

17. szám
2021. 03. 12.

Hírháttér

adatok – elemzések – módszerek

A LinkedIn a világ legnagyobb professzionális közösségi médiahálózata, ahol megtalálhatjuk jövőbeni alkalmazottjainkat, sőt üzleti partnereinket is. A LinkedIn a legmegbízhatóbb közösségi média platform a Business Insider minősítése szerint, immáron három egymást követő évben. A 2019-es Business Insider Trust jelentés szerint csupán 2% az esélye, hogy a felhasználók megtévesztő tartalmat tesznek közzé, szemben egy másik vezető közösségi platformmal, ahol ez az érték elérheti a 42%-ot.

Érdemes tehát kiaknáznunk a megbízhatóságban és a legitimitásban élen járó LinkedIn közösségi platform eszköztárát márképítésre, B2B kapcsolataink szélesítésére és az értékesítésünk bővítésére. Mostani írásunkban szót ejtünk a hathagek szerepéről a tudatos márképítésben, valamint bemutatjuk a LinkedIn legfrissebb újítását, a Termékoldalt, ami támogatja a B2B termékek online kereskedelmét. A jelen pandémiás helyzetben, amikor a B2B kapcsolatok döntően a digitális térben zajlanak, a 2021-es év a LinkedIn éve lehet.

A LinkedIn a hiteles és hatékony üzleti platform

LinkedIn a világ legnagyobb professzionális közösségi médiahálózata, kiváló platform B2B kapcsolatok bővítésére, ápolására és új ügyfelek szerzésére. LinkedIn kutatásai azt mutatják, hogy a B2B megkeresések 80%-a LinkedInről jön, míg a B2B marketingesek 94%-a tartalommegosztásra használja a LinkedIn-t.

Előző írásunkban összefoglaltuk a céges LinkedIn profil témakörét, valamint kitekintést adtunk a turizmus szakmában érdekelt magyar cégek oldalaira. Erről szóló írásunk itt olvasható. [Hogyan építsünk céges LinkedIn profilt?](#) A LinkedIn platform kapcsolatfelvételi lehetőségéről pedig részletes információ [Hogyan kezdeményezzünk hideghívást a LinkedInen?](#) cikkben olvasható.

A LinkedIn egyik erőssége a hitelessége, amivel megbízható és professzionális környezetet teremt. Ezt bizonyítja, hogy a LinkedIn-t a Business Insider három egymást követő évben is az első számú **legmegbízhatóbb** közösségi média platformnak minősítette.

A 2019-es Business Insider Digital Trust jelentés szerint csupán 2% annak az esélye, hogy a tagok megtévesztő tartalmat tesznek közzé a LinkedInen, szemben egy másik vezető közösségi platformmal, ahol ez az érték elérheti a 42%-ot. Továbbá a jelentés az első helyre rangsorolta a LinkedIn-t a közösségi médiák között a **legitimitás területén** is.

*Megbízható
professzionális
márkakörnyezet*

Egy Nielsen tanulmány* szerint azon márkák, amelyek hirdetései a LinkedInen megjelentek, a válaszadók

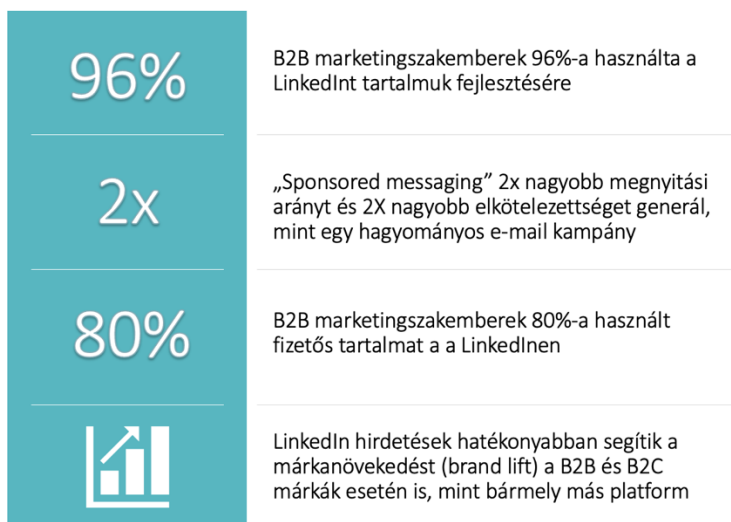


*Forrás: Custom Nielsen Lab Study for LinkedIn (August 2017)

A LinkedIn segíti az üzleti növekedést

Használjuk a LinkedIn által biztosított kapcsolatokat és hálózati lehetőségeket a márkánk építéséhez és népszerűsítéséhez. LinkedIn adatok azt mutatják, hogy az erős márkák visszhangot keltenek és akár 10–15 százalékkal növelik a rövid távú értékesítési teljesítményt.

A LinkedIn hatékony marketing eszköz



Forrás: LinkedIn saját adatok / Nielsen tanulmány

Hashtag, azaz címke a tudatos márkaépítéshez

A hashtag, egy # kettőskereszt szimbólumból és az azt követő szóból vagy kifejezésből áll. A hashtag, mint a nevében is szerepel egy „tag”, vagyis címke, amit a közösségi médiában használunk, tartalmak megjelölésére és kereshetővé tételére.

Észrevetted, hogy a LinkedIn is egyre többet használ Hashtag-eket, minden típusú tartalomhoz, a szövegtől a vizuális formátumig? Professzionális hálózatunk organikus bővítéséhez elengedhetetlen a #hashtagek használata. (Forrás: <https://elemzeskozpont.hu/vallalkozas/hashtag-jelentese-hasznalata-kozossegi-mediaban>)

#márkaépítés

A LinkedIn hashtag egy nagyon hatékony eszköz, és elengedhetetlen a tudatos márkaépítéshez. A LinkedInen 2018 óta tudunk egyéni bejegyzéseket, megjegyzéseket #hashtagekkel. A legtöbb más közösségi médiához hasonlóan, a LinkedIn hashtag is egy hatékony módja annak, hogy célzott érdeklődés mellett nagyobb közönséget tudjunk elérni bejegyzéseinkkel. Ha okosan használjuk, akkor a releváns aktuális hashtagek növelhetik a poszt megjelenítéseket, valamint

megkönnyítjük a felhasználók dolgát is, ha egy megadott témában, vagy egy adott kulcsszó alapján szeretnének keresni.

A LinkedIn-en a felhasználók száma dinamikusan növekszik, ezáltal ez a közösségi média több millió potenciális kapcsolatot jelenthet, amelyek segítségével kapcsolatot építhetünk ki magánszemélyekkel és más vállalatokkal az üzleti vállalkozásunk / márkánk erősítése érdekében is. A hatékony elérés mellett a megbízható márkakörnyezet is nagyon fontos szerepet játszik.

Hogyan lendítsük fel az oldalunkat #hashtaggal?

Vannak alapszabályok, amelyek mindegyik közösségi médián használt #hashtagre igazak, s ezek a következők:



Ne használj szóközt: a hashtagben lévő szóközők véget vetnek a hashtagnek – *#így nem helyes, hanem #ígyhelyes.*

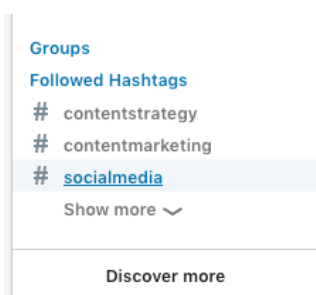
Ne használj írásjeleket: az írásjelek ugyanolyan ördögök, mint a hashtagben található szóközők, ezzel véget ér a hashtag.

Használj tartalom releváns #hashtaget: céges bejegyzésnél a #hashtag legyen releváns a vállalat és a márka szempontjából is. Továbbá a szövegben érdemes feltüntetni egy a piachoz, az ágazathoz kapcsolódó kulcsszót is.

Folyamatosan keresd és kutasd a legújabb és bejegyzésed számára legmegfelelőbb #hashtageket.

Emellett érdemes ránézni azokra a hashtagekre, amelyeket a LinkedIn ajánl akkor, amikor a „#” jel beírása után elkezdted írni a szót. Ezek a javaslatok egy algoritmus alapján jelennek meg és ezek azok a kulcsszavak, amelyekre gyakran keresnek rá a felhasználók.

Gyors és egyszerű a #hashtag követése a LinkedInen



Kövess #hashtaget – ez egy remek módja annak, hogy új tartalmat, vitatémákat találj vagy új csoportokat fedezz fel, valamint naprakész maradj a szakmai területeden is!

A kedvenc #hashtag-eket rögzítheted a kezdőlapodon, valamint az egyéni kezdőlapod bal oldalán, a profil összefoglaló mező alatt egy önálló mezőben megtalálhatóak „Followed Hashtags / Követett hashtagek”, valamint egyéb új javaslatok. Érdemes néha böngészni a „Discover more” kattintás alatt is.

Mindig felmerül a kérdés, hogy hány #hashtaget kell és érdemes használni?

LinkedInen jelenleg javasolt #hashtagek száma 3-6 között van. Hivatalosan három a javasolt, de 2021 elejétől megfigyelhető, hogy egyre több LinkedIn specialista használ akár öt vagy hat #hashtaget, így valószínűleg ezen a platformon is emelkedni fog a használható #hashtagszám. Angol nyelven sok hasznos információ található a LinkedIn #hashtag javaslatairól, amelyek ezen a linken érhetők el: [LinkedIn Hashtag Best Practices Guide.pdf](#)

Jó, ha tudod, hogy az egyes közösségi média felületeken a javasolt hashtag-ek darabszáma eltérő. Facebook 1-2 javasolt hashtag-el működik, s ugyanez igaz a Twitter-re is, míg az Instagram maximum 30 hashtag használatát javasolja a jobb és hatékonyabb poszt elérés érdekében. Ezzel szemben a Pinteresten a javasolt hashtagek száma 0. Ezért is célszerű tájékozódni az egyes platformok javasolt hashtag használati stratégiájáról.

Termékoldal támogatja az online értékesítést

Talán a LinkedIn az egyetlen olyan közösségi platform, ahol nem csupán elütjük, hanem valójában befektetjük az időnket. Ezért időről időre érdemes tájékozódunk arról, hogy milyen változások és újítások zajlanak a LinkedIn háza táján.

Friss újdonság: Termékoldal

Egy olyan újdonság jelent meg a LinkedIn vállalati oldalain, amely támogatja az elmúlt időszak megerősödött trendjét az online kereskedelmet. Az új funkcióval a hangsúly egyelőre a B2B termékeken van, de ez is jelzi, hogy az online kereskedelem erősödésében a LinkedIn is komoly bevételi lehetőséget lát.

A 2020 december végén megjelent cégoldal kiegészítés megnevezése: **Termékoldal / LinkedIn Product Page**. A Termékoldal segítségével bizalmat szerezhet a vásárlókban, és kiváló minőségű leadeket generálhat. (Forrás: <https://business.linkedin.com/marketing-solutions/linkedin-pages/product-pages>)

Ezen a dedikált helyen a cégek bemutatják termékeiket, és kiemelhetik azok fontos tulajdonságait, tetszés szerint szöveggel, fotóval, valamint videóval is. Ide gyűjthetik a felhasználók véleményét, ajánlásait, továbbá értékeléseket és teszteket is. A koncepció lényege, hogy az egyes termékekhez független, megbízható vélemények, értékelések kapcsolódjanak, amelyeket vissza lehet követni konkrét LinkedIn felhasználókig.

Konverziót akciógombok segítik

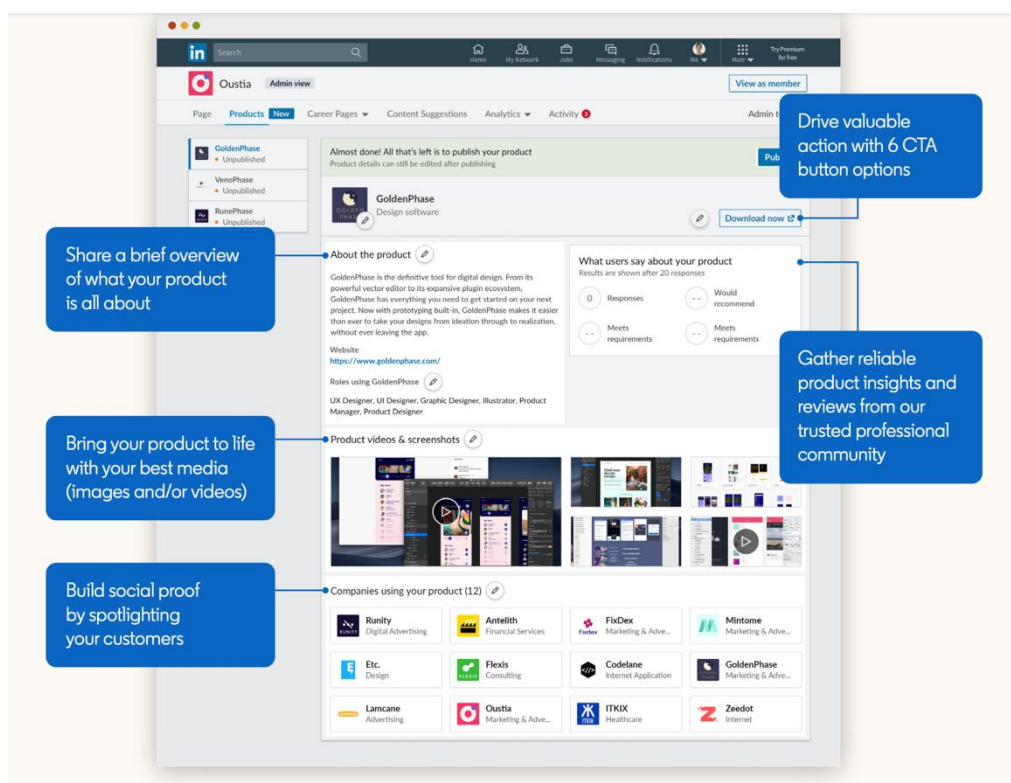
A konverzióról testre szabható akciógombok segítségével lehet gondoskodni, ami többek között további információhoz, letöltéshez, regisztrációhoz vagy kapcsolatfelvételi űrlaphoz is kapcsolódhat.

Az új blokk a vállalati oldalon belül jelenik meg, ahol akár egyetlen terméket, vagy ábécésorrendbe rendezett listát is el lehet helyezni, az akciógombok pedig külső webcímekekre is mutathatnak. Amint létrejött a terméklista, hozzáadhatunk logókat, leírásokat, képeket és videókat is. Sőt, célközönséget is rendelhetünk az egyes termékekhez: maximum 10 munkakört választhatunk ki, ami befolyásolni fogja,

hogyan jelennek meg majd a termékek a keresési eredményekben. (Forrás: <https://kosarertek.hu/konverzio/termekoldalakkal-segiti-a-markaepitest-a-linkedin/>)

A Termékoldal bevezetése minden bizonnyal egy fontos mérföldkő a LinkedIn fejlesztésében, és érdemes nyomon követnünk, hogy milyen funkciókkal és milyen irányba fejlesztik majd ezt a területet a LinkedIn szakemberei. Az már most bizonyos, hogy ezzel a lépéssel is megerősítették a platform súlyát és még inkább arra ösztönzik a cégeket, hogy erősebbé tegyék a LinkedInen való jelenlétüket és aktivitásukat.

A Termékoldal / LinkedIn Product Page képernyőterve



(Forrás: <https://business.linkedin.com/marketing-solutions/linkedin-pages/product-pages>)