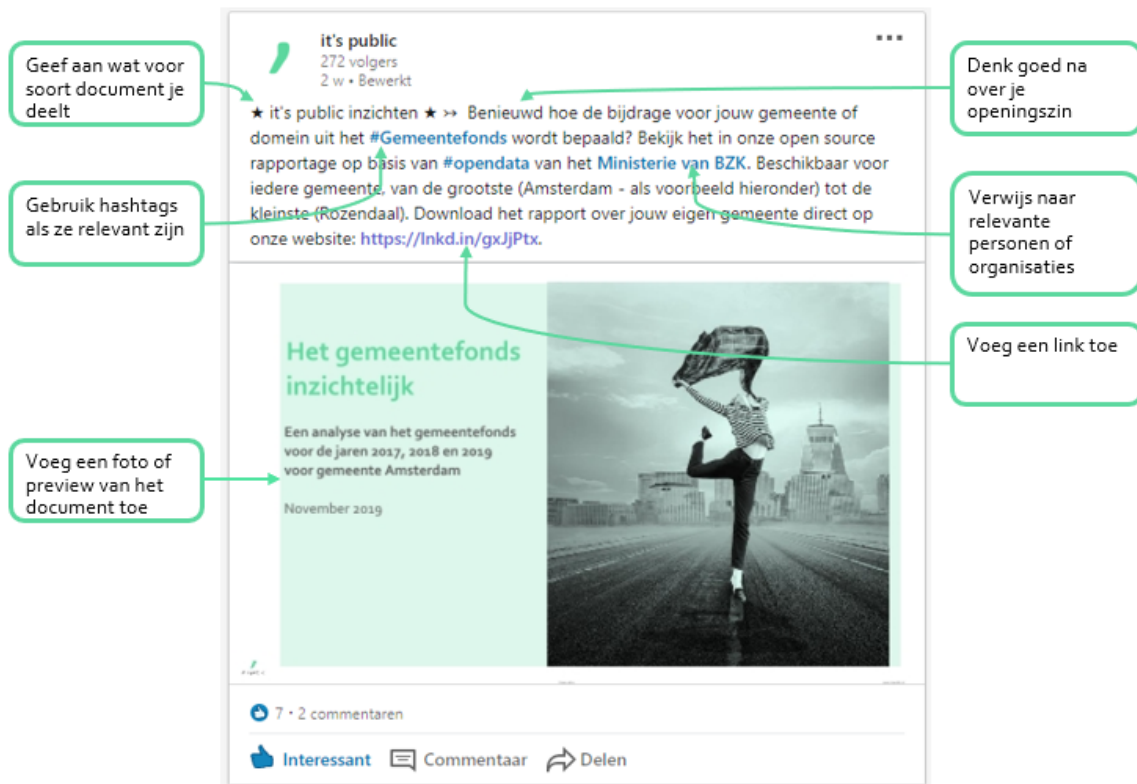
- Houd in de content kalender het overzicht van posts die je wil maken komende tijd.
- Bij het maken van een nieuwe post:
  - Overleg indien nodig met degene die inhoudelijk verantwoordelijk is of jij post schrijft of hij/zij.
  - Maak een visual in het template bestand.
  - Sla deze visual op in *G:\Shared drives\01 Organisatie\05 Marketing\01a LinkedIn communicatie\Visuals bij posts*
  - Check bij vragen of voor tips nog bij Kees.
  - Publiceer de post op geschikt tijdstip en dag (dinsdag t/m donderdag, begin of einde werkdag).
- Sla de tekst van de post op in het archief tabblad van de content kalender

### Hoe maakt It's Public gebruik van LinkedIn?

#### Uitgebreide uitleg voor het maken van een post

Het is belangrijk om goed na te denken over het doel, het format en de boodschap van een post:

- **Doel:** Welke soort post is dit en wat is het doel van de post? Zie bovenstaande uitleg voor opties.
- **Vorm:** Wat delen we in deze post?
  1. Een link naar een bestand
  2. Een embedded image
  3. Een foto
  4. Een afbeelding met een lay-out
- **Vorm:** Voor opties 3 en 4 is het nodig dat je de afbeelding edit. Daarvoor is een template gemaakt met verschillende soorten formats voor foto's en lay-outs, inclusief voorbeelden.
- **Let op:** De LinkedIn feed ziet er aanzienlijk aantrekkelijker uit bij het gebruik van foto's. Maak dus zoveel mogelijk gebruik van foto's.
- **Tekst/boodschap:** Onderstaande afbeelding legt de basisstructuur van een goede post uit.



- **Publicatie:** Publiceer de post op een goed moment (zoals hieronder uitgelegd). Deel je een post van een andere gebruiker? Check dan even of je het bereik wel op “iedereen” hebt staan.

### Wat is het beste tijdstip om te posten?

- **De beste dag** om iets op LinkedIn te posten is **woensdag**. Als je meerdere posts in dezelfde week wil doen kunnen dinsdag en donderdag ook. Maandag en vrijdag zijn slechte dagen om iets te posten.
- **De beste tijden** om iets te posten zijn het einde/begin van de dag, en de momenten waarop pauzes worden gehouden. Het is goed om te blijven analyseren of de tijdstippen voor onze doelgroep wellicht hier van afwijken.

### Hoe vaak posten we?

Het werkt goed om regelmatig iets te posten, het liefst één keer per week.

### Do's en Don'ts

- **DO:** reageren op originele posts en ze liken. Dit werkt beter dan delen omdat de “geshared” post weer een aparte post is en de likes en reacties niet meetellen voor de originele post. Die wordt daardoor door het algoritme minder snel opgepikt.
- **DO:** wanneer je een post maakt met een document, zorg dan dat er een catchy plaatje voorop zit. Dit vergroot de kans dat mensen het aanklikken.
- **DO:** mensen linken in de titel van een bericht. Hierdoor kan de post op de tijdlijn terecht komen van connecties van degene die gelinkt wordt.

- DO: voeg hashtags toe. Posts verschijnen op iemands tijdlijn onder andere vanwege gedeelde interesses, hashtags zijn een handige manier om hieraan te relateren.
- DO: snel posts liken (als je dat wil). Hoe sneller posts likes krijgen hoe groter de kans is dat de post te zien is op de tijdlijn van anderen.
- DON'T: posts delen. Dit kan overigens wel wanneer het gek voelt om een reactie te plaatsen (bijv. wanneer hij over jezelf gaat). Of wanneer je op een later moment een post nog een keer wil uitlichten.

### Waarom gebruiken we LinkedIn?

- **Delen van inzichten:** We willen graag dat onze inzichten en manier van werken wordt verspreid binnen de publieke sector.
- **Uitbreiden van netwerk:** Door regelmatig iets te posten op LinkedIn worden relevante connecties herinnerd aan ons, en krijgen we nieuwe connecties.
- **Werven van talent:** Door te laten zien wat we doen krijgt aanstormend talent een goed beeld van wat we doen en kunnen ze ons team komen versterken.
- **Geïnteresseerde partijen prikkelen:** Het komt professioneel over en prikkelt de nieuwsgierigheid van geïnteresseerde partijen wanneer er op onze tijdlijn regelmatig mooie en inhoudelijke posts staan.

### Welke soorten posts delen we en met welk doel?

- **Posts met publicaties / materialen van It's Public zelf.** Met deze posts willen we publicaties onder de aandacht brengen bij geïnteresseerden, specifiek bij potentiële opdrachtgevers die met het thema in kwestie bezig zijn.
- **Posts gericht recruitment.** Denk hierbij aan het onder de aandacht brengen van kennismakingsevenementen en vacatures. Doel is het opwekken van de interesse van potentieel jong talent/ senior consultants.
- **Posts met een sociale inslag** zoals het delen van verhalen van medewerkers of projecten/activiteiten waarmee medewerkers buiten It's Public mee bezig zijn maar die wel gericht zijn op maatschappelijke impact. Denk bijvoorbeeld aan het delen van een opiniestuk dat een collega op eigen titel heeft geschreven of een campagne voor goed doel waar een collega zich voor inzet.
- **Delen van artikelen/posts van externen.** Dit kan door een artikel te delen van een nieuwssite, een rapport of aankondiging van een overheidsinstantie. Schrijf er wel altijd een korte tekst bij waarin je toelicht waarom wij dit delen (Omdat we het een belangrijk thema vinden/ omdat we zelf op dit onderwerp een bijdrage hebben geleverd, etc....)

Het werkt goed om deze posts af te wisselen. Door af en toe een minder inhoudelijke foto te plaatsen wordt je tijdlijn afwisselender. Daarnaast zijn posts met foto's van mensen vaak populair omdat ze herkenbaar zijn voor volgers die ons kennen.

### Hoe werkt LinkedIn?

#### Hoe telt LinkedIn views?

LinkedIn telt verschillende soorten views:

- **Posts zijn korte statusupdates die in je homefeed verschijnen.** Elke keer dat een post op de timeline van iemand *te zien is*, wordt hij geteld. Dit betekent niet dat iemand erop geklikt of gelezen heeft. De views van een gedeelde post tellen niet mee voor de originele post.



- **Artikelen** zijn de langere stukken die je via LinkedIn kan schrijven. Deze blijven ook als artikelen aan het profiel hangen. De views tellen wanneer het artikel is aangeklikt.
- **Embedded documenten.** Elke keer dat een embedded document op iemands tijdlijn verschijnt telt dat als een view
- **Video's** die je via LinkedIn uploadt tellen wanneer de video langer dan 3 s. wordt bekeken.

### **Followers, hoe werkt het en wat zie je?**

Followers zijn de mensen die hebben aangegeven onze posts te willen zien via LinkedIn. Wanneer je een pagina volgt krijg je de posts van deze pagina te zien op je tijdlijn.