

ALGORITME VAN DE TIJDLIJN.

Hoe werkt het algoritme op LinkedIn?

De berichten die op social media worden geplaatst doen het goed als veel mensen ze zien. Maar wie krijgt een post van jou te zien? En hoe zorg je ervoor dat je het bereik kunt vergroten? Dat is niet zo makkelijk, want social media is continu in beweging. Wat vorig jaar goed werkte kan nu zinloos zijn. Hoeveel mensen je bericht op LinkedIn zien is, net als op andere social media, is mede afhankelijk van het algoritme.

Het algoritme is een slimme formule die bepaalt wat jij in je tijdlijn ziet en wat anderen van jou te zien krijgen. Je krijgt niet alle updates te zien, want dat zijn er te veel. Daarom maakt het algoritme een selectie van berichten die voor jou waarschijnlijk interessant zijn. Sociale media doen altijd mysterieus over hoe het algoritme precies werkt, maar er zijn experts die zelf hebben ontdekt wat er scoort. Dat kan morgen weer anders zijn, maar een aantal dingen blijven werken.

Zodra je een nieuwe update plaatst op LinkedIn, bekijkt het algoritme wat voor post het is. Tekst, een afbeelding, video, link of combinatie hiervan? Daarna krijgt het een label: 'spam', 'lage kwaliteit' of 'goedgekeurd'. Je bericht moet in die laatste categorie vallen om goed te kunnen scoren en in zoveel mogelijk newsfeeds te verschijnen. Hoe sneller en vaker je bericht wordt geliket en gedeeld, hoe relevanter het wordt gezien. Op die manier verschijnt het op meer newsfeeds en vergoot het bereik van je bericht.

Hoe creëer je goede engagement d.m.v het algoritme?

Het is altijd belangrijk om in te spelen op nieuwe trends. Hierdoor blijf je actueel en dus zeer interessant voor het algoritme. Ook is het belangrijk om waarde te delen op LinkedIn, het wordt natuurlijk het meeste gebruikt door het bedrijfsleven. Daardoor is het genoodzaakt om professionaliteit uit te stralen op alle fronten.

Over het algemeen werken video's met een krachtige tekst met de juiste hashtags onder de post het beste. Zorg ervoor dat je duidelijk beschrijft wat er bijvoorbeeld te zien is in die video. Als je bijvoorbeeld nieuwe werknemers zoekt voor je bedrijf, kan je een leuke video in elkaar flansen met een positieve tekst erbij op een leuke professionele manier omschrijven wat je zoekt in een werknemer. Als veel mensen engagen met jouw bericht doe je het goed en gaat het algoritme jou daarin ondersteunen d.m.v jouw bericht aan steeds meer mensen te laten zien. Zorg er dus voor dat mensen veel engagen met jouw content dat is de key van het algoritme.

Acht superhandige tips & tricks voor het algoritme van LinkedIn

1. **De basis moet in orde zijn:** Hoe ziet jouw eigen profiel eruit? Heb je een foto toegevoegd en een samenvatting gemaakt van wat je doet? Hoe completer je profiel, hoe relevanter LinkedIn je ziet. Maak het dus zo volledig mogelijk.
2. **Deel kennis:** Kwantiteit gaat boven kwaliteit. Deel dus niet enkel links naar blogs of websites. Probeer de interactie aan te gaan met andere gebruikers, geef slimme tips of stel een vraag.
3. **Kies een goed tijdstip uit:** Het beste moment om te posten bestaat niet, maar je kunt wel bedenken dat midden in de nacht minder gebruikers actief zijn op het platform. De eerste twee uur na het plaatsen zijn het meest belangrijk voor het algoritme. Daarom plaats je updates het liefst op momenten dat jouw connecties online zijn. Probeer zelf uit wat voor jou werkt.
4. **Meer tekst:** LinkedIn geeft je best wat tekens om aan je bericht toe te voegen. Maak daar gebruik van! Korte berichten van een paar zinnen scoren gemiddeld aanmerkelijk slechter.
5. **Hashtags:** Voeg drie tot negen relevante hashtags toe aan je bericht. Meer niet, want dan ziet het platform dit als spam.
6. **Linkjes in bericht:** Publiceer je update eerst zonder de link. Bewerk het bericht daarna en voeg de link toe. Volgens experts is dit de beste manier om posts goed te labelen en vergoot het de kans dat mensen naar de pagina linken.

1. **Interactie is key:** Probeer interactie te krijgen op je berichten en reageer op de commentaren. Likes en deelacties zijn leuk, maar LinkedIn ziet de commentaren als de beste interactie!
2. **Pas op met afwijkende lettertypes:** Het werkte goed om je updates op te laten vallen, maar Google neemt afwijkende lettertypes slecht op.

HOE CREËER JE CONVERSIE NAAR JE WEBSITE?

Conversie naar je website vanuit je eigen bijdragen

Optie 1

Hoe creëer je gemakkelijk conversie vanuit je eigen bijdragen naar je website? Het is slim om jouw connecties/volgers uit te nodigen om naar je website te gaan vanuit je bijdragen, maar hoe doe je dit? Stel ze een uitnodigende vraag in de beschrijving van je bijdrage met betrekking tot je website.

Bijvoorbeeld: De laatste week hebben we twee nieuwe producten uitgebracht die nu op onze website staan. Wat vinden jullie van de nieuwe producten?

Ook kan je de website van je bedrijf toevoegen in de beschrijving van je bijdrage. Zo kunnen ze gemakkelijk meteen naar de website wanneer ze je uitnodigende vraag hebben gelezen. De formule is dus gewoon als laatst een uitnodigende vraag stellen in je beschrijving met betrekking tot je website en dan de website eronder plaatsen. Op deze manier creëer je gemakkelijk conversie naar je website.

Optie 2

Ook kan je de ene helft als bijdrage plaatsen en de andere helft van de bijdrage op je website plaatsen met een logische opvolging van de tekst. Hierdoor moeten ze naar je website gaan als ze je artikel willen verder lezen.

Let op: Het moet dan wel zo interessant zijn dat ze zich verplicht voelen om het artikel af te lezen en zo naar je website te gaan.

Optie 3

Deel referenties van tevreden klanten als bijdrage. Dit kan een video zijn waarin ze vertellen wat ze van het product of de dienst vinden, maar het kan ook een foto zijn met een referentie erin. Of je maakt een foto waarbij je vier