

LinkedIn za podjetja: čisto na kratko

Socialno omrežje LinkedIn letos praznuje že deseto obletnico (za primerjavo, Facebook je leto mlajši), pa vendar se v Sloveniji razmeroma malo podjetij pojavlja na tem omrežju s svojo stranjo, čeprav je med ostalimi socialnimi omrežji (Facebook, G+ ...) tematsko še najbolj povezan z razvijanjem posla in ustvarjanjem kariernih priložnosti. Kdaj bomo lahko rekli: Če nisi na LinkedInu, potem te ni v tem poslu?

► SPELA ŽITKO

■ Kaj LinkedIn omogoča podjetjem?

Podjetje se lahko na omrežju LinkedIn predstavi s stranjo za podjetja (LinkedIn Company Page) ter na ta način predstavi svojo dejavnost, izdelke, storitve, zaposlene, sama pa vidim LinkedIn kot dober kanal, kjer se podjetje predstavi tudi kot potencialni

2. Dodamo zavihka storitve in izdelki (Products, Services), kjer nanizamo reference oz. predstavimo izdelke in storitve.

3. Vzbudimo pozornost strank in jih pripravimo do tega, da priporočajo naše storitve oz. izdelke (Request Recommendation).

Nadgradnja LinkedIn Talent Solution ponuja različne načine predstavitve podjetja kot delodajalca. Storitve je sicer plačljiva, vendar kot že omenjeno, omogoča ciljano



delodajalec (LinkedIn Talent Solutions). V današnjem času, ko kadrovske službe na objavljen zaposlitveni oglaš prejemajo nešteto prošenj za zaposlitev z bolj ali manj neprimernimi profili, je to vsekakor uporabna funkcionalnost, saj omogoča, da podjetje ciljano išče potencialne talente, na način, da predstavi karierno priložnost in potencialnim kandidatom prikaže le njim primerno vsebino.

Ustvarjanje strani za podjetje – prvi koraki

1. Ko ustvarimo stran, opišemo dejavnost ter s tem potencialnim strankam in iskalcem zaposlitve podamo nekaj informacij o podjetju.

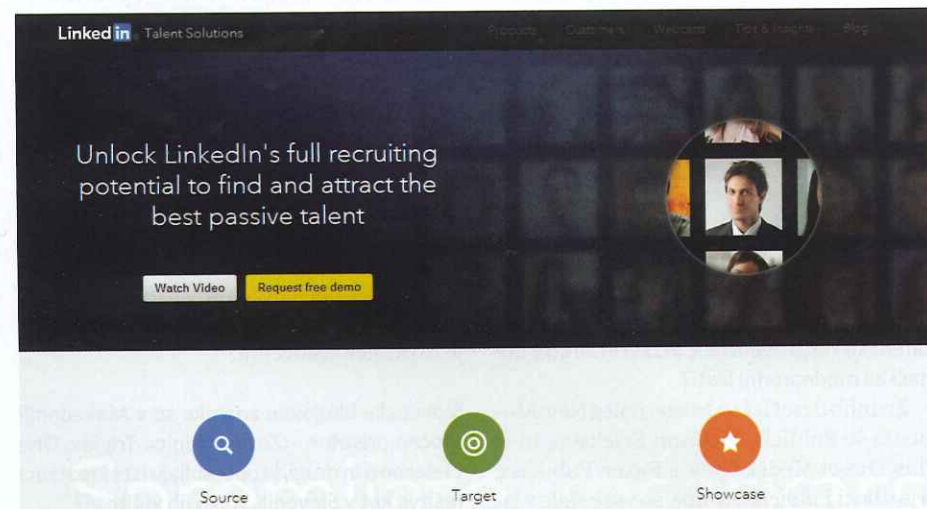
iskanje kadrov. Medtem pa LinkedIn iskalcem kariernih možnosti brezplačno ponuja funkcijo LinkedIn Careers, preko katere so ciljani skupini predstavljena podjetja, ki ponujajo zanje primerna delovna mesta.

■ Nekaj nasvetov za dober začetek

Storitve in izdelke predstavite na atraktiven način – na voljo so zavihki, kamor lahko nalagate fotografije in videomaterial, navedete povezave, itd.

– V glavo strani dodajte atraktivno fotografijo, ki predstavlja vaše podjetje (ne pozabite na logo).

– Uredite in prilagodite zavihke, kjer predstavljate storitve in izdelke.



■ LinkedIn v številkah:

- Več kot 238 milijonov uporabnikov (ZDA – 44 milijonov, ostali svet – 56 milijonov).
- Najhitrejša rast v svetovnem merilu: Brazilija (od leta 2010 se je število uporabnikov povečalo za 428 odstotkov).
- Najhitrejša širitev v Evropi: Francija (od leta 2010 se je število uporabnikov povečalo za 72 odstotkov).
- Dostopen v 20 jezikih (med njimi še ni slovenščine).
- LinkedIn Company Page uporablja več kot 3 milijone podjetij.
- 33 odstotkov enkratnih uporabnikov obišče LinkedIn preko telefona (leto prej 21 odstotkov).

Vir: LinkedIn.com, avgust 2013.

– Izdelke in storitve predstavite s foto- in videomaterialom.

– Predstavljene izdelke in storitve povežite s spletnimi stranmi s podrobnimi predstavitvami.

– Izdelek oz. storitev povežite s kontaktno osebo, ki skrbi za prodajo.

Zavihki omogočajo, da storitev ali izdelek delite z vašimi strankami, ki storitev priporočajo naprej, ter na ta način širite poslovno omrežje.

Priložnost za svoj posel lahko iščete v skupinah (LinkedIn Groups) in na straneh podjetij, ki se ukvarjajo s podobno dejavnostjo kot vaše podjetje. Med mnenji, ki si jih delijo sledilci konkurenčnih strani, lahko vedno najdete kaj uporabnega.

LinkedIn ciljano oglaševanje je primerno bolj ali manj za B2B in iskanje primernih kontaktov za sklepanje novih poslovnih vezi.

■ Vpogled v analizo podatkov

LinkedIn je med svoje funkcionalnosti na LinkedIn Company Page dodal tudi funkcijo Analytics, ki podjetjem omogoča vpogled v analizo podatkov, povezanih z objavami na strani. Iz podatkov je mogoče razbrati, katere objave so najbolj delovale na uporabnike, ki sledijo strani podjetja (followers), prikazane so demografske značilnosti sledilcev in primerjava rasti blagovne znamke s podobnimi znamkami, ki uporabljajo LinkedIn Company Page. Podatke je mogoče filtrirati glede na časovno obdobje.

■ Najboljše strani po mnenju uporabnikov

LinkedIn je konec leta 2012 objavil seznam najboljših strani podjetij po izboru svojih uporabnikov. Na njem najdemo med drugimi dobro znane The Walt Disney

Company, Adobe in CNBC. Vsem je skupno dnevno dodajanje atraktivnih vsebin in posodabljanje statusov ter posledično aktivno vključevanje ciljanih uporabnikov. Večina jih LinkedIn Company Page uporablja tudi za iskanje dobrih kadrov z objavljanjem prostih delovnih mest, kar je v današnjem času vsekakor zanimiva vsebina za uporabnike.



Lista najboljših LinkedIn poslovnih strani:

Kot za ostala socialna omrežja tudi za LinkedIn velja, da boste s stranjo le malo pridobili, če jo boste le ustvarili, dodali nekaj splošnih informacij ter nekaj podrobnosti o storitvah in izdelkih, potem pa nanjo pozabili. Že navezava stikov s strankami in spremljanje njihovih aktivnosti bo razširila vaše poslovno omrežje, smiselno pa je sproti dodajati novosti in spremljati konkurenco.

Žal LinkedIn še ne omogoča neposrednega online klepeta s stiki, ki so povezani z vami – konec koncev pa so pri sklepanju novih poslov osebni stiki in pogovori med kosilom ali ob kavici po uspešnosti še vedno v prednosti pred socialnimi omrežji. MM