

Fokusthema: Strategien für deinen Erfolg

# Überzeugendes Profil, bessere Jobchancen: Selbstmarketing mit Xing und LinkedIn

mit Kati Schmitt-Stuhlträger

22. Juni 2021



Willkommen!



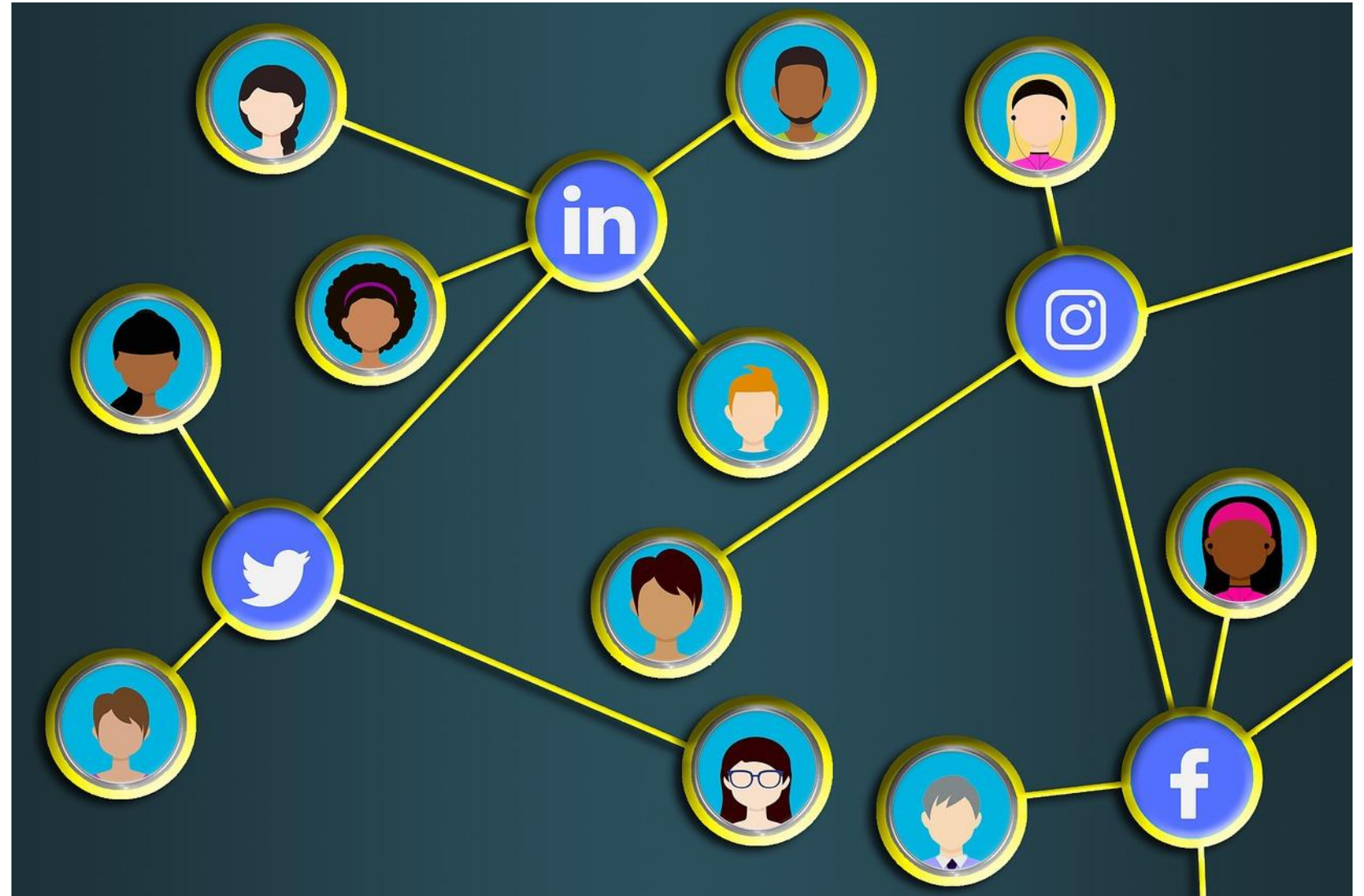


# Überzeugendes Profil, bessere Jobchancen: Selbstmarketing mit XING & LinkedIn



# Unsere Themen

- Überblick über die Business-netzwerke
- Das Profil als Dreh- und Angelpunkt
- wichtige Funktionen



# Zahlen, Daten, Fakten



❖ Durchschnittlich verfügen die Deutschen über sechs verschiedene Social-Media-Konten und sind dort in der Regel eine Stunde und 24 Minuten am Tag aktiv.

## ❖ Nutzerzahlen

❖ XING	weltweit: 19 Mio.	DACH: 19,3 Mio.
❖ LinkedIn	weltweit: 756 Mio.	DACH: 16 Mio.

Quelle: <https://www.futurebiz.de/artikel/linkedin-statistiken/> bzw. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/481399/umfrage/anzahl-der-xing-nutzer-in-der-dach-region/>

# Zahlen, Daten, Fakten



## ❖ Noch mehr LinkedIn-Zahlen



1 Mio. Stunden E-Learning werden jede Woche auf LinkedIn konsumiert.



57 Mio. Marken und Unternehmen mit eigener LinkedIn-Präsenz



55 Bewerbungen werden auf LinkedIn pro Sekunde eingereicht



Über 15 Mio. offene Stellenausschreibungen bei LinkedIn Jobs



Alle 7 Sekunden wird eine Person über LinkedIn eingestellt

Quelle: <https://www.futurebiz.de/artikel/linkedin-statistiken/>



# XING vs. LinkedIn



# Stellenanzeigen bei LinkedIn und XING

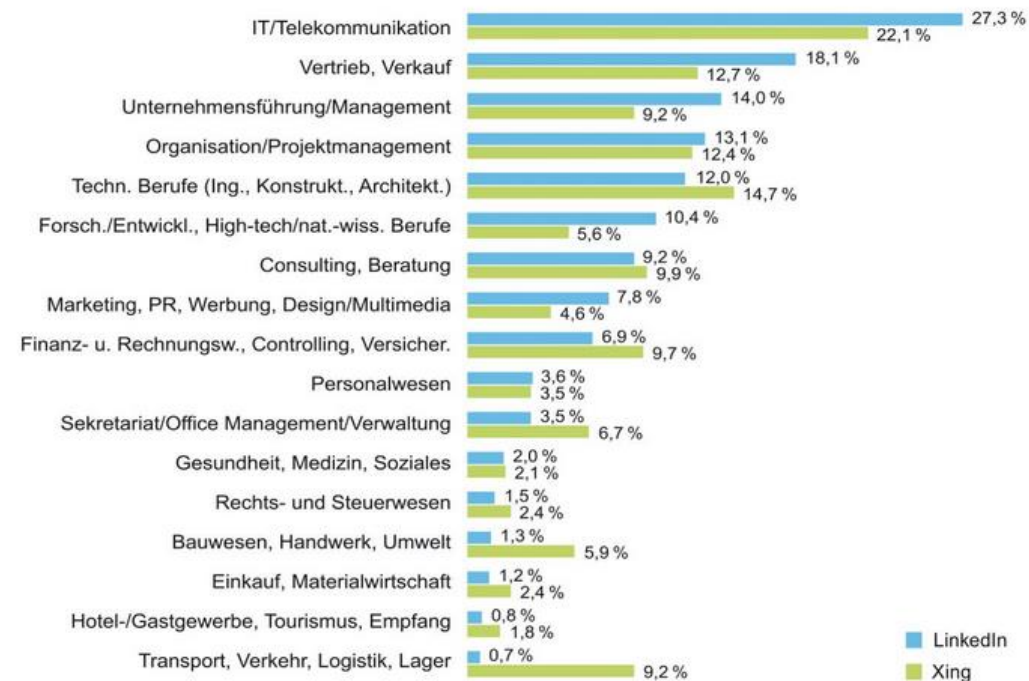
Quelle:  
<https://www.adecgroup.de/news/xing-und-linkedin-welches-business-netzwerk-in-deutschland-die-nase-vorn-hat/>

## Adecco Stellenindex Deutschland

### Stellenanzeigen bei Xing und LinkedIn

Zeitraum: 01.01.-31.12.2019

#### Berufsgruppenvergleich

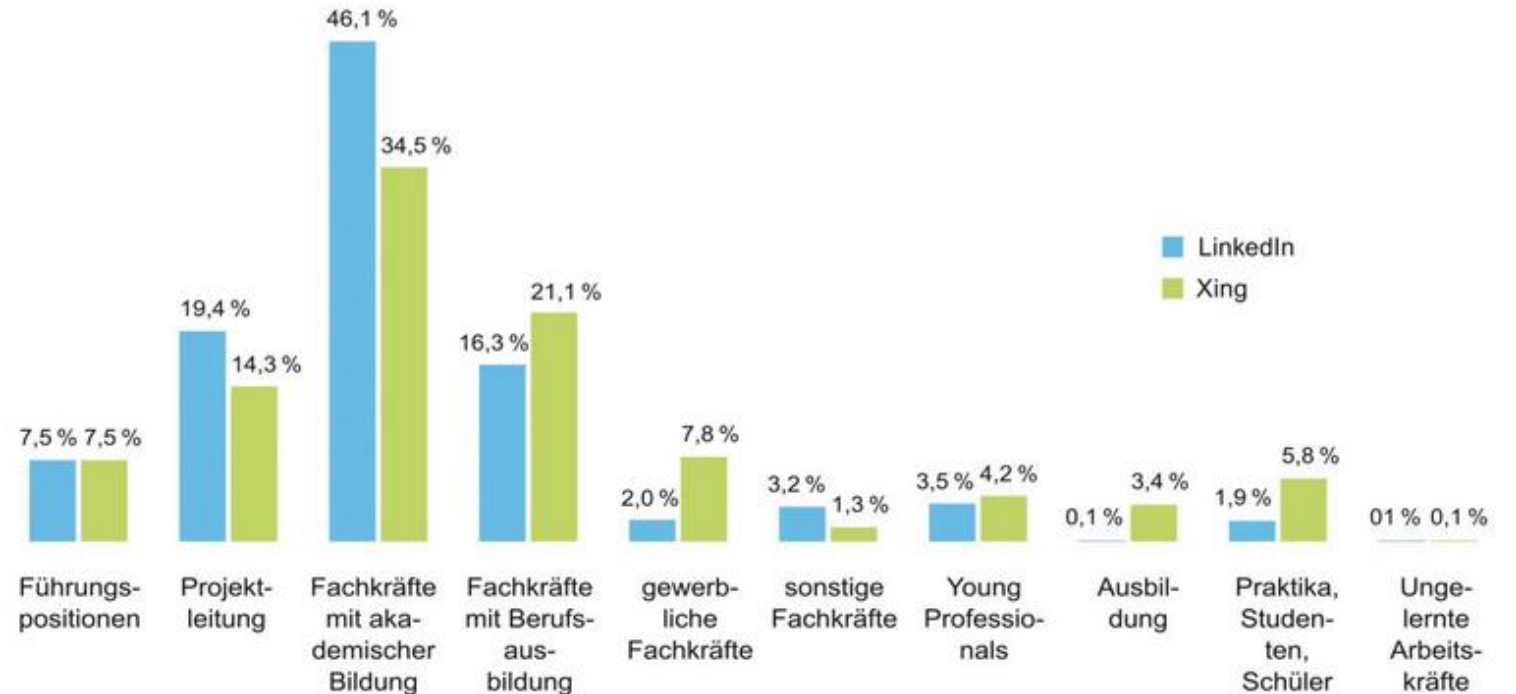




# Hierarchievergleich bei LinkedIn und XING

Quelle:  
<https://www.adecgroup.de/news/xing-und-linkedin-welches-business-netzwerk-in-deutschland-die-nase-vorn-hat/>

Hierarchievergleich



# Warum brauche ich überhaupt ein Profil auf Xing oder LinkedIn?

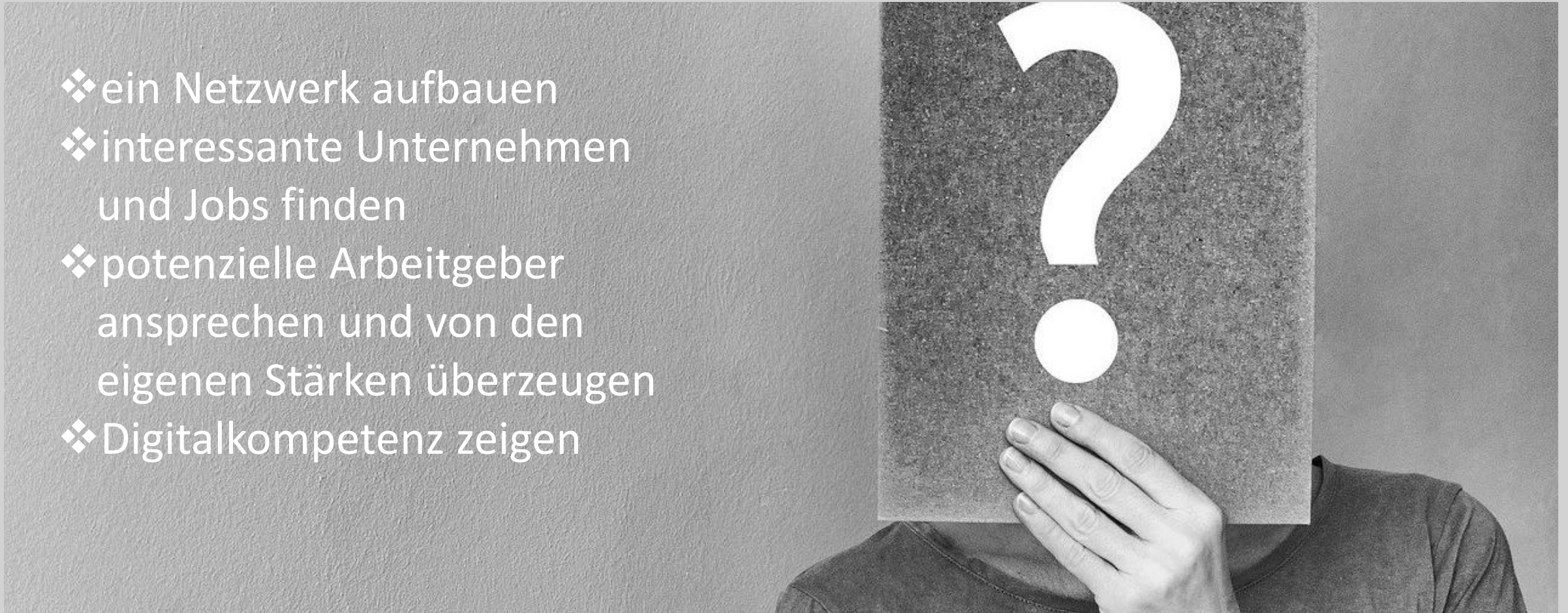




# Warum brauche ich überhaupt ein Profil auf Xing oder LinkedIn?



- ❖ ein Netzwerk aufbauen
- ❖ interessante Unternehmen und Jobs finden
- ❖ potenzielle Arbeitgeber ansprechen und von den eigenen Stärken überzeugen
- ❖ Digitalkompetenz zeigen





# Ihr Profil als Dreh- und Angelpunkt



*Ich mache Kommunikation leicht und schön.*

TEXT | TRAINING | TEAM

[www.wortmarketingundtraining.de](http://www.wortmarketingundtraining.de)



Kati Schmitt-Stuhlträger

Wortgewandte Teamgestalterin

Profilbereich hinzufügen ▼

Mehr ...



Wortmarketing & Training



[Hochschule Darmstadt](#)



## Vorbereitung

- ❖ Nimm dir Zeit für die Vorbereitung.
- ❖ Plane ca. 2 bis 3 Stunden für die Profilpflege ein.



# Vorbereitung: Standortbestimmung



## ★ **Wo stehe ich heute?**

- Funktion und Jobtitel im Unternehmen, für Selbstständige: Berufsbezeichnung
- Berufliche Stationen (Lebenslauf): Was ist relevant?
- Welchen (fachlichen/ thematischen) Bereich möchte ich ausbauen?
- Wo möchte ich in 2 Jahren stehen? Mit welchen Begriffen würde ich diesen neuen Job (für Selbstständige: dieses neue Angebot) beschreiben?
- Sonstige Ideen



# Vorbereitung: Zielsetzung



## ★ **Wen möchte ich mit meinem Profil erreichen?**

- Wen suche ich (Zielgruppe?)
- Ist meine Zielgruppe auf LinkedIn aktiv?
- Kann ich meine Zielgruppe mit meinen Inhalten erreichen?
- Wie kann ich sie ansprechen? Welchen Bedarf sehe ich?
- Sonstige Ideen

# Vorbereitung: Schlüsselbegriffe



- ★ **Sammele mindestens 10 (besser 20) Begriffe, die du mit dir verbinden möchtest.**
- ★ **Überlege dabei auch, mit welchen Begriffen du suchst oder gefunden werden möchtest.**
- ★ **Beispiel: Team, Teamentwicklung, Teamcoaching, Konfliktmanagement, Konflikttraining, Streitkultur, Teamkultur, Kommunikation, Marketing, Kundenakquise, Akquisefitness, Coaching, Workshop, Trainerin, Referentin, Beratung, Social Media, Texterin, Werbetexterin, Visuelle Kommunikation, Sketchnotes**



## Das richtige Bild

- ❖ professionell (nicht aus dem Automaten)
- ❖ sympathisch, kompetent, freundlich







## Der Profil-Slogan

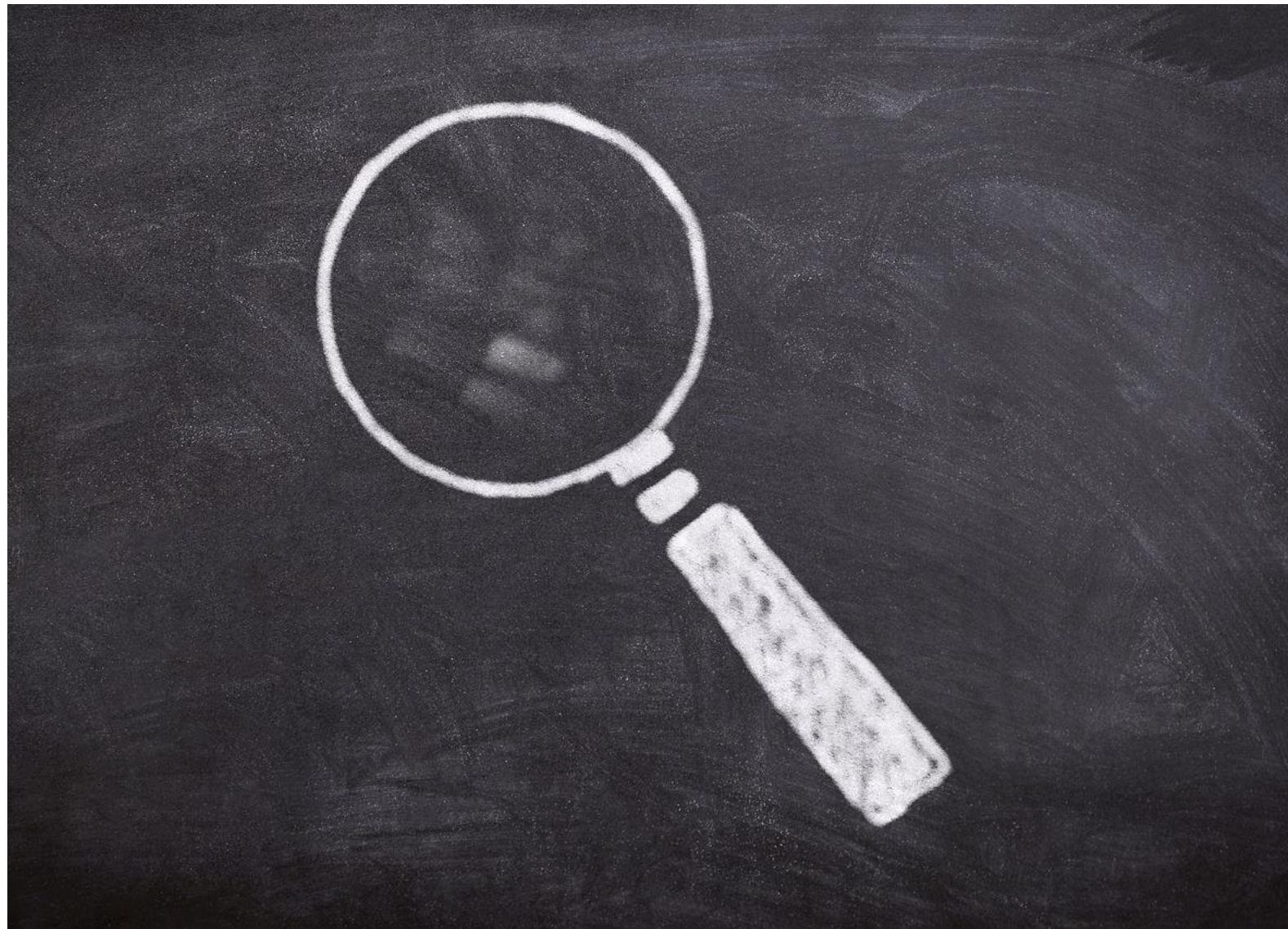
- ❖ steht neben/unter dem Bild
- ❖ muss nicht zwingend der derzeitige Jobtitel sein
- ❖ Mit einem guten Slogan kannst du auf dich neugierig machen.





## Ich biete/Fähigkeiten

- ❖ besondere Qualifikationen und Befähigungen vorstellen
- ❖ Schlüsselbegriffe verwenden, nach denen potenzielle Recruiter suchen (siehe Vorbereitung)
- ❖ Stichworte statt Sätze







## Berufserfahrung (Lebenslauf)

- ❖ nur relevante Stationen
- ❖ Kleine und unpassende Stellen - besser weglassen
- ❖ Position beschreiben und konkrete Projekte erwähnen





# Mein Netzwerk = meine Kontakte



- ❖ Vernetze dich! ... und zwar mit ehemaligen Kommilitonen, Arbeitskollegen und Menschen, die du auf Veranstaltungen oder in Meetings getroffen haben – all jene also, die du auch aus dem echten Leben (oder online) kennst
- ❖ Qualität vor Quantität

# Mein Netzwerk = meine Kontakte    Empfehlungen



- ❖ Vernetze dich! ... und zwar mit ehemaligen Kommilitonen, Arbeitskollegen und Menschen, die du auf Veranstaltungen oder in Meetings getroffen haben – all jene also, die du auch aus dem echten Leben (oder online) kennst
- ❖ Qualität vor Quantität

- ❖ Frage Menschen, die dich im beruflichen Kontext kennen, ob sie deine Talente bestätigen können.
- ❖ Diese Bewertungen sind zwar nicht so aussagekräftig wie Fortbildungen oder Zertifikate ...
- ❖ Aber: „Manche Personaler legen größeren Wert auf die Empfehlungen oder beziehen sie zumindest mit in ihre Entscheidung ein.“ (Felix Beilharz)

# Verlinkung zu anderen Profilen



- ❖ für einen umfassenden Eindruck von außen
- ❖ Blog, andere Social-Media-Profile, Einträge in Datenbanken etc.
- ❖ ACHTUNG! Das muss zum beruflichen Bild passen.



## Verlinkung zu anderen Profilen

- ❖ für einen umfassenden Eindruck von außen
- ❖ Blog, andere Social-Media-Profile, Einträge in Datenbanken etc.
- ❖ ACHTUNG! Das muss zum beruflichen Bild passen.

## Videos

- ❖ Videos im Account einbinden
- ❖ zum Beispiel kurze Clips, in denen Bewerber:innen im Selfie-Modus von einer Messe berichten, einen Teaser über sich erzählen oder Einblicke in ihre Arbeit gewähren.



# Planvoll sichtbar werden



- Sichtbarkeit erlangst du vor allem durch Aktivität
  - „Gefällt mir“ klicken
  - kommentieren
  - teilen
- eigene Beiträge/Artikel veröffentlichen
  - Themensammlung: Events der Branche, eigene Planung, Jahreszeiten, Quartale, Fachzeitschriften, fachliche Themen, Persönliches, Fragen stellen
  - Womit beschäftige ich mich beruflich?
  - Zu welchen Themen möchte ich mich austauschen / einen Dialog anregen?
  - Was interessiert mein Netzwerk?
  - Mischung aus Redaktionsplan und spontanen Inhalten




# Beitrag schreiben




- spontan u. schneller als ein Artikel; höherer Reichweite
- Text + Bild oder Video
- Hashtags (3 ist das Optimum)
- Kommentare beantworten
- passender Zeitpunkt
  - morgens zwischen 8 u. 10 Uhr, nachmittags zw. 16 u. 18 Uhr
- Die erste Stunde ist entscheidend.
- Artikel und Videos vereinzelt nutzen
- Nicht zu oft hintereinander posten
- Auf LinkedIn bleiben  
(externe Verlinkung in Kommentar)

Beitrag erstellen





Kati Schmitt-Stuhlträger


 Alle


Worüber möchten Sie sprechen?


Hashtag hinzufügen









 Alle

Posten

Ereignis feiern

Stellenanzeige teilen

Profi finden

Umfrage erstellen

Hilfe anbieten

© Kati Schmitt-Stuhlträger | Wortmarketing & Training

# Artikel schreiben



Publishing-Menü ▾


Normal ▾

**B** *I* U

☰ ☰

“ ” 🔗

Veröffentlichen

A placeholder icon for an image, showing a stylized landscape with mountains and a sun.

## Überschrift



Geben Sie Ihren Text hier ein. Fügen Sie Bilder oder ein Video hinzu, um auch optisch Eindruck zu machen.

# Artikel schreiben



- geplant; weniger Reichweite
- ansprechendes Bild
- Ansprechende Überschrift, die Lust auf mehr macht
  - Interesse für den Text erzeugen, realistisch
- abwechslungsreiche Gestaltung
  - Text, Bild, Video, Audio; Fließtext, Aufzählungen; fehlerfrei und gut formuliert
- Mehrwert für die Leser:innen
  - PR-Doktor Kerstin Hoffmann sagt: „Teilen Sie ihr Wissen, um Ihr Können zu verkaufen.“
  - großzügig Wissen teilen, Tipps, Ideen, Überlegungen, Anregungen geben, die für die Zielgruppe interessant sind
- Handlungsaufforderung
  - Call to action => Frage, Verweis auf Blog o. ä.



## ÜBUNG

- ★ Schreibe 10 Personen auf, die du als hilfreich für dein persönliches Ziel erachtest, die du gerne kennenlernen würdest.
- ★ Recherchiere diese Personen und versuche herauszufinden, wie vertraut dir diese Personen sind.
- ★ Folge den Personen.
- ★ Fange klein an: like, kommentiere oder teile ihre Beiträge.

Quelle: Ute Blindert „LinkedIn: Profil und Unternehmensseite“, S. 95/96



Deine Fragen,  
bitte!





## Kati Schmitt-Stuhlträger

- Diplom-Betriebswirtin
- Geprüfte Teamgestalterin
- BRIDGEHOUSE Certified Training Professional
- Geprüfte Business-Trainerin BDVT

[www.wortmarketingundtraining.de](http://www.wortmarketingundtraining.de)





# Dein nächstes Webinar

---

## Erfolg ist lernbar:

So erreichst du alles, was du dir vornimmst

Referent: Markus Czerner | Coach, Trainer und Speaker

Wann: 29. Juni 2021, 18 Uhr

Anmelden kannst du dich über unser Kundenportal unter „Meine Termine“!



Weitere Termine  
findest du im  
Kundenportal!