



ZO HAAL JE ALLES UIT HET LINKEDIN ALGORITME - 7 tips

Op het moment dat jij een bericht plaatst, begint het algoritme van LinkedIn te draaien. Je kunt hierin niet alles beïnvloeden maar je kunt wel rekening houden met een aantal zaken. Het zou zonde zijn als je deze niet volledig zou benutten.

Het algoritme van LinkedIn bestaat uit een set regels die uiteindelijk bepaalt hoe vaak je bericht wordt vertoond en aan wie.

Aan de hand van onderstaande tips kun je het algoritme in je voordeel laten werken.

1. Update je LinkedIn profiel

Het klinkt misschien als een open deur maar begin met het goed inrichten van je profiel. Zorg ervoor dat je een 'All star' profiel hebt waarin je alles hebt ingevuld, inclusief het 'Uitgelicht' onderdeel. Het is niet moeilijk, maar neem wel even je tijd.

Een All Star (of Zeer deskundig) -profiel heeft een positieve invloed op het algoritme en dus op het bereik van je berichten.

2. Connect met de juiste mensen

Komen je (nieuwe) connecties overeen met je eigen werkgebied zoals je dat hebt omschreven in je profiel-samenvatting en in je kopregel? LinkedIn 'test' namelijk direct je nieuwe connecties door hen als één van de eerste je bericht te tonen. Wat doen zij? Is het relevant voor hen? Reageren ze op je bericht? Gebeurt dat? Dan gaat het bereik van je berichten omhoog en dat zie je ook terug in je eigen **SSI-score**.

Dus hoe beter jij jezelf en je connecties in kaart brengt met je profiel, zoekwoorden (volgen #hashtags), het zelf 'liken' en reageren op berichten, hoe beter LinkedIn kan inschatten welke content voor wie relevant is.

3. Houd rekening met het soort bericht

Welke berichten 'scoren' goed en welke minder? Houd daar rekening mee bij het plaatsen van je berichten. Hieronder een overzicht van de verschillende berichten die je kunt plaatsen en de invloed ervan op het algoritme. Doe er je voordeel mee.

Bericht met slideshow

Berichten met een slideshow aan afbeeldingen (carrousel) doen het op LinkedIn erg goed. Dat heeft te maken met de 'dwell time'. Dwell time is namelijk de tijd dat iemand spendeert aan jouw bericht en aangezien ze met een slideshow door de afbeeldingen klikken, zijn ze dus wel even bezig. Veel LinkedIn-leden lezen namelijk vooral berichten en interacteren niet met berichten, geven dus geen commentaar of likes. Op deze manier beloont LinkedIn jou nu toch voor je content door de 'dwell time' mee te nemen in het algoritme-punten-model.

Met Canva.com maak je in een handomdraai een slideshow.

Bericht met document

Net als bij slideshows, blijven mensen ook lang 'hangen' bij documenten die bij een bericht zijn gevoegd.

Tekst bericht

Berichten met alleen tekst, doen het ook nog steeds erg goed. Houd er wel rekening mee dat de eerste twee regels direct duidelijk en aansprekend moeten zijn omdat de lezer alleen die eerste twee regels als eerste ziet.

Bericht met poll

Berichten met een poll doen het ook goed in het algoritme al moet je hier wel een beetje mee oppassen. Mensen zijn inmiddels een beetje poll-moe. Als je het doet, stel zinvolle vragen, geen open deuren.

Bericht met video

Vanwege de afnemende kwaliteit van de video's doen berichten met een video het niet meer zo goed als vorig jaar. Wil je toch graag een video plaatsen, zorg er dan wel voor dat deze ondertiteld is.

Via tripl8.com is de ondertiteling van je video zo geregeld.

Bericht met een externe link

Plaats je een bericht met een link van een externe website dan moet je niet te veel van je bericht verwachten. Omdat LinkedIn niet wil dat leden van het platform afvliegen, promoot LinkedIn dit soort berichten liever niet te veel. Suggestie was om dan deze externe link maar in een comment onder je bericht te plaatsen maar volgens de laatste geruchten straft LinkedIn dit nog harder af.

Tijdens de lockdown van 2020 zijn veel LinkedIn-leden zich meer online gaan bewegen. Om deze 'nieuwelingen' te stimuleren is LinkedIn wat minder streng geweest bij berichten met externe links (zijn meestal ook de snelst opgestelde berichten), maar in verhouding tot de andere bericht-opties, blijft het één van de slechtst presterende berichten.

Dat wil natuurlijk niet zeggen dat je dit soort berichten helemaal niet zou moeten plaatsen. Integendeel. Ik denk juist dat wanneer je net begint met het publiceren op LinkedIn, dat deze berichten goed zijn om mee te starten.

Wil je een bericht met een link delen, bekijk dan ook goed van tevoren of bij het kopiëren/plakken van de link in je bericht er wel een afbeelding verschijnt. Veel websites hebben dat niet goed geregeld, dan krijg je zo'n grijs vlak. Je kunt dan ook de link naar de website in je bericht plaatsen en zelf een andere afbeelding erbij uploaden van 1200 x 628 pixels (of 600 x 314 pixels). Check je link eerst via de [post-inspector](#) van LinkedIn zelf.

Gedeeld bericht

Wat nog slechter scoort dan een post met een link erin, is een gedeeld bericht.

Deel jij iets van bijvoorbeeld de bedrijfspagina, ook nog zonder eigen commentaar, dan ziet LinkedIn het als 'duplicate content', dubbele content dus. Dat heeft een zeer negatieve invloed op het algoritme. Beter is om er zo veel mogelijk een eigen bericht van te maken. Heb je daar geen tijd voor; deel het bericht dan in elk geval met een eigen commentaar. Dat scheelt in elk geval iets.

4. Zorg dat je bericht relevant is voor je lezer

Om te bepalen wat relevant is voor jouw lezer, bepaal je eerst wie jouw doelgroep is.

Op dit moment heb je nog allerlei connecties, van studenten van vroeger tot oud-collega's, vrienden en zakelijke relaties. Maar wie is hiervan nu écht interessant voor jou als doelgroep en wat vindt zij relevant, leuk en interessant?

Maar wat is relevante content voor jouw doelgroep?

Zet tien vragen/onderwerpen op een rijtje waarvan je weet dat jouw doelgroep daarop het antwoord wil of deze informatie interessant. Op basis van deze vragen en antwoorden, kun je content gaan maken en plaatsen. Vergeet niet je kopregel (de regel onder je naam) zo aan te passen, dat LinkedIn-leden begrijpen waarom je bepaalde content deelt.

Extra Tip: Schrijf je post altijd zelf, copy/paste geen berichten van je werkgever. Deze berichten pikken lezers er zo uit en krijgen geen tot weinig respons (vaak alleen collega's). Je werkgever kan wel een suggestie doen voor content. Geef daar wel een eigen draai aan, zorg dat het bericht echt van jou is.

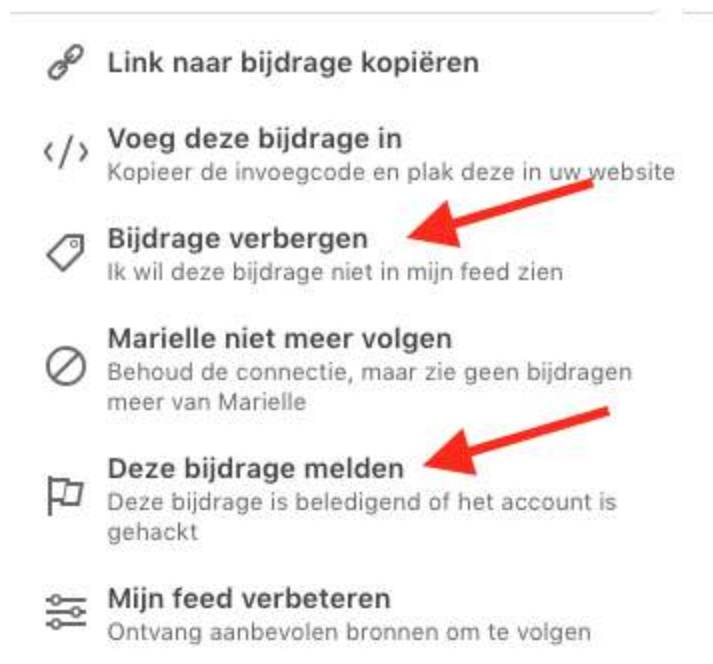
5. Houd rekening met dag en tijd

LinkedIn is een professioneel platform dat mensen vooral gebruiken voor hun werk. Hierdoor kun je het beste posten op werkdagen rond 10.00 uur en vanaf 17.00 uur.

6. Voorkom negatieve reacties

Nadat je je bericht hebt geplaatst op LinkedIn, laat LinkedIn dit bericht aan een aantal van je connecties zien. Deze eerste uren gebruikt LinkedIn om de kwaliteit van je bericht te bepalen.

Komen er negatieve reacties? Zijn er gebruikers die je bijdrage verbergen, je ontvolgen of het bericht zelfs rapporteren?



Niets aan de hand? Dan volgt een volgende test van LinkedIn waar ze kijkt naar likes, reacties en deel-acties. Sinds mei 2020 neemt LinkedIn hierin ook 'dwell time' mee. Dat is de tijd die mensen blijven 'hangen' bij je bericht voordat ze door scrollen. Hoe langer ze bij je bericht blijven, hoe beter dus.

Als in het eerste uur van je bericht er weinig interactie is met je bericht, dan is de kans klein dat je bericht een groot bereik zal hebben. Loop regelmatig door je eigen bijdragen tijdlijn (via je eigen profielpagina) om te zien welke berichten het goed en minder goed hebben gedaan en leer daarvan.

Tip: Als je post in het eerste uur weinig interactie oplevert, kun je overwegen je post op een later tijdstip opnieuw te plaatsen, of aan te passen en opnieuw te plaatsen.

7. Zorg ervoor dat mensen reageren op je bericht

Mensen reageren massaal op je bericht wanneer je een stevige uitspraak doet, een statement maakt of iets anders uitzonderlijks doet of zegt, maar dat soort berichten maken is niet voor iedereen weggelegd.

Wat jij wel zou kunnen doen, is je bericht bijvoorbeeld afsluiten met een vraag of prikkelende opmerking waardoor je mensen stimuleert om te reageren op je bericht. Doe dat wel met mate, anders gaat het eruit zien als een trucje en dat wil je ook niet. Het moet wel relevant zijn/blijven wat je doet/vraagt.

Wissel je berichten ook af door verschillende vormen van content te gebruiken zoals video, carrousels, alleen tekst etc (zie eerder beschreven overzicht van de verschillende soorten berichten). Maar zorg er vooral voor dat je waarde toevoegt voor jouw doelgroep en dat ze het leuk en interessant (blijven) vinden om je te volgen.

Praat jij vooral graag over politiek, corona en andere zaken die eigenlijk niet op LinkedIn thuis horen, dan loop je eerder het risico dat mensen je 'ontvolgen'. Dit heeft een zeer negatieve invloed op het algoritme van je toekomstige berichten.

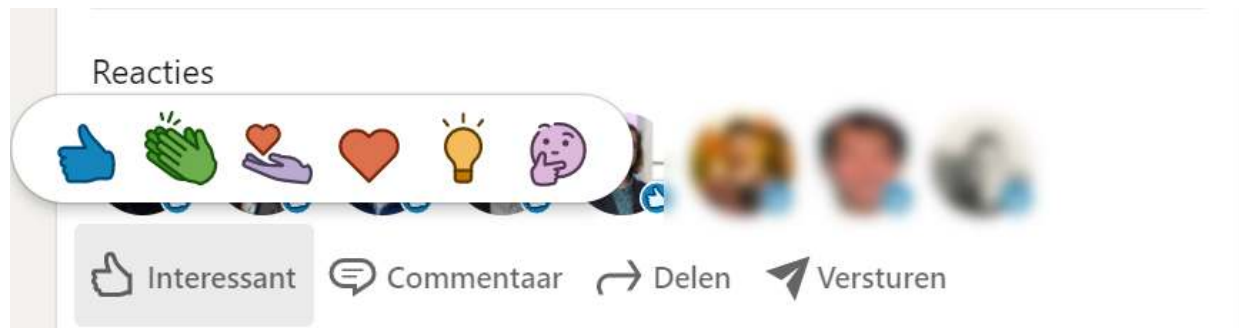
LinkedIn kent een bepaalde waarde toe aan de verschillende vormen van interactie. In het LinkedIn-algoritme krijg je voor een commentaar/reactie de meeste punten, een like levert minder punten op en voor een deelactie krijgt je bericht nóg minder punten.

Dat is ook wel logisch. Een reactie geven op een bericht kost meer tijd en moeite dan even het duimpje aanklikken. Reacties krijgen is in die zin dus het belangrijkste voor het bereik van je bericht.

Belangrijk! Vergeet niet te reageren als iemand een reactie heeft geplaatst onder je bericht. Misschien kun je zelfs wel connecten met die persoon. Vind LinkedIn nog mooier en jij natuurlijk ook.

Maak gebruik van de verschillende like-buttons

Inmiddels kun je via de Like-button beter laten weten wat je van het bericht vindt namelijk: leuk (duimpje), gefeliciteerd (klappende handjes), steun/medeleven (handje met hartje), geweldig (hartje), verhelderend (lampje), nieuwsgierig (poppetje). Wat je kiest, is niet van invloed op het algoritme.



Het lijkt misschien wat veel om rekening mee te houden. Laat je daardoor niet afschrikken. Houd alle tips gewoon in je achterhoofd bij het opstellen van je bericht en ga lekker aan de slag met LinkedIn.

Wil je meer weten over LinkedIn?

Op mijn website vind je blogs en trainingen. Voor meer LinkedIn inspiratie volg je [mij](#) én mijn bedrijfspagina op [LinkedIn](#).

Kijk video workshops via mijn LinkedIn Inspiratie Platform zodat jij straks alles weet over LinkedIn om vol vertrouwen aan je online zichtbaarheid te werken.

Suzanne Torenuhiet