

16. szám  
2021. 02. 26.

# Hírháttér

## adatok – elemzések – módszerek

A LinkedIn a világ legnagyobb professzionális közösségi médiahálózata, ahol megtalálhatjuk jövőbeni munkáltatónkat, alkalmazottjainkat, valamint üzleti partnereinket egyaránt. A LinkedIn kiváló platform B2B kapcsolatok bővítésére, ápolására és új ügyfelek szerzésére. LinkedIn kutatásai azt mutatják, hogy a B2B megkeresések 80%-a LinkedInről jön. Mostani összefoglalónkban a platformon küldhető direkt üzenetekre koncentrálunk, ezen belül is a talán legnehezebb kapcsolatfelvételre, a hideghívásokra.

### Direkt üzenetküldés a LinkedInen

*Ne féljünk az ismeretlentől!*

A LinkedIn egy kommunikációs platform, ami lehetővé teszi a tagok számára a közvetlen, direkt üzenetküldést. Ez a funkció manapság már nem egy egyedi dolog, de amennyiben jól épített kapcsolati hálónk van, úgy a LinkedIn által biztosított lehetőség egyedülálló. Mivel a legtöbb esetben mindenki saját maga kezeli a LinkedIn oldalát, így kevesebb az esélye, hogy kapuőrbe, „gate-keeper”-be ütközünk vagy levelünk levélszemét (spam) mappába kerül.

A LinkedIn direkt üzenetek másik fontos megkülönböztetője, hogy különféle üzenetküldési formát tesz lehetővé a szöveges üzenettől, a hang üzeneten át a videó üzenetekig. Sőt, csatolmány hozzáadási funkciók és konferenciahívási lehetőségek is a rendelkezésünkre állnak.

### A LinkedIn direkt üzenet formai elemei

<b>Konkrét tárgy megjelölés</b>  Az „utánkövetés a tegnapi esti esemény után” felütéssel valószínűbb az üzenet elolvasása, mint az „Utánkövetés” címmel.	<b>Bemutakozás</b>  Adj 1 mondatos háttér magadról „Anna vagyok, talákoztam a xx eseményen” vagy „Ádám vagyok, és érdeklődéssel olvastam posztját az eleaningről”.	<b>Rövid kifejtés</b>  Fogalmazd meg minél tömörebben a kapcsolatfelvétel okát. „Megkerestem, mert tanácsra van szükségem a ...-vel kapcsolatban.”	<b>Összegzés</b>  Végül zárjuk röviden: „Nagyrá értékelném az idejét és szakértelmét kérésém megválaszolásában. Köszönöm ...”
--	---	---	--

NIBADA

Forrás [www.themuse.com](http://www.themuse.com)

A direkt üzenetküldés fontos elemeiről, a videóüzenet fontosságáról, az üzenetküldés gyakoriságáról, kerülendő témákról és további hasznos tanácsokról egy következő írásunkban térünk majd ki részletesen.

## Hideghívás

---

### *Melegen ajánlott!*

---

A hideghívás egy olyan üzenet, amit egy ismeretlen személynek küldünk. A megkeresés célja lehet álláskeresés, vagy toborzás, B2B kapcsolatfelvétel keretében bemutatkozás, ajánlat, ajánlatkérés stb.

Álláskeresés esetén a címzett legtöbbször annál a cégnél dolgozik, ahová mi magunk is szeretnénk bekerülni. A hideghívásos megszólításhoz használhatunk többféle csatornát, mint pl. e-mail, egyéb közösségi médiacsatorna. A professzionális életben azonban, a LinkedIn direkt üzenet a leghatékonyabb.

Azt tudni kell, hogy a hideghívásos megkeresés az egyik legnehezebb formája a kapcsolatteremtésnek. Ezért mielőtt bármilyen hideg megszólítást küldenénk, célszerű rákeresni a meglévő kapcsolatokra és közös kapcsolatot keresni, hisz ez növelheti az esélyét, hogy sikeres kapcsolatfelvétel jöjjön létre az új személlyel.

A kapcsolódási pontok feltérképezése egyszerű a LinkedIn profilon. A közös ismerősökön túl lehet közös a LinkedIn csoport, amit követünk, az iparág, amiben tevékenykedünk, az iskola, ahova jártunk, érdeklődési körünk és így tovább.

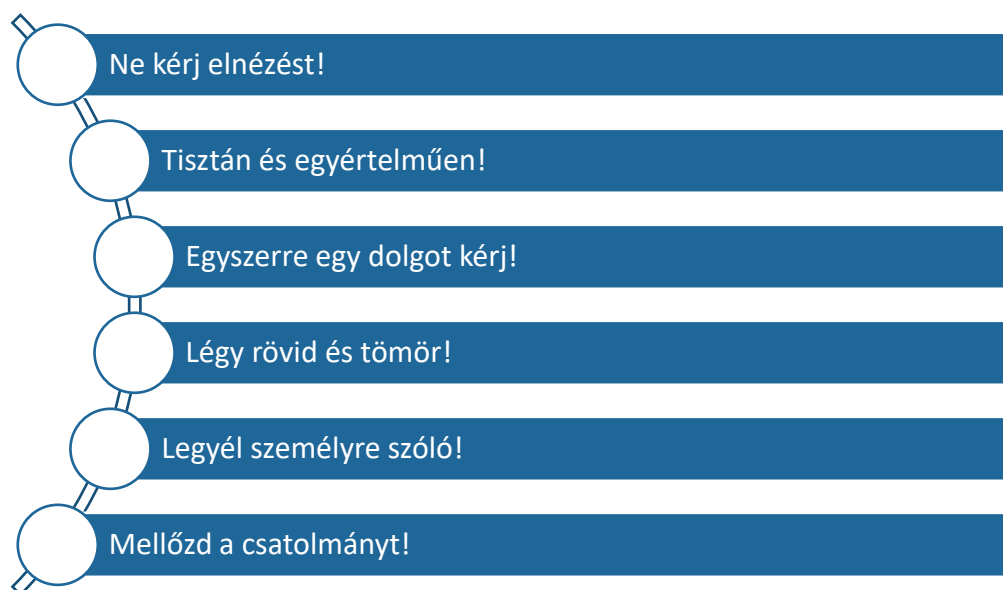
Amennyiben nincs közös kapcsolat, akkor sincs probléma, marad a hideghívásos megkeresés, ami nagyon sok esetben vezet sikeres kapcsolatfelvételhez. Íme néhány jótanács a „hogyan”-hoz:

### **Hogyan állítsd össze a hideghívásos direkt üzenetedet?**

---

### *6 praktikus tanács*

---



#### **1. Ne kérj elnézést!**

A LinkedIn egy professzionális platform, így amíg üzeneted szakmai tartalmú és jellegű nem szükséges bocsánatkéréssel indítani a levelet. Azaz kerüljük az "Elnézést a zavarásért", vagy "Tudom, hogy nagyon elfoglalt, de..." indítást. Ehelyett, kezdjünk magabiztosan és térjünk egyértelműen a lényegre, így nagyobb eséllyel nyerjük el már az olvasás elején az érdeklődést és a figyelmet.

## 2. Tisztán és egyértelműen!

Legyen egyértelmű, hogy mi a megkeresés célja. Minél egyértelműbb és közvetlenebb a megkeresés, annál jobb az esélyed a válaszra. A túl általános megkeresések gyakran maradnak válasz nélkül. Például nem célravezető valakit megkérni, hogy nézzen rá általánosan a LinkedIn profilodra, hisz egy profil átnézése sok időt vesz igénybe. Ellenben, ha konkrét kérdésed van a profiloddal kapcsolatban – pl. Véleménye szerint jobb lenne a Summary/Összefoglaló részem, ha kivenném az első bekezdést? – arra konkrét és gyors választ lehet adni. Így nagyobb az esély, hogy a címzett válaszolni is fog. Kerüld a szakzsargont és a komplex, fellengzős kifejezéseket az üzenetben!

## 3. Egyszerre egy dolgot kérj!

Figyelj arra is, hogy az első üzenetben csak egyetlen dolgot kérj, ne többet! Ha túl sok mindent kérsz vagy túl sok kérdést teszel fel, akkor ez bonyolulttá és időigényessé válhat a válaszadónak. Ezzel kockáztatod, hogy válasz nélkül maradsz.

## 4. Légy rövid és tömör!

Legyen rövid az üzeneted, kerüld a barokkos körmondatokat! A LinkedInen a legjobb hideg üzenetek 100 szónál kevesebbek, az ideális terjedelem 50-75 szó között van. Így a címzettnek már az első pillantásra kezelhetőnek és könnyen olvashatónak tűnik. Ezért sokkal valószínűbb, hogy elolvassa és megválaszolja azt.

## 5. Legyen személyre szóló minden kiküldött üzeneted!

Minden kimenő üzeneted legyen megszemélyesítve, ezzel is mutatva a levél címzettjének, hogy nem ugyanazt az üzenetet másolod és küldöd szét sok-sok ember számára. Ha csak néhány másodpercet tölt el valaki egy általános üzenet bemásolásával és elküldésével (copy/paste), akkor az esetek többségében nem fognak túl sok időt szálni a megkeresés megválaszolására sem.

## 6. Mellőzd a csatolmányt!

A hideghívásos levélhez ne tegyél csatolmányt! A tapasztalatok azt mutatják, hogy első megkeresésnél nem célszerű csatolmányt küldeni, maradjon a levél szöveges (text only) a fenti tanácsok figyelembevételével.