



ALEXANDER  
JOHANSSON  
VD, Marketmatch

# Att lyckas på LinkedIn – en ledningsfråga?

Har ditt företag en aktiv roll på LinkedIn? Ja, många tror att de har det. Marknadsavdelningen skapar jättefint content som läggs på företagssidan, och sedan ber kollegorna att gå in och dela det. Får det mycket spridning? Nej, det är helt fel sätt att göra det på.

**”Det blir lite som att gå på en första-dejt och personen du träffar bara pratar om sig själv – blir det någon andra-dejt då? Nej.”**

#### ”TID OCH PENGAR I SJÖN”

Att jobba med LinkedIn på det sättet är tid och pengar i sjön, enligt Alexander Johansson på Marketmatch, som bland annat hyr ut marknads konsulter, men även utbildar och coachar B2B-bolag, i LinkedIn.

”Det handlar om att få igång fler personer på plattformen, åtminstone alla som har någon form av kundkontakt. Men att även kunna få igång en chefsingenjör eller motsvarande roll, ger extra tyngd”, menar Alexander.

Marknad kan inte, och ska inte driva på detta själva. Det måste komma uppifrån. Det krävs ett strategiskt beslut på hur vi ska få in LinkedIn som en naturlig del av vår vardag. Sedan ska marknad så klart vara stöttande i framtagande av content, men det handlar om enskilda individers aktivitet som blir nyckeln i detta.

**”OM MAN TROR ATT LINKEDIN FORTFARANDE BARA ÄR EN CV-DATABAS, SÅ ÄR MAN HELT OFFSIDE”**

LinkedIn är idag världens största affärsnätverk. Men många ser det

fortfarande som ”mitt CV på nätet, som jag använder när jag ska söka jobb”. Ja, så används det också men möjligheterna idag är så mycket större. Skapa och underhålla relationer, lägga grunden för affärer, bygga sitt personliga och bolagets varumärke, och inte minst ur employer branding-perspektiv att bygga den interna stoltheten och att visa sig som en attraktiv arbetsgivare. Det finns många värden i LinkedIn – bara man gör det på rätt sätt.

#### ”ATT BARA PRATA VI, VI, VI ÄR NEJ, NEJ NEJ”

”Nu har vi släppt den här produkten”. ”Nu är vi på den här mässan”. ”Nu gör vi det här”. Snark – såå tråkigt. Det blir lite som att gå på en första-dejt och personen du träffar bara pratar om sig själv – blir det någon andra-dejt då? Nej. Istället bjud på er kunskap, lyft frågor som era kunder frågar om, visa era insikter i hur kunden har det och för dialog och diskussioner inom ert område. Då kommer ni få engagemang och ett intresse från rätt potentiella kunder, samarbetspartners och nya kollegor.

Är det någon gång ni får prata ”vi”, så är det när vi pratar om värderingar. Vilka är vi, vad står vi för, vad vill vi åstadkomma, varför finns vi. Och då inte ”vi finns till för att sälja kvalitetsprodukter med bästa service till bästa pris för att tjäna en massa pengar så vi kan köpa en ny Porsche och en villa i Spanien”. Men det visste du ju redan...



#### Alex bästa tips:

- ✓ Få igång fler personer
- ✓ Lägga inte allt krut på företagssidan
- ✓ Prata inte för mycket vi, vi, vi
- ✓ Connecta med befintliga och potentiellt nya kunder
- ✓ Sätt ett "redaktionellt koncept" – brinn för något
- ✓ Var aktiv varje dag (Få in LinkedIn som en naturlig del av din vardag)
- ✓ Tänk på att allt kommunicerar (dålig kvalitet på bilder och videos är no no, om det nu inte är det ni vill kommunicera)
- ✓ Var hjälpsam med din kompetens (visa dig som expert)
- ✓ Var hjälpsam med ditt nätverk
- ✓ Förstå att du är ditt "affärsjag" på LinkedIn
- ✓ Det du inte kan säga på ett möte, säg det inte på LinkedIn
- ✓ Sätt en plan med strategi och mål, och följ upp!
- ✓ Ta hjälp om du kör fast eller om jobbet inte blir gjort