

LinkedIn®

LinkedIn BAŞARI KILAVUZU

B2B Bireyler ve Şirketler İçin Marka Stratejileri

AFİFE ÖZDEMİR



Etki Uyandıran
Profil Oluşturma

LinkedIn Analitikleri

İçindekiler

Giriş:

- *LinkedIn'in Önemi*
- *Kişisel Marka ve İçerik Stratejilerinin Gücü*

Bölüm 1: LinkedIn'de Başarı İçin Stratejik Olarak Kullanma

- *1.1 Hedef Kitlenizi Belirleme*
- *1.2 Kişisel Marka Temelleri*
- *1.3 B2B Şirketler İçin Marka Geliştirme*
- *1.4 Bireysel Kullanıcılar İçin Kişisel Marka Oluşturma*

Bölüm 2: Profilinizi Optimize Etme

- *2.1 Etki Uyandıran Bir Profil Oluşturma*
- *2.2 Başlık ve Özgeçmiş Yazma İpuçları*
- *2.3 Anahtar Kelimeler ve Arama Motoru Optimizasyonu (SEO)*
- *2.4 Profesyonel Görseller ve Arka Plan Fotoğrafı*

Bölüm 3: Etkileşimli İçerik Oluşturma ve Paylaşma

- *3.1 Etkili İçerik Stratejileri*
- *3.2 Kişisel ve Şirket Sayfaları İçin İçerik*
- *3.3 İçerik Pazarlaması Stratejileri*
- *3.4 Harekete Geçirici Mesajlar (CTA)*

Bölüm 4: Ağ Oluşturma ve Bağlantılar Kurma

- *4.1 Etkili Ağ Oluşturma Stratejileri*
- *4.2 Bağlantı Kurma Teknikleri*

Bölüm 5: LinkedIn'i Kariyeriniz İçin Kullanma

- *5.1 İş Arama ve Başvuru*
- *5.2 Kariyer Geliştirme*
- *5.3 Profesyonel Gelişim*

Bölüm 6: Ölçüm, Analiz ve İyileştirme

- *6.1 LinkedIn Analitikleri*
- *6.2 Keşfet Ekranı Kullanımı*
- *6.3 Ayarlar ve Gizlilik*



Giriş

• LinkedIn'in Önemi

Günümüzde LinkedIn, sadece bir iş arama platformu olarak nitelendirilemez. Girişimciler, profesyoneller ve kişisel markalarını oluşturmak isteyenler için önemli ölçüde bir network ağı oluşturma, sektörde marka bilinirliğini artırma, trendleri takip edebilme ve iş geliştirme konusunda iş dünyasında büyük bir yere sahiptir. Dünya genelinde 1 milyardan fazla kullanıcı profili ile en güçlü sosyal ağ araçlarından biridir.

LinkedIn, diğer sosyal medya platformları gibi algoritma mantığıyla hareket eder. Platformun sunduğu bu fırsatlardan tam anlamıyla faydalanabilmek için stratejik bir yaklaşım benimsemek gerekmektedir. LinkedIn, doğru kullanıldığında büyük fırsatlar yaratabileceğini göstermektedir.

• Kişisel Marka ve İçerik Stratejilerinin Gücü

Sizi rakiplerinizden ayıran, kişisel markanızın farkındalığını artırmaktır. Kalıcı bir izlenim bırakmak için LinkedIn'de kendinizi nasıl sunduğunuz, hangi içerikleri paylaştığınız ve network'lerinizle nasıl etkileşime geçtiğiniz, güçlü bir imaja kavuşmanızı sağlar. LinkedIn'de sektörünüzde öne çıkmak için platformu aktif olarak kullanmanız, değer yaratan içeriklere odaklanmanız ve anahtar kelimelerle düzenlenmiş yıldız profil unvanına sahip olmanız, iyi bir kişisel marka oluşturmaya; tanımladığınız hedef kitleyi, iş fırsatlarını, yeni müşteri ve bağlantıları çekmenize yardımcı olacaktır.

Bölüm 1: LinkedIn’de Başarı İçin Stratejik Olarak Kullanma



1.1 Hedef Kitlenizi Belirleme

Sizin içeriklerinizle çekmek istediğiniz kullanıcı profili kimdir? Hedef kitleniz, kariyer hedeflerinize bağlı olarak değişebilir. Bu sebeple, başarılı bir bağlantı ağı oluşturabilmek için potansiyel işverenlerin, müşterilerin ve sektördeki diğer profesyonellerin ilgi alanınıza uygun fırsatlar oluşturup oluşturmadığını, gelişmenize katkı sağlayıp sağlamadığını değerlendirmek önemlidir. Ayrıca, içeriklerinizle potansiyel kitlenizi besleyip besleyemeyeceğiniz de bu adımların ne kadar önemli olduğunu gösterir.

Hedef Kitle Analizi:

- *Sektörünüzü, ilgi alanlarınızı ve kariyer hedeflerinizi belirleyin.*
- *LinkedIn’in “Ağım” aracını kullanarak potansiyel bağlantılarınızı araştırabilirsiniz.*
- *LinkedIn gruplarına katılarak ve sektörünüzdeki diğer profesyonelleri inceleyerek hedef kitleniz hakkında daha fazla bilgi edinebilirsiniz.*

Başarılı bir LinkedIn stratejisi, doğru hedef kitleyi belirlemekten başlar.

• 1.2 Kişisel Marka Temelleri

Kişisel markanız, sizin dijital kartvizitinizdir. LinkedIn’de güçlü bir marka oluşturmak istiyorsanız, özgün olmanız ve kendi kişiliğinizi ortaya koymanız gerekmektedir. Bunları belirlerken:

- *Değer Önerinizi Belirleyin: Ne sunuyorsunuz? Hangi alanda uzmanız? Hedef kitlenize nasıl fayda sağlayabilirsiniz? Kısa ve uzun vadeli hedefleriniz nelerdir?*
- *Kişisel Markanızı Tanımlayın: Kendinizi, yeteneklerinizi, deneyimlerinizi ve hedeflerinizi net bir şekilde ifade edin.*
- *Marka Tutarlılığı: Tüm platformlarda tutarlı bir mesaj ve görsel kimlik kullanın.*

Kişisel markanız sizi rakiplerinizden ayıran en güçlü araçtır; onu özenle inşa edin.



1.3 B2B Şirketler İçin Marka Geliştirme

LinkedIn, şirketler için pazarlama, ağ oluşturma ve markalaşma açısından değerli bir platformdur.

Bir Müşterilerle güven bağı kurmak için ideal bir alan sunan LinkedIn, şirket sayfanızı optimize etmenizi, etkili bir içerik stratejisi geliştirmenizi ve etkileşim odaklı bir topluluk oluşturmaınızı gerektirir. Markanızı güçlendirmek için düzenli olarak rakip analizi yaparak, sektördeki trendlerle uyumlu hale getirebilirsiniz. Bu sayede, LinkedIn'de güçlü bir B2B marka varlığı oluşturabilirsiniz.

• **1.4 Bireysel Kullanıcılar İçin Kişisel Marka Oluşturma**

- **Kendinizi Farklılaştırma:** LinkedIn'de bireysel olarak nasıl öne çıkabilirsiniz? Kendinizi nasıl tanıtırsınız?

Profilinizi Optimize Etme:

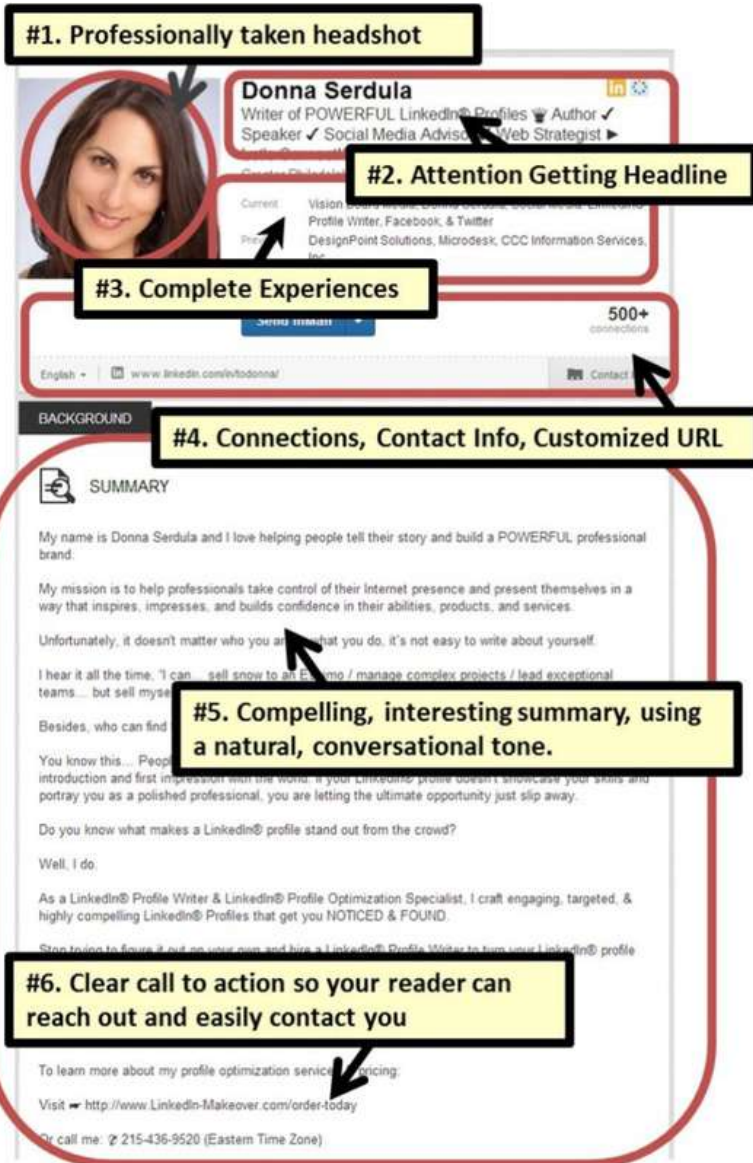
- Başlık ve Özgeçmiş bölümünü ilgi çekici hale getirin.
- Anahtar kelimeler kullanın.
- Profesyonel görseller kullanın.
- İçerik Stratejisi:
- Değerli içerik paylaşın.
- Sektör haberlerini takip edin.
- Düşüncelerinizi paylaşın.
- Etkinliklerden bahsedin.
- Ağ Oluşturma:
- Bağlantı istekleri gönderin.
- LinkedIn gruplarına katılın.
- Etkinliklere katılın.
- Sektör liderleriyle bağlantı kurun. ekleyin



Bölüm 2: Profilinizi Optimize Etme

• 2.1 Etki Uyandıran Bir Profil Oluşturma

LinkedIn'de ilk izlenim çok önemlidir. Başarılarınız, deneyimleriniz, eğitim bilgileriniz ve kariyer hedeflerinizi vurgularken anahtar kelimelere yer vererek profil optimizasyonunu tamamlamak, sayfanızın arama motorlarında daha üst sıralarda sergilenmesini sağlar. Bu da işverenlerin ve nitelikli bağlantıların dikkatini çekmenize avantaj sağlar.



Bir başlık 2.2 Başlık ve Özgeçmiş Yazma İpuçları

• **Anahtar Kelimeler:** Başlık ve özgeçmişinizde, hedef kitlenizin arama olasılığının yüksek olduğu kelimeleri kullanın.

• **Hedef Kitleye Odaklanın:** Onlara nasıl fayda sağlayabileceğinizi ve ne tür deneyimlere sahip olduğunuzu, başarılarınızı, en önemli becerilerinizi vurgulayın.

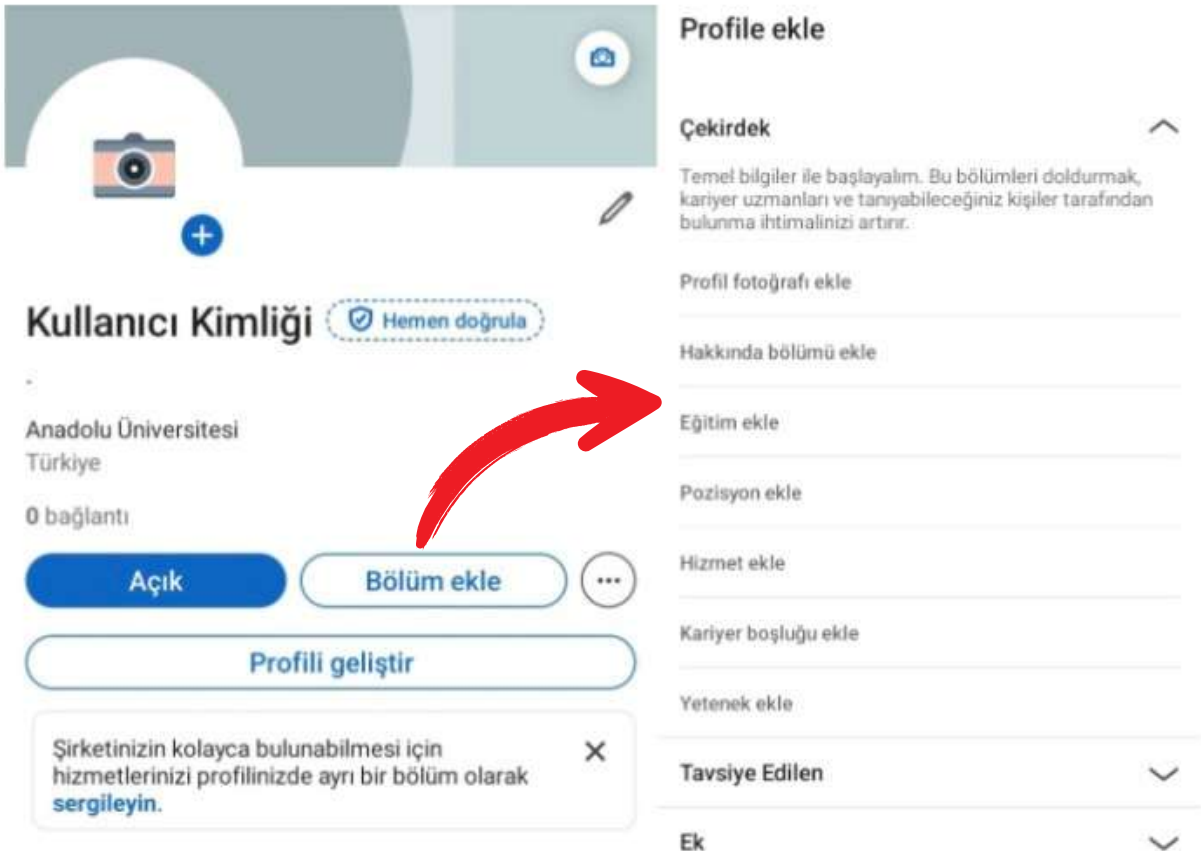
• **Eyleme Yönelik Yazın:** Okuyucunun bir eylemde bulunmasını sağlayacak şekilde yazın.

Bir • Başlık Örneği: “Yazılım Geliştirici | Python Uzmanı | Bulut Teknolojileri”

• **Özgeçmiş Örneği (Headline):** “Yazılım geliştirme alanında 3 yılı aşkın deneyime sahip, Python programlama dilinde uzmanlaşmış bir yazılım geliştirici. Bulut tabanlı uygulamalar geliştirmede, API entegrasyonunda ve Agile geliştirme metodolojilerinde deneyimliyim. Veri yapıları ve algoritmalar konusunda derin bir bilgiye sahibim.”

• **Kişiselleştirilmiş Bağlantı İsteği Örneği:** “Merhaba [Adı], LinkedIn’de sizi takip ediyorum ve sizin [sektör] alanındaki çalışmalarınızla ilgileniyorum. Ben de [sektör] alanında çalışıyorum ve özellikle [konu] alanında bilgi sahibi olmak istiyorum. Sizin deneyimlerinizden öğrenmekten mutluluk duyarım.

• **İçerik Örneği:** “Yazılım Geliştirme Trendleri 2024: Yapay Zeka, Makine Öğrenmesi ve Bulut Teknolojileri”



The image shows a LinkedIn profile page. On the left, there's a profile picture placeholder with a camera icon and a plus sign. Below it, the text 'Kullanıcı Kimliği' is followed by a blue checkmark and the text 'Hemen doğrula'. Underneath, it says 'Anadolu Üniversitesi' and 'Türkiye'. Below that, it says '0 bağlantı'. There are two buttons: 'Açık' (blue) and 'Bölüm ekle' (white with a blue border). Below these buttons is a button labeled 'Profili geliştir'. At the bottom, there's a notification box that says 'Şirketinizin kolayca bulunabilmesi için hizmetlerinizi profilinizde ayrı bir bölüm olarak sergileyin.' with a close button (X). On the right side, there's a section titled 'Profile ekle' with a list of options: 'Çekirdek', 'Temel bilgiler ile başlayalım. Bu bölümleri doldurmak, kariyer uzmanları ve tanıyabileceğiniz kişiler tarafından bulunma ihtimalinizi artırır.', 'Profil fotoğrafı ekle', 'Hakkında bölümü ekle', 'Eğitim ekle', 'Pozisyon ekle', 'Hizmet ekle', 'Kariyer boşluğu ekle', 'Yetenek ekle', 'Tavsiye Edilen', and 'Ek'. A red arrow points from the 'Bölüm ekle' button to the 'Eğitim ekle' option.

Başlık Örneği: “İnsan Kaynakları Uzmanı | Yetenek Yönetimi | Kültür ve Değerler”

Özgeçmiş Örneği (Headline): “İnsan Kaynakları alanında 7 yılı aşkın deneyime sahip, yetenek yönetimi, işe alma, performans yönetimi ve çalışan bağlılığı konusunda uzmanlaşmış bir İK uzmanı. Çevik bir iş ortamında çalışan memnuniyetini artırma, ekip oluşturma ve yetenek gelişimini destekleme konusunda başarılı bir geçmişe sahibim. İşveren markası stratejileri geliştirmede ve çeşitli işe alma yöntemlerini uygulamada deneyimliyim.”

Kişiselleştirilmiş Bağlantı İsteği Örneği: “Merhaba [Adı], tanışmamış olsak da mümkünse bağlantı kurmanın harika olacağını düşündüm. [sektör] alanındaki çalışmalarınızla ilgileniyorum. Ben de [sektör] alanında çalışan bir İK uzmanıyım. Zaman ayırdığınız için teşekkür ederim.

Saygılarımla,
(İsim)

İçerik Örneği: “2024’te İK Trendleri: Çalışan Deneyimi, Çeviklik ve Yetenek Geliştirme”



• **2.3 Anahtar Kelimeler ve Arama Motoru Optimizasyonu (SEO)**

LinkedIn'de anahtar kelimeler, profilinizin arama sonuçlarında görünürlüğünü artırmada kritik bir rol oynar. Doğru kelimeleri seçerek, hedef kitlenizin sizi daha kolay bulmasını sağlayabilirsiniz. Anahtar kelime seçiminin önemini ve nasıl uygulanabileceğini detaylı örneklerle açıklayacağım.

Doğru Kelimeleri Seçme

1. İş Unvanı ve Meslek: Öncelikle, profilinizdeki iş unvanlarınızı ve mesleki niteliklerinizi doğru şekilde yansıtmak için anahtar kelimeler kullanmalısınız. Örneğin, bir yazılım geliştiriciyseniz, "Software Developer" veya "Full Stack Developer" gibi terimleri kullanmanız önemlidir. Ancak, daha spesifik olmak için "React Developer" veya "Java Backend Developer" gibi uzmanlık alanlarınızı da belirtmek gerekir.

Örnek:

- **Yanlış:** "Software Professional"
 - **Doğru:** "Full Stack Developer | React & Node.js Specialist"
- Bu şekilde, daha spesifik anahtar kelimeler kullanarak, belirli bir teknoloji veya dilde uzmanlaşmış kişilerin aramalarında görünme şansınızı artırabilirsiniz.

2. Beceriler ve Uzmanlıklar: Profilinizde belirttiğiniz beceriler de anahtar kelime olarak kullanılabilir. Örneğin, bir dijital pazarlama uzmanıysanız, "SEO," "Content Marketing," "Google Analytics," gibi terimleri eklemek, profilinizin bu alanlarda arama yapan kişiler tarafından bulunmasını sağlar.

Örnek:

- **Yanlış:** "Marketing Expert"
- **Doğru:** "SEO, SEM, Content Marketing, Google Analytics Certified"

Bu şekilde, spesifik becerilerinizi vurgulayarak, o becerilere ihtiyaç duyan işverenler veya iş ortakları tarafından daha kolay fark edilirsiniz.

3. Sektörel Terimler ve Jargon: Hedeflediğiniz sektörde yaygın olarak kullanılan terimleri ve jargonları profilinize eklemek, ilgili aramalarda öne çıkmanızı sağlar. Örneğin, e-ticaret alanında çalışıyorsanız, "E-commerce," "Conversion Rate Optimization (CRO)," "A/B Testing" gibi terimleri profilinize dahil edebilirsiniz.

Örnek:

- **Yanlış:** "Online Business"
- **Doğru:** "E-commerce, Conversion Rate Optimization, A/B Testing"

Bu sayede, spesifik bir sektörde uzmanlık arayan kişiler profilinizi daha üst sıralarda görecektir.

4. Başlık ve Özet Kısmı: Profilinizin başlık ve özet kısmı, anahtar kelimeleri stratejik olarak yerleştirebileceğiniz önemli alanlardır. Bu bölümleri dikkatlice optimize etmek, arama motorlarının profilinizi daha üst sıralarda listelemesine yardımcı olur.

Örnek:

- **Yanlış:** "Marketing Expert"
- **Doğru:** "Digital Marketing Strategist | SEO & Content Marketing Specialist | Google Analytics Expert"

Anahtar Kelime Kullanımıyla Profilin Görünürlüğünü Artırma Analizi:

Bir pazarlama uzmanı düşünelim. Bu kişinin LinkedIn profil başlığı "Marketing Expert" olarak tanımlanmışsa, bu genel bir terimdir ve arama sonuçlarında çok fazla rekabetle karşılaşır. Ancak, başlığı "Digital Marketing Specialist | SEO & SEM | Content Marketing Expert" olarak değiştirdiğinde, profilinde SEO, SEM ve içerik pazarlaması ile ilgili arama yapan kişilere hitap eden daha spesifik anahtar kelimeler kullanmış olur. Bu da profilin görünürlüğünü artırır.

Ayrıca, bu kişi "Digital Marketing Specialist" yerine "Certified Digital Marketing Specialist | HubSpot & Google Analytics Certified" başlığını kullanırsa, belirli sertifikasyonları vurgulayarak, bu nitelikleri arayan işverenlerin ilgisini daha kolay çekebilir.

Bu yöntemlerle, LinkedIn profilinizi optimize ederek, arama sonuçlarında daha üst sıralarda yer alabilir ve profilinizin hedef kitleniz tarafından daha fazla görülmesini sağlayabilirsiniz.



• 2.4 Profesyonel Görseller ve Arka Plan Fotoğrafı

Profil Fotoğrafı: Profesyonel bir LinkedIn fotoğrafı oluşturmak için yüzünüzü ve omuzlarınızı gösteren net bir fotoğraf kullanın. Gülümseyen bir ifade, güvenilir, samimi ve gerçek bir izlenim bırakır. Profesyonel bir kıyafet giydiğinizden ve sade, düzenli bir arka plan seçtiğinizden emin olun;

Bir dikkat dağıtıcı unsurlara yer vermeyin. Fotoğrafın, iyi aydınlatılmış bir ortamda çekilmiş ve yüksek çözünürlüklü olmasına özen gösterin.

Arka Kapak Fotoğrafı: LinkedIn arka kapak fotoğrafı sizin vitrininizdir.

- **Sektör Uyumu:** Arka plan fotoğrafınız, sektörünüzü veya kişisel markanızı, başarılarınızı yansıtan bir görsel olmalıdır.
- **Profesyonellik:** Görsel olarak çekici ve temiz bir fotoğraf kullanın. Dağınık veya dikkat dağıtıcı bir fotoğraf seçmekten kaçının.
- **Marka Renkleri:** Şirketinizin veya kişisel markanızın renklerini kullanabilir veya sektörünüzü temsil eden bir görsel tercih edebilirsiniz.
- **Minimalist Tasarım:** Karmaşık veya çok yoğun bir fotoğraf yerine sade ve minimalist bir görsel kullanın.

Örnekler:

- **Doğru:** Bir ofisin sade bir köşesinden, ilham veren bir manzaradan veya sektörünüzle ilgili bir görselden çekilmiş.
- **Yanlış:** Aşırı kalabalık, dağınık veya profesyonel olmayan bir ortamda çekilmiş.

Ek İpuçları:

- **Profil Fotoğrafı Değiştirme:** Profil fotoğrafınızı düzenli olarak güncelleyin.
- **Arka Plan Fotoğrafını Deneyin:** Farklı arka plan fotoğrafları deneyin ve en iyi sonucu veren görseli seçin.
- **Görsel Uyumu:** Profil fotoğrafınız ve arka plan fotoğrafınızın birbirini tamamladığından emin olun.



Bölüm 3: Etkileşimli İçerik Oluşturma ve Paylaşma



• 3.1 Etkili İçerik Stratejileri

LinkedIn'de başarılı bir içerik stratejisi oluşturmak, platformda fark edilmenizi ve etkin bir şekilde etkileşim kurmanızı sağlar. İçerikleriniz, profesyonel hedeflerinizi yansıtmalı ve hedef kitlenizin ilgisini çekecek şekilde tasarlanmalıdır. Aşağıda, LinkedIn'de etkili bir içerik stratejisi oluşturmanıza yardımcı olabilecek adımlar ve araçlar yer almaktadır.

1. Hedef Kitlenizi Tanıyın

Etkili bir içerik stratejisi, hedef kitlenizi tanıyarak başlar. Hangi sektörde yer alıyorsunuz? Hedef kitleniz kimlerden oluşuyor? Bu soruların yanıtlarını belirleyerek, içeriklerinizi onların ilgi alanlarına göre şekillendirebilirsiniz.

Araçlar:

- **LinkedIn Analytics:** Mevcut kitlenizin demografik bilgilerini ve içerik performansını analiz etmenize yardımcı olur.
- **HubSpot Buyer Persona Tool:** Hedef kitleniz hakkında ayrıntılı bir profil oluşturmanıza yardımcı olur, böylece içeriklerinizi onların ihtiyaçlarına göre uyarlayabilirsiniz.

- **Google Analytics:** Web sitenizden LinkedIn'e gelen trafiği izleyebilir, kullanıcı davranışları hakkında veri toplayabilirsiniz.

2. Düzenli ve Tutarlı İçerik Paylaşımı:

LinkedIn'de başarıya ulaşmak için düzenli ve tutarlı içerik paylaşımı esastır. Haftada en az bir veya iki kez paylaşım yaparak, takipçilerinizle sürekli bir iletişim halinde kalabilirsiniz. İçeriklerinizi belirli bir temaya göre düzenlemek, takipçilerinizin sizden ne bekleyeceğini bilmesini sağlar.

Araçlar:

- **Trello/Asana:** İçerik takvimi oluşturmak için kullanabileceğiniz proje yönetim araçlarıdır. İçeriklerinizi planlamanıza ve düzenli bir şekilde paylaşmanıza yardımcı olur.
- **Buffer:** İçeriklerinizi önceden planlayarak LinkedIn'de zamanlamalı olarak paylaşmanızı sağlayan bir sosyal medya yönetim aracıdır.

LinkedIn Paylaşım Saatleri Yapılan çeşitli araştırmalara göre;

• <u>CoSchedule:</u>	Salı, Çarşamba ve Perşembe günleri sabah 10, akşam 12 ve sabah 1
• <u>Sprout Social:</u>	Salı ve Çarşamba günleri sabah 10'dan öğlene kadar, Perşembe günleri sabah 10'a kadar
• <u>Buffer:</u>	Pazartesi, Salı ve Perşembe günleri saat 16:00; Çarşamba günleri 14:00; Cuma günleri 13:00
• <u>Oberlo:</u>	Salı günleri sabah 10'dan akşam 12'ye kadar

3. Görsel İçerikler Oluşturun

Görsel içerikler, metin tabanlı içeriklere kıyasla daha fazla dikkat çeker ve etkileşim oranını artırır. LinkedIn'de dikkat çekici görseller ve infografikler kullanarak, mesajınızı daha etkili bir şekilde iletebilirsiniz.

Araçlar:

- **Canva:** Tasarım konusunda deneyimi olmayanlar için bile profesyonel görseller oluşturmayı kolaylaştıran bir araçtır. Canva'nın sunduğu şablonlar sayesinde, kısa sürede etkileyici görseller ve infografikler oluşturabilirsiniz.
- **Piktochart:** Özellikle infografikler oluşturmak için mükemmel bir araçtır. Kullanımı kolay şablonlar sayesinde, verilerinizi görsel olarak çekici bir şekilde sunabilirsiniz.
- **Adobe Spark:** Hızlı bir şekilde grafik, video ve web sayfası oluşturmanıza olanak tanır. Özellikle sosyal medya içerikleri için idealdir.
- **Unsplash/Pexels:** Yüksek kaliteli, ücretsiz stok fotoğraflar sunan bir platformdur. LinkedIn içerikleriniz için görseller bulmakta zorlanıyorsanız, iyi bir kaynak olabilir.

4. Trendleri ve Gündemi Takip Edin

İçeriklerinizin güncel ve ilgili olması, hedef kitlenizin ilgisini canlı tutar. Sektörünüzdeki trendleri ve güncel olayları takip ederek, bu konularda içerikler paylaşabilirsiniz. Bu sayede, sektörünüzde bir otorite olarak konumlanabilir ve daha geniş bir kitleye ulaşabilirsiniz.

Araçlar:

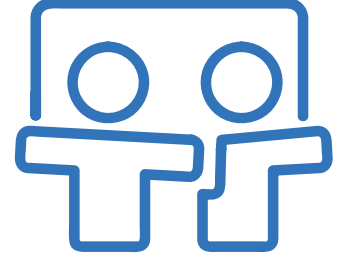
- **Google Alerts:** Belirlediğiniz anahtar kelimelerle ilgili en güncel haberleri ve trendleri takip etmenizi sağlar. Bu sayede, içerikleriniz her zaman gündemde olan konularla ilişkili olabilir.

• 3.2 Kişisel ve Şirket Sayfaları İçin İçerik

Uygulayabileceğiniz içerik fikirleri;

Şirketler İçin İçerik Fikirleri:

1. Sektör trendlerine dair analizler
2. Vaka çalışmaları
3. Yeni ürün duyuruları
4. Konu uzmanlığı içeren makaleler
5. Eğitim programları ve etkinlikler hakkında bilgiler
6. Sektörde sık sık duyulan sorular
7. İş başarısı
8. İşinizdeki küçük başarıları nasıl kutlarsınız?
9. İnsanların sizinle çalışmakla ilgili yaygın bir itirazını ve neden yanıldıklarını açıklayın
10. Müşterilerinizle veya iş ortaklarınızla iş birliğinin nasıl olduğuna dair paylaşımlar



Bireysel Kullanıcılar İçin İçerik Fikirleri:

1. X alanında uzmanlaşmak istediğinizi nasıl anladınız?
2. Sizce en iyi (meslek) hangi niteliklere sahiptir?
3. X becerileri/uzmanlığı ile ilgili en iyi ipuçları
4. Mesleğinizde öğrendiğiniz bir ders
5. Mesleğinizi duyduklarında insanlar sizin hakkınızda ne düşünüyor?
6. Size ilham veren veya motive eden bağlantılarınızdan birini kutlayın ve onları etiketleyin
7. Yıl sonundan önce ulaşmak istediğiniz hedef nedir ve neden?
8. Sektörünüze yeni başlayan biri için en iyi 3 hayatta kalma ipucunu paylaşın
9. Bir iş arkadaşınızla veya müşterinizle fotoğrafınızı paylaşın, birlikte çalışmak nasıl bir şey?
10. İşiniz açısından sizi şaşırtan kendinizle ilgili bir şey nedir?

• 3.3 İçerik Pazarlaması Stratejileri

LinkedIn'i Blogunuzla Entegre Etme

Blogunuz, uzmanlık alanınızı sergilemek ve hedef kitlenize değer katmak için mükemmel bir platformdur. Bu blogu LinkedIn ile entegre ederek, içeriğinizi daha geniş bir kitleye ulaştırabilir ve profesyonel ağınızda daha fazla etkileşim sağlayabilirsiniz. Blog yazılarınızı LinkedIn'de paylaşarak, doğrudan LinkedIn üzerinden geri dönüşler alabilir ve blogunuza trafik çekebilirsiniz. Ayrıca, blog yazılarınıza LinkedIn profilinizde, gönderilerinizde ve şirket sayfanızda bağlantılar eklemek, okuyucuların blogunuza kolayca erişmesini sağlar.

Teknikler:

- **LinkedIn Articles:** *Blog yazılarınızı doğrudan LinkedIn üzerinde makale olarak yayınlayın. Bu yöntem, LinkedIn kullanıcılarının içeriklerinize doğrudan platform üzerinden erişmesini sağlar ve yazılarınızın daha fazla kişi tarafından görülmesini sağlar.*
- **Snippet Paylaşımı:** *Blog yazılarınızdan kısa ve ilgi çekici kısımları LinkedIn gönderilerinizde paylaşın ve tam makale için blogunuza bağlantı verin. Bu teknik, kullanıcıların ilgisini çekmek ve onları blogunuza yönlendirmek için etkilidir.*
- **LinkedIn Profile Section:** *Blog yazılarınızı LinkedIn profilinizin “Öne Çıkan” veya “Deneyim” bölümlerinde paylaşarak, ziyaretçilerin blogunuza doğrudan erişimini sağlayın.*





Hashtag Kullanımı:

LinkedIn'de hashtag kullanımı, içeriklerinizin ilgili kitleler tarafından keşfedilmesini sağlar. Doğru hashtagleri seçerek, içeriklerinizin arama sonuçlarında ve keşfet sayfalarında görünürlüğünü artırabilirsiniz. Ayrıca, belirli hashtagler üzerinden düzenli olarak içerik paylaşmak, sizi bu konularda otorite haline getirebilir.

Teknikler:

- **Hashtag Araştırması:** Hedef kitlenizin en çok takip ettiği ve içeriklerinde kullandığı hashtagleri belirleyin. Bu, içeriklerinizin doğru kitleye ulaşmasını sağlar. Araç olarak RiteTag gibi hashtag araştırma araçlarını kullanabilirsiniz.
- **Marka Hashtagleri:** Şirketiniz veya kişisel markanız için özel hashtagler oluşturun ve bu hashtagleri düzenli olarak kullanın. Bu, markanızın etrafında bir topluluk oluşturmaya yardımcı olabilir.
- **Hashtag Sayısı:** Her gönderide 3-5 hashtag kullanımı, içeriklerinizin görünürlüğünü artırırken spam algısı yaratmaktan kaçınmanıza yardımcı olur.

Sosyal Medya Platformlarıyla Entegrasyon

LinkedIn'deki içeriğinizi diğer sosyal medya platformlarında paylaşmak, markanızın tüm platformlarda tutarlı bir şekilde görünmesini sağlar ve erişim alanınızı genişletir. Bu entegrasyon, hem LinkedIn'de hem de diğer platformlarda etkileşim oranlarını artırabilir.

Teknikler:

- **Omni-Channel Pazarlama:** İçeriğinizi LinkedIn dışında Twitter, Facebook, Instagram ve YouTube gibi platformlarda da paylaşarak, mesajınızı farklı kitlelere ulaştırın.

Bu platformların her biri için içeriklerinizi optimize ederek daha geniş bir erişim sağlayabilirsiniz. Örneğin, LinkedIn'de paylaştığınız bir makale özeti, Twitter'da kısa bir alıntı ve bağlantı olarak, Instagram'da ise görsel ve kısa bir açıklama ile paylaşılabilir.

- **Planlama Araçları:** Hootsuite, Buffer gibi sosyal medya yönetim araçları kullanarak LinkedIn gönderilerinizi diğer platformlarda otomatik olarak paylaşabilirsiniz. Bu araçlar, içeriklerinizi önceden planlamanıza ve zamanlamanıza yardımcı olur.

- **İzleme ve Ölçümleme:** Tüm platformlarda içeriklerinizin performansını izlemek ve analiz etmek için Google Analytics ve LinkedIn Analytics gibi araçları kullanabilirsiniz. Hangi platformların daha fazla etkileşim getirdiğini ve hangi tür içeriklerin en başarılı olduğunu analiz ederek, stratejinizi sürekli olarak optimize edebilirsiniz.

Müşteri Personaları ile İçerik Pazarlama Stratejisi

Müşteri personası, hedef kitlenizin ideal bir temsili olup, içerik stratejinizi bu persona etrafında şekillendirmek, daha etkili sonuçlar elde etmenizi sağlar. LinkedIn'de paylaştığınız içeriklerin bu personaya hitap etmesi, etkileşimi artırır ve hedeflerinize ulaşmanızı kolaylaştırır.

Teknikler:

- **Persona Oluşturma:** Hedef kitlenizi temsil eden ayrıntılı müşteri personaları oluşturun. Bu personada demografik bilgiler, ilgi alanları, profesyonel hedefler ve yaşadığı zorluklar gibi unsurlara yer verin. **Xtensio** gibi araçlar, etkili müşteri personası oluşturmaya yardımcı olabilir.

- **Kişiselleştirilmiş İçerik:** Her müşteri personası için özel içerikler oluşturun. Örneğin, kariyerlerinin başındaki profesyoneller için rehber niteliğinde içerikler sunarken, deneyimli yöneticilere stratejik analizler ve vaka çalışmaları sunabilirsiniz.
- **Segmentasyon:** İçeriklerinizi farklı müşteri personası gruplarına yönelik olarak segmentlere ayırın ve bu segmentlere özel kampanyalar oluşturun. Bu, her hedef kitleye daha uygun ve etkili mesajlar iletmenizi sağlar.

• 3.4 Harekete Geçirici Mesajlar (CTA)

İçeriklerinizde kullandığınız başlıklar, okuyucunun ilgisini çekmek için hayati öneme sahiptir. İlgi çekici ve merak uyandırıcı başlıklar kullanarak, okuyucularınızı içeriklerinize çekebilirsiniz. Ayrıca, her içeriğinizde açık ve net bir harekete geçirici mesaj (CTA) bulundurmak, okuyucularınızı belirli bir eyleme yönlendirir.

Araçlar:

- **CoSchedule Headline Analyzer:** Başlıklarınızı analiz ederek ne kadar etkili olduklarını ölçen bir araçtır. Bu araç sayesinde, başlıklarınızın gücünü artırabilir ve daha çekici hale getirebilirsiniz.
- **Headline Studio:** Başlıklarınızı optimize etmenize yardımcı olan başka bir araçtır. Başlığınızı daha güçlü, daha özgün ve arama motorları için daha uygun hale getirmenize olanak tanır.
- **Optimizely:** A/B testleri yaparak, farklı CTA'lar ve başlıklar arasında hangisinin daha etkili olduğunu test etmenize yardımcı olur.

İzleyicileri web sitenize, blogunuza, e-posta listenize veya diğer kaynaklarınıza yönlendirmek için açık çağrıda bulunun.

Örnek CTA'lar:

- o “Daha Fazla Bilgi İçin Tıklayın”*
- o “Ücretsiz E-kitaba İndirin”*
- o “Şirketimizi Takip Edin”*

Bölüm 4: Ağ Oluşturma ve Bağlantılar Kurma



• 4.1 Etkili Ağ Oluşturma Stratejileri

Platformun sunduğu geniş sosyal bağlantı ağı, iş fırsatlarını yakalama, kişisel marka geliştirme, güven ve itibar inşası, sektördeki gelişmeleri takip etme, inovasyon ve iş birlikleri oluşturmak için önemli bir alan tanır. LinkedIn’de güven veren bir profil olduğunuzu göstermek için, ilk 500 bağlantı portföyünü tamamlamanız önemlidir.

- Hedef Kitle Odaklı:** *Alanınızda etkili kişilerle bağlantı kurmaya odaklanın.*
- Kişiselleştirilmiş Bağlantı İstekleri:** *Bağlantı isteklerinize kişisel bir not ekleyin.*
- Ortak Bağlantılar:** *Ortak bağlantılardan bahsederek bağlantı isteklerinizi daha etkili hale getirin.*

4.2 Bağlantı Kurma Teknikleri

LinkedIn, profesyonel ağınıza genişletmek ve iş dünyasında yeni fırsatlar yaratmak için güçlü bir platformdur. Ancak, etkili bir ağ kurmak, sadece bağlantı sayınızı artırmaktan çok daha fazlasını gerektirir. Bu bölümde, LinkedIn'de doğru ve stratejik bağlantılar kurmanıza yardımcı olacak teknikleri ve ipuçlarını bulacaksınız.

1. Kişiselleştirilmiş Bağlantı Davetleri Gönderin

Bağlantı kurmak istediğiniz kişilere göndereceğiniz davet mesajlarını kişiselleştirmek, ilk izlenimde büyük fark yaratır. Standart "Bağlantı kurmak ister misiniz?" mesajı yerine, neden bağlantı kurmak istediğinizi belirten kısa ve samimi bir not eklemek, karşı tarafın davetinizi kabul etme olasılığını artırır.

Örnek:

- "Merhaba [İsim], paylaştığınız son makale dikkatimi çekti ve sektörle ilgili görüşlerinizi çok değerli buldum. Sizinle bağlantı kurmaktan memnuniyet duyarım."
- "Merhaba [İsim], [ortak bir bağlantı ya da etkinlik] aracılığıyla profilinize ulaştım ve deneyimlerinizin benim kariyer hedeflerimle örtüştüğünü gördüm. Ağımda sizi görmekten memnuniyet duyarım."

Bu tür kişiselleştirilmiş mesajlar, bağlantılarınızla güçlü bir başlangıç yapmanıza yardımcı olur.

2. Ortak Noktaları Vurgulayın

Bağlantı kurmak istediğiniz kişilerle ortak noktalarınızı bulmak, güçlü bir bağ kurmanın etkili bir yoludur. Ortak bağlantılar, ortak ilgi alanları, aynı okuldan mezun olma gibi benzerlikleri vurgulamak, karşı tarafın sizinle bağlantı kurmasını daha çekici hale getirir.

Teknikler:

- **LinkedIn Alumni Tool:** Aynı üniversiteden mezun olduğunuz kişileri bulmak için bu aracı kullanabilirsiniz.
- **Ortak Gruplar ve İlgili Alanları:** LinkedIn gruplarına katılarak, benzer ilgi alanlarına sahip kişilerle kolayca bağlantı kurabilirsiniz.

3. Değer Katmayı Amaçlayın

Bağlantı kurarken her zaman karşı tarafa nasıl değer katabileceğinizi düşünün. Özellikle tanımadığınız kişilere bağlantı daveti gönderirken, onlara ne sunabileceğinizi açıkça belirtmek önemlidir. Bu, bir uzmanlık alanı, bilgi paylaşımı veya işbirliği fırsatı olabilir.

Teknikler:

- **Bilgi Paylaşımı:** Uzmanlık alanınızla ilgili makaleler, raporlar veya rehberler paylaşarak, yeni bağlantılarınıza değer katabilirsiniz.
- **Ortak Projeler:** Birlikte çalışabileceğiniz projeler veya işbirlikleri önererek, karşı tarafın ilgisini çekebilirsiniz.

4. Ortak Bağlantıları Kullanın

LinkedIn'de yeni kişilerle bağlantı kurarken, ortak bağlantılarınızı kullanmak etkili bir yöntemdir. Ortak bir bağlantıdan bahsetmek, karşı tarafın size güven duymasını kolaylaştırır ve bağlantı kurma sürecini hızlandırır.

Teknikler:

- **Ortak Bağlantı Referansı:** "Ortak bağlantımız [isim], sizinle bağlantı kurmam gerektiğini düşündü. Sektördeki uzmanlığınız beni çok etkiledi ve bu alanda daha fazla bilgi edinmek isterim."
- **Bağlantı İntroduksiyonları:** Ortak bir bağlantıdan, sizi tanıtmalarını rica etmek de etkili bir yöntemdir. Bu, özellikle daha üst düzey yöneticilerle bağlantı kurmak istediğinizde faydalı olabilir.

5. LinkedIn Gruplarını Kullanın

LinkedIn grupları, benzer ilgi alanlarına sahip profesyonellerle tanışmanın ve bağlantı kurmanın harika bir yoludur. Gruplarda aktif olarak yer almak, kendinizi göstermenize ve ilgilendiğiniz alanlarda güçlü bir ağ oluşturmaya olanak tanır.

Teknikler:

- **Aktif Katılım:** Gruplarda sorular sormak, cevaplar vermek ve ilginç içerikler paylaşmak, diğer üyelerin sizinle bağlantı kurma isteğini artırır.
- **Gruplar Üzerinden Bağlantı Kurma:** Grup üyelerine doğrudan mesaj gönderebilir ve onların ilgisini çekecek kişiselleştirilmiş bağlantı davetleri yollayabilirsiniz.

6. Etkinlikler ve Web Seminerleri Üzerinden Bağlantı Kurma

LinkedIn'de katıldığınız etkinlikler ve web seminerleri, yeni bağlantılar kurmak için mükemmel fırsatlar sunar. Bu tür etkinlikler sonrasında, diğer katılımcılarla bağlantı kurarak, ortak ilgi alanlarınıza dayanan güçlü ilişkiler geliştirebilirsiniz.

Teknikler:

- **Etkinlik Sonrası Takip:** Katıldığınız etkinlik veya web seminerinden sonra, diğer katılımcılara bağlantı davetleri gönderin ve etkinlikle ilgili görüşlerinizi paylaşın. "Etkinlikte paylaştığınız bilgiler için teşekkür ederim. Sizinle daha fazla bağlantı kurmak isterim."
- **Etkinlik Öncesi Bağlantı Kurma:** Etkinlikler öncesinde, konuşmacılarla veya diğer katılımcılarla bağlantı kurarak, etkinlik sırasında daha derin ilişkiler geliştirme fırsatları yaratın.

7. Etkileşimde Bulunarak İlişkileri Güçlendirin

Bağlantı kurduğunuz kişilerle etkileşimde bulunmak, bu ilişkileri canlı tutmanın ve güçlendirmenin en iyi yollarından biridir.

Paylaşımlarını beğenmek, yorum yapmak ve mesajlaşmak, profesyonel bağlarınızı daha da sağlamlaştırır.

Teknikler:

- **Düzenli Etkileşim:** *Bağlantılarınızın paylaştığı içeriklere düzenli olarak yorum yapın ve destekleyici mesajlar gönderin.*
- **Özel Günlerde Mesajlaşma:** *Doğum günü, iş yıl dönümü veya terfi gibi özel günlerde tebrik mesajları göndermek, karşı tarafla ilişkinizi güçlendirebilir.*

8. Öneri ve Onay İsteyin

Bağlantılarınızdan yetenekleriniz hakkında öneri ve onay istemek, profilinizi güçlendirmenin yanı sıra, profesyonel güvenilirliğinizi artırır. Bu öneriler, yeni bağlantılar kurmak isteyen kişiler için güven verici bir unsur olabilir.

Teknikler:

- **Öneri İstemek:** *Bağlantılarınızdan sizinle ilgili yazılı bir öneri isteyin. Bu öneriler, LinkedIn profilinizde sergilenebilir ve yeni bağlantılar kurarken referans olarak kullanılabilir.*
- **Yetenek Onayı:** *Bağlantılarınızdan yeteneklerinizi onaylamalarını isteyin ve karşılıklı olarak onların yeteneklerini onaylayarak etkileşimde bulunun.*

Bölüm 5: LinkedIn'i Kariyeriniz İçin Kullanma

• 5.1 İş Arama ve Başvuru

1. Profilinizi İş Arama İçin Optimize Edin

Ayarlar ve "Open to Work" Özelliği

LinkedIn'in "Open to Work" özelliğini kullanarak işverenlerin sizi iş arayan biri olarak tanımasını sağlayabilirsiniz. Ancak, bu özelliği herkese açık yapmaktansa, yalnızca işe alım uzmanları ve işverenler tarafından görülebilecek şekilde ayarlamak daha stratejik olabilir.

+ Konum ekle

Başlangıç tarihi

☐ Hemen, aktif olarak iş arıyorum

☐ Esnek, sadece bakıyorum

İstihdam türleri

Tam Zamanlı ✓

Yarı Zamanlı +

Sözleşmeli +

Stajyer +

Geçici

Görünürlük (çalışmaya açık olduğunuzu kimler görüntüleyebilir)*

☐ **Yalnızca kariyer uzmanları**
LinkedIn Recruiter kullanan kişilerle sınırlıdır
Bu bilgiyi, şirketinizdeki kariyer uzmanlarına göstermemeye çalışıyoruz fakat gizliliği garanti edemiyoruz.

☐ **Tüm LinkedIn üyeleri**
Şirketinizdeki kariyer uzmanlarını ve diğer kişileri içerir.
Bu seçin #OpenToWork fotoğraf çerçevesini ekler.

Bu, mevcut işinizdeki kişiler tarafından iş aradığının bilinmesini istemiyorsanız özellikle önemlidir.

Nasıl Yapılır:

- Profilinizin üst kısmındaki “Open to Work” seçeneğini etkinleştirin.
- “Özel olarak işe alım uzmanlarıyla paylaş” seçeneğini seçerek, bu bilginin sadece işverenler tarafından görülmesini sağlayın.

2. İş İlanlarına Başvuru

LinkedIn’de iş ilanlarını takip etmek ve başvurularınızı özelleştirmek, iş arama sürecinde çok önemlidir. Her iş ilanı için özelleştirilmiş bir başvuru göndererek, işverenlerin dikkatini çekebilirsiniz. Ayrıca, başvurunuzu gönderirken, kısa bir not ekleyerek neden bu işe uygun olduğunuzu belirtebilirsiniz.

Hashtag Kullanımı

LinkedIn’de iş ilanlarına ulaşmak için ilgili hashtagleri takip edebilir ve aramalarınızı bu hashtagler üzerinden yapabilirsiniz. Örneğin, “#JobOpening”, “#Hiring”, “#MarketingJobs” gibi hashtagler, iş aramalarında size yardımcı olabilir.

Nasıl Yapılır:

- LinkedIn'in arama çubuğuna ilgili hashtagleri girin ve bu hashtaglerle paylaşılan iş ilanlarını inceleyin.
- İlgilendiğiniz iş ilanlarını kaydedin ve başvurmadan önce profilinizi ve başvuru belgelerinizi gözden geçirin.

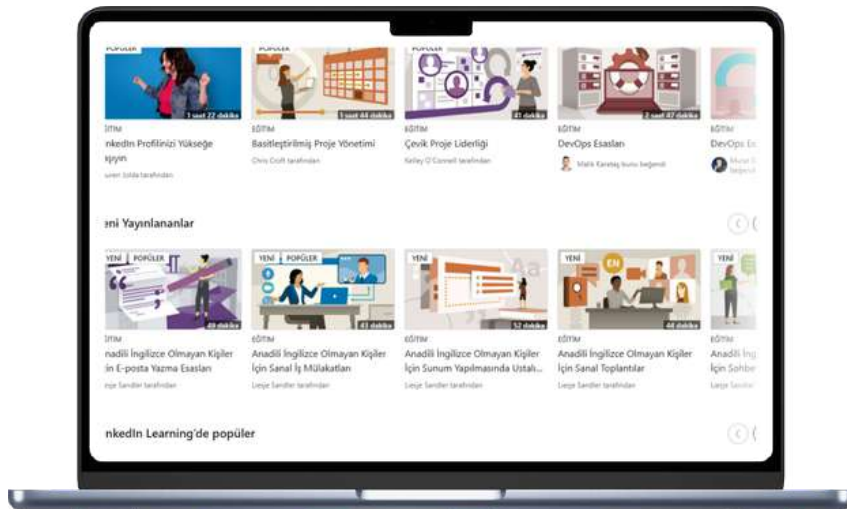
3. Potansiyel İşverenlerle ve Sektör Liderleriyle Bağlantı Kurun
Potansiyel işverenlerle ve sektör liderleriyle bağlantı kurmak, LinkedIn'de iş arama sürecinin kritik bir parçasıdır. Doğrudan başvuru yapmanın yanı sıra, sektörde tanınan kişilerle bağlantı kurarak iş fırsatlarını artırabilirsiniz. Bu, hem görünürlüğünüzü artırır hem de iş başvurularınızda size avantaj sağlar.

• 5.2 Kariyer Geliştirme

LinkedIn'de yeni iş fırsatları bulabilir, sektörel gelişmeleri takip edebilir ve LinkedIn Learning kanalını kullanarak eğitim alabilir ve sertifikalar elde edebilirsiniz.

LinkedIn Learning Nedir Ve Nasıl Kullanılır?

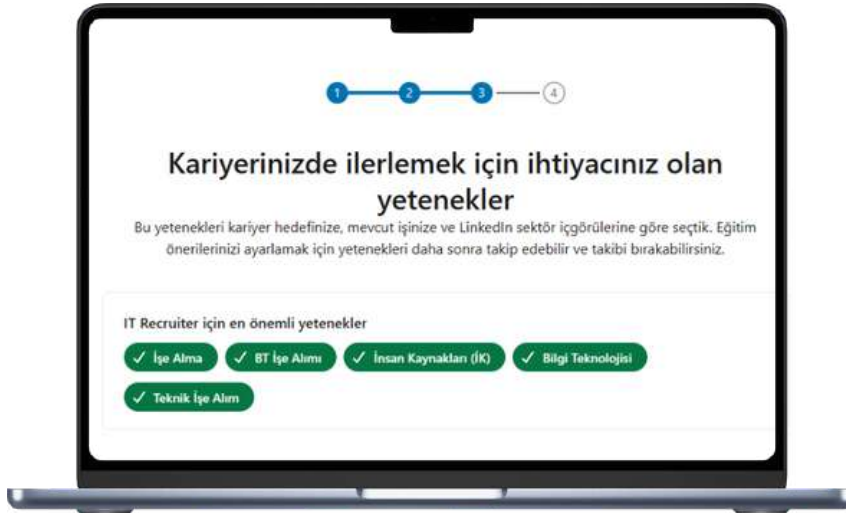
LinkedIn birçok kursa sınırsız ulaşım sağlıyor. Ücretsiz bir ay deneme fırsatı sunan LinkedIn cüzi miktarlarda farklı premium seçeneklerini de sunuyor. Pek çok farklı alanda kurs ve LinkedIn sertifika kazanma ve bazı kurslarda uluslararası alandaki sertifikalar için destek sağlıyor .



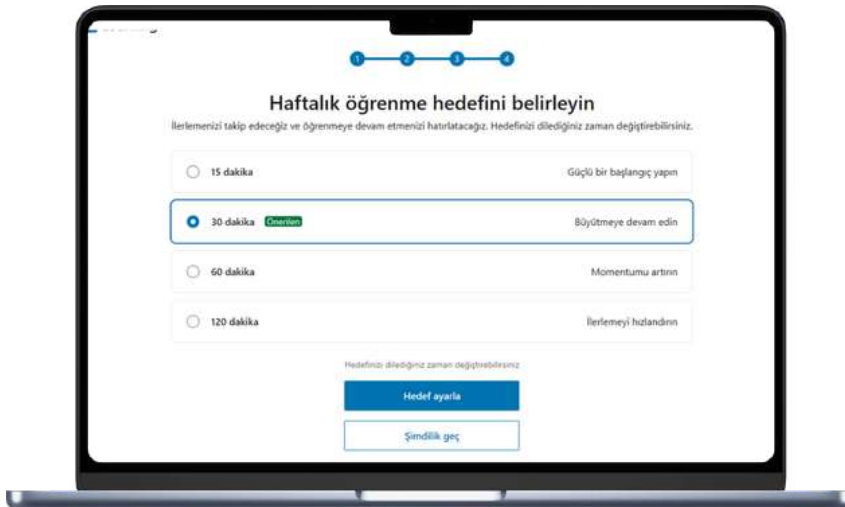
Learning ilk önce hedefinizi belirlemenizi istemektedir.



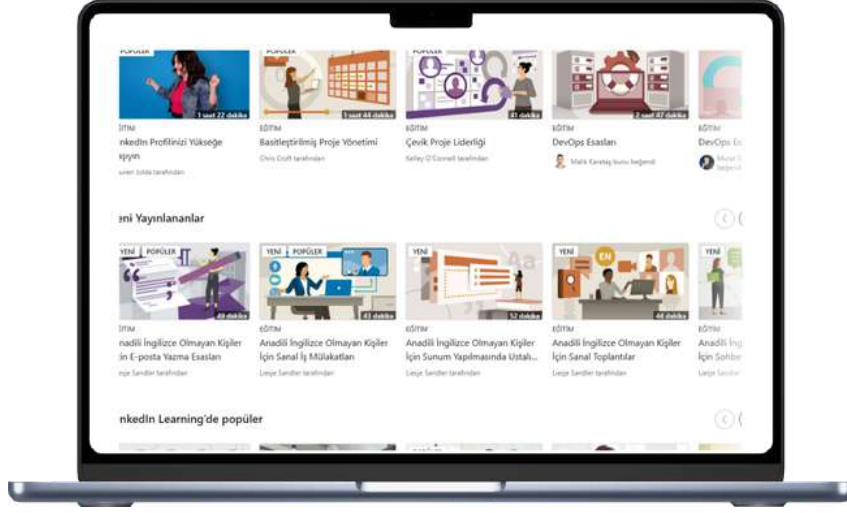
2. adım olarak yeteneklerinizi belirlemelisiniz.



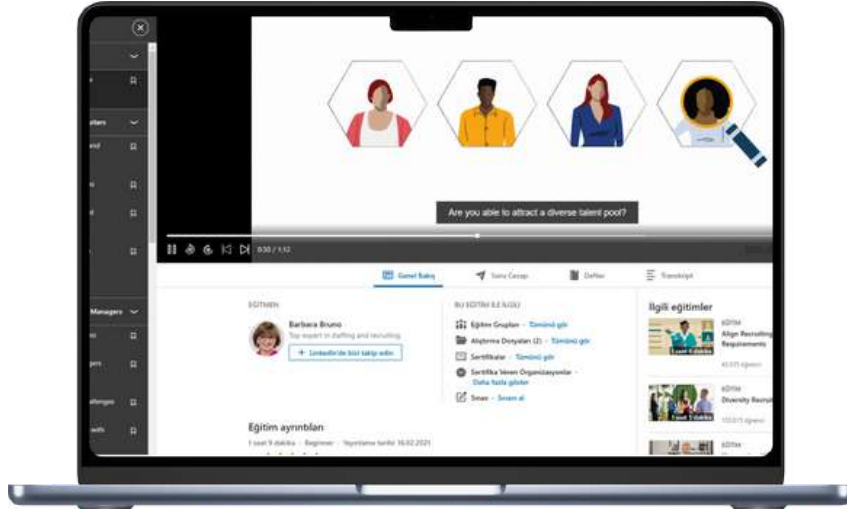
3. Haftalık Öğrenme sürenizide hedefleyebiliyorsunuz.



Birçok farklı alanda ücretsiz olarak kurslara ulaşabilir, arama yaparak sınıflandırma oluşturabilirsiniz.



Tüm kursu kaydetmek yerine istediğiniz partı kaydedebilir kendi koleksiyonunuzu oluşturabilirsiniz. Notlar kısmına, eğitim ile alakalı kendinize özel notlar alabilirsiniz. Öğrenme gruplarına katılabilirsiniz. Eğitim sonunda sertifika sınavına katılıp sertifikanızı alabilirsiniz.



• 5.3 Profesyonel Gelişim

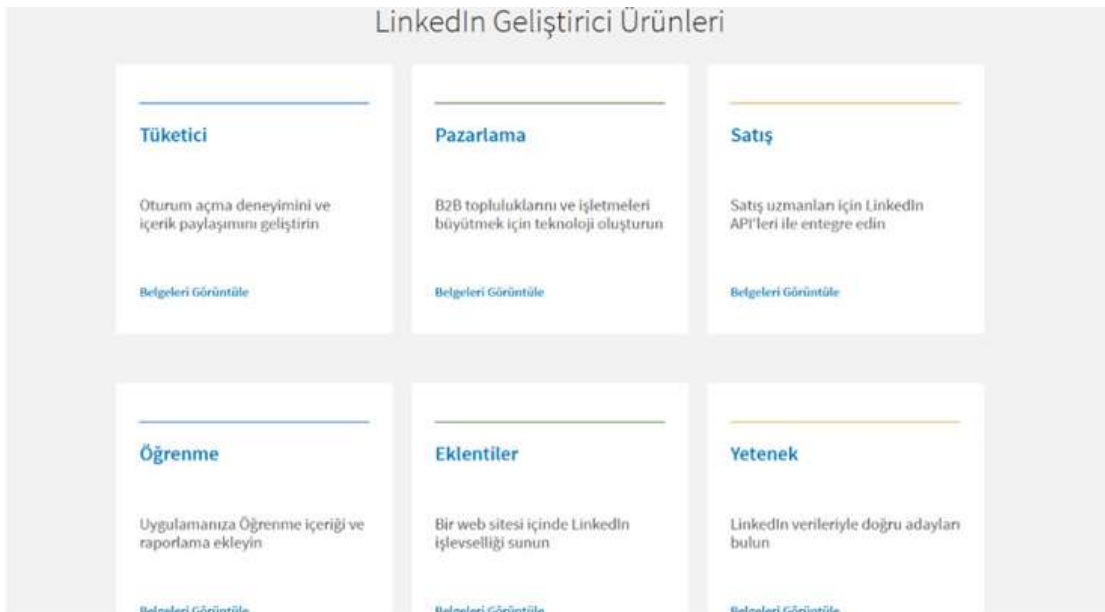
LinkedIn, sadece iş arama veya ağ oluşturma platformu değil, aynı zamanda sürekli öğrenme ve gelişme için de ideal bir platformdur. Kariyerinizde ilerlemek ve sektörünüzde öne çıkmak için bu platformu aktif olarak kullanabilirsiniz.

Etkinliklere Katılma:

- **Sektör Etkinlikleri:** LinkedIn'in "Etkinlikler" bölümünde, sektörünüzle ilgili çevrimiçi ve fiziksel etkinlikleri bulabilirsiniz.
- **Webinara Katılın:** Webinarlara katılarak yeni trendler, teknolojiler ve sektör haberleri hakkında bilgi edinebilirsiniz.
- **Konferanslara Katılın:** Konferanslara katılarak sektör uzmanlarıyla tanışabilir, yeni bilgiler edinebilir ve ağınıza genişletebilirsiniz.
- **Sektör Örgütleri:** Sektörünüzle ilgili örgütlere katılın ve etkinliklerinden haberdar olun. LinkedIn'in "Gruplar" bölümü, bu örgütlerin etkinliklerini bulmak için kullanışlıdır.

Sektör Haberlerini ve İçgörülerini Takip Etme:

- **LinkedIn Haber Kaynağı:** LinkedIn'in "Haberler" bölümünde, sektörünüzle ilgili güncel haberleri ve içgörülerini takip edebilirsiniz.
- **Influencer'ları Takip Edin:** Sektörünüzdeki etkili kişileri takip edin ve içeriklerini takip edin.
- **Trend Konular:** LinkedIn'in "Trend Konular" bölümünde, sektörünüzdeki en popüler konuları ve tartışmaları inceleyebilirsiniz.
- **Sektör Yayınları:** Sektörünüzle ilgili yayınlara abone olun ve içeriklerini takip edin.



Bölüm 6: Ölçüm, Analiz ve İyileştirme



6.1 LinkedIn Analitikleri

LinkedIn Analitiği, markanızın bu platformda nasıl performans gösterdiğini anlamak için elinizde bulunan en önemli araçtır. Bu araç size, kampanyalarınızın etkisini, hedef kitlenizin kim olduğunu ve içeriklerinizin ne kadar ilgi çektiğini göstererek, veriye dayalı kararlar almanızı sağlar.

LinkedIn Analitik Panelini Etkili Bir Şekilde Kullanma:

LinkedIn Analitiği panelini kullanarak, çeşitli ölçümler hakkında bilgi edinebilir ve stratejinizi optimize etmek için bu bilgileri kullanabilirsiniz.

Ana panel ölçümleri ve bunları nasıl analiz edebileceğinize dair bazı ipuçları:

1. İzleyici Analizi:

- **Demografik Bilgiler:** Hedef kitlenizin demografik bilgilerini (yaş, cinsiyet, konum, sektör, iş unvanı) inceleyin. Bu bilgiler, içerik ve reklam kampanyalarınızı daha hedefli bir şekilde oluşturmanıza yardımcı olur.
- **İlgiler:** Hedef kitlenizin ilgi alanlarını ve takip ettiği konuları inceleyin. Bu bilgiler, ilgi çekici içerikler oluşturmak ve doğru hedef kitleye ulaşmak için size fikir verir.

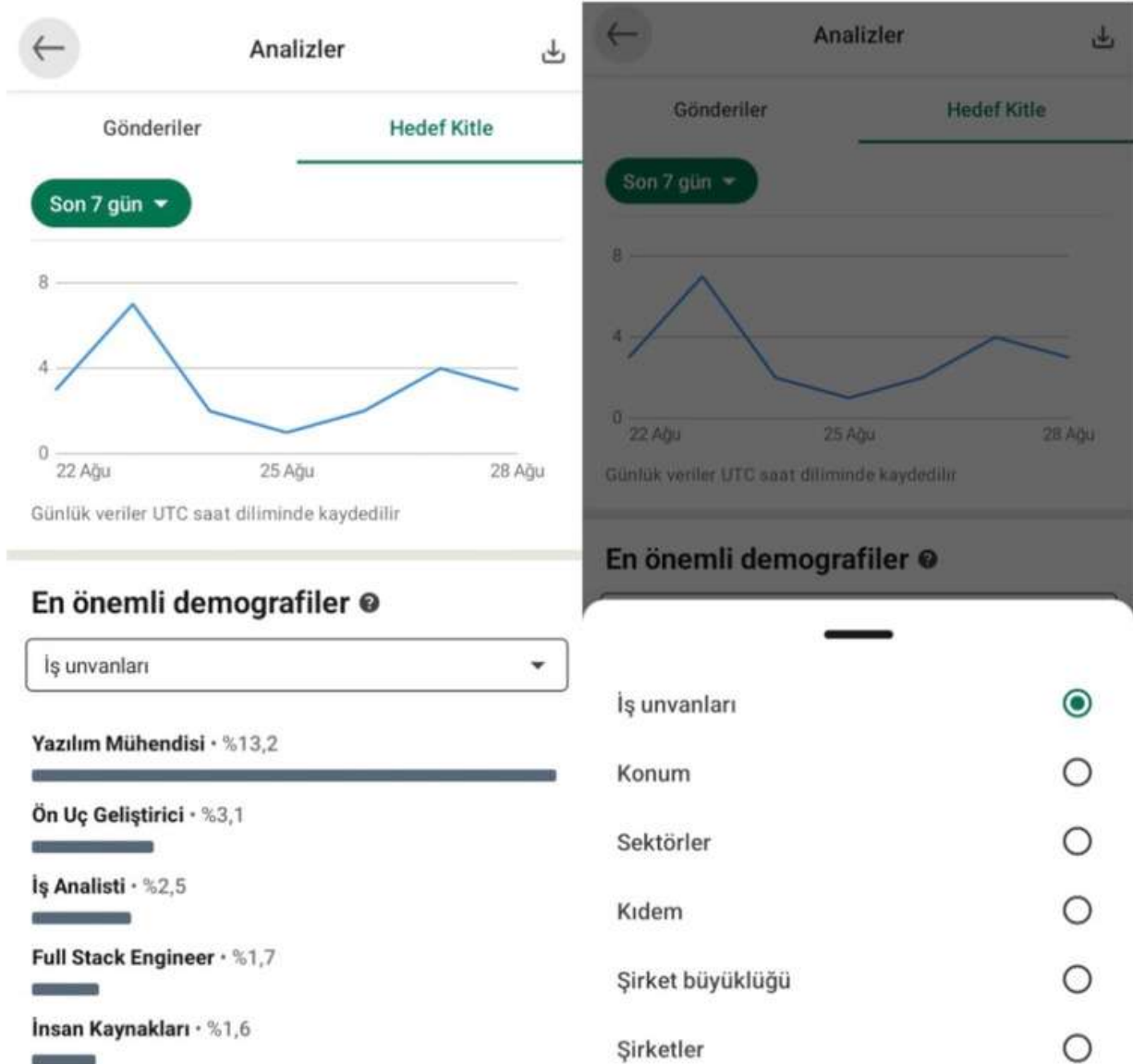
2. İçerik Performansı:

- **Gösterim Sayısı:** İçeriğinin kaç kez görüntüldüğü bilgisini inceleyin. Bu, içeriğinin ne kadar görünür olduğunu gösterir.
- **Tıklama Oranı (CTR):** İeriğimize kaç kişinin tıkladığını inceleyin. Bu, başlığının ve görselinin ne kadar ilgi çekici olduğunu gösterir.
- **Paylaşım Sayısı:** İçeriğinin kaç kez paylaşıldığını inceleyin. Bu, içeriğinin ne kadar ilgi çekici olduğunu ve ne kadar yaygın olarak paylaşıldığını gösterir.
- **Yorum Sayısı:** İeriğimize kaç yorum yapıldığını inceleyin. Bu, içeriğinin ne kadar etkileşim yarattığını gösterir.
- **Beğeni Sayısı:** İeriğimize kaç beğeni yapıldığını inceleyin. Bu, içeriğinin ne kadar ilgi çekici olduğunu gösterir.

3. Reklam Kampanyası Performansı:

- **Tıklama Sayısı:** Reklamınızın kaç kez tıklandığını inceleyin. Bu, reklamınızın ne kadar ilgi çekici olduğunu gösterir.
- **Tıklama Oranı (CTR):** Reklamınızın kaç kez görüntüldüğü ve kaç kez tıklandığı oranını inceleyin. Bu, reklamınızın ne kadar etkili olduğunu gösterir.
- **Dönüşüm Oranı:** Reklamınızın kaç kez dönüşüme (örneğin, web sitesi ziyaret, satış) yol açtığını inceleyin. Bu, reklamınızın ne kadar etkili olduğunu gösterir.
- **Maliyet Bilgileri:** Reklam kampanyalarınızın maliyetini ve maliyet başına dönüşüm oranını inceleyin. Bu bilgiler, kampanyalarınızı daha verimli bir şekilde optimize etmenize yardımcı olur.

- **Analitik Verilerini Etkili Bir Şekilde Kullanma:**
- **Trendleri İzleyin:** Verileri düzenli olarak inceleyin ve trendleri takip edin.
- **A/B Testleri:** Farklı içerik türlerini veya reklam kampanyalarını test edin.
- **Stratejinizi Ayarlayın:** Analiz sonuçlarına göre stratejinizi ayarlayın ve içeriklerinizin ve reklam kampanyalarınızın performansını optimize edin.
- **Hedef Kitlenizi Anlayın:** Hedef kitlenizin demografik bilgilerini ve ilgi alanlarını kullanarak daha hedefli içerikler ve reklam kampanyaları oluşturun.



• 6.2 Keşfet Ekranı Kullanımı

Keşfet Ekranı Nedir?

Keşfet ekranı, LinkedIn'in kullanıcılara ilgi alanlarına göre özelleştirilmiş içerikler ve bağlantılar sunduğu bir alandır.

Bu ekran, ağınıza bulunan içerikler, sektörel haberler ve popüler paylaşımlar gibi çeşitli bilgileri bir arada sunarak size değerli bilgiler sağlar.

Keşfet Ekranının Temel Özellikleri:

- **İçerik Akışı:** Keşfet ekranı, sizin ilgi alanlarınıza ve etkileşimlerinize göre bir içerik akışı sunar. Bu akış, sektördeki trendleri takip etmenize ve yeni içeriklere ulaşmanıza yardımcı olur.
- **Kişiselleştirilmiş Öneriler:** LinkedIn algoritması, önceki etkileşimlerinize ve arama geçmişinize göre kişiselleştirilmiş içerik önerileri sunar. Bu, ilgili içerikleri daha hızlı bulmanıza ve güncel kalmanıza yardımcı olur.
- **Gelişmiş Arama:** Keşfet ekranında, anahtar kelimeler veya kategoriler aracılığıyla arama yapılabilir ve ilgilendiğiniz konularla ilgili içeriklere ulaşabilirsiniz.

Keşfet Ekranını Etkili Kullanma İpuçları:

1. **İlgi Alanlarınızı Güncelleyin:** Keşfet ekranında daha iyi öneriler almak için ilgi alanlarınızı ve takip ettiğiniz konuları düzenli olarak güncelleyin.
2. **Etkileşimde Bulunun:** İlgi duyduğunuz içeriklere yorum yapın, beğenin ve paylaşın. Bu, algoritmanın size daha uygun öneriler sunmasına yardımcı olur.
3. **Trendleri Takip Edin:** Keşfet ekranı, sektördeki güncel trendleri ve haberleri takip etmek için mükemmel bir araçtır. Bu bilgileri takip ederek sektördeki gelişmeleri yakından görebilirsiniz.



6.3 Ayarlar ve Gizlilik

Ayarlar ve Gizlilik Nedir?

LinkedIn'de Ayarlar ve Gizlilik bölümü, hesabınızın yönetimi ve kişisel bilgilerinizin korunmasıyla ilgili çeşitli seçenekleri barındıran bir alandır. Bu bölüm, hem güvenliğinizi sağlamak hem de profilinizin kimler tarafından nasıl

görülebileceğini kontrol etmek için kullanılır.

Ayarlar ve Gizliliğin Temel Özellikleri:

1. Hesap Ayarları

- **Profil Bilgileri:** Adınız, iş ünvanınız, eğitim bilgileriniz gibi temel profil bilgilerinizi buradan güncelleyebilirsiniz. Profil fotoğrafınızı değiştirebilir ve özgeçmiş bilgilerinizi düzenleyebilirsiniz.

- **Güvenlik Ayarları:**

Şifre Değişikliği: Hesap şifrenizi düzenli aralıklarla değiştirerek güvenliğinizi artırabilirsiniz.

İki Faktörlü Kimlik Doğrulama (2FA): Hesabınızın güvenliğini artırmak için bu seçeneği etkinleştirebilirsiniz. Bu, giriş yaparken ek bir doğrulama kodu gerektirir.

Giriş Aktiviteleri: Hesabınıza yapılan son girişleri ve aktif oturumları görebilir, şüpheli aktiviteleri kontrol edebilirsiniz.

- **Hesap Yönetimi:**

Hesabı Kapatma/Dondurma: Hesabınızı geçici olarak dondurabilir veya kalıcı olarak kapatabilirsiniz. Dondurulan hesaplar, tekrar açıldığında eski bilgilerle geri gelir.

2. Gizlilik Ayarları

• **Profil Görünürlüğü:**

Kimler Profilinizi Görebilir: Profilinizin kimler tarafından görülebileceğini belirleyebilirsiniz. Örneğin, tüm LinkedIn kullanıcıları, sadece bağlantılarınız veya sadece sizin görebileceğiniz şekilde ayar yapabilirsiniz.

Profilinize Kimlerin Bakabileceği: Profilinizdeki belirli bölümleri kimlerin görebileceğini seçebilirsiniz.



• **Bağlantılar ve Davetler:**

Kimler Size Bağlantı İsteği Gönderebilir: Bu ayar, kimlerin size bağlantı isteği gönderebileceğini kontrol etmenizi sağlar. Örneğin, yalnızca bağlantılarınızın tanıdığı kişiler veya herkes olabilir.

Mesajlaşma Ayarları: Size kimlerin mesaj gönderebileceğini belirleyebilirsiniz. Bu, yalnızca bağlantılarınız veya tanımadığınız kişiler tarafından gelen mesajları da içerebilir.

• **Etkinlikler ve Arama:**

Arama Görünürlüğü: LinkedIn'de yaptığınız aramaların diğer kullanıcılar tarafından görülebilir olup olmadığını seçebilirsiniz.

Etkinlikler: Profilinizdeki etkinlikler (beğeniler, paylaşımlar vb.) hakkında bilgi sahibi olabilir ve bu etkinliklerin kimler tarafından görülebileceğini kontrol edebilirsiniz.

3. Bildirimler

- **Bildirim Tercihleri:**

E-posta Bildirimleri: Hangi tür bildirimleri e-posta yoluyla almak istediğinizi seçebilirsiniz. Bu, iş fırsatları, bağlantı talepleri, yorumlar gibi çeşitli bildirimleri içerir.

Mobil Bildirimler: Mobil cihazınıza hangi bildirimlerin gönderileceğini belirleyebilirsiniz. Bu, LinkedIn uygulamasındaki güncellemeler ve etkileşimler hakkında bilgi almanızı sağlar.

4. Reklam Tercihleri

- **Rekabetçi Reklamlar:** LinkedIn, reklamlarınızı kişiselleştirmek için sizi ve ilgi alanlarınızı analiz eder. Reklam tercihlerinizi düzenleyebilir ve ilgi alanlarınıza uygun reklamları seçebilirsiniz.

- **Rekabetçi İzleme:** Reklam izleme ayarlarınızı kontrol ederek, hangi bilgilerin reklam verenlerle paylaşıldığını görebilir ve bu bilgilerin paylaşımını sınırlayabilirsiniz.

Ayarlar ve Gizliliği Etkili Kullanma İpuçları:

1. Düzenli Kontroller: Hesap ayarlarını ve gizlilik ayarlarını düzenli olarak gözden geçirin. Bu, güvenliğinizi ve gizliliğinizi korumak için önemlidir.

2. Güvenlik Önlemleri: İki faktörlü kimlik doğrulama gibi ek güvenlik önlemlerini etkinleştirerek hesabınızın güvenliğini artırın.

3. Profil Görünürlüğünü Ayarlayın: Profilinizin kimler tarafından görülebileceğini dikkatlice seçin. İş başvuruları veya özel durumlar için profil görünürlüğünü özelleştirin.

4. Bildirimleri Yönetim: *Bildirim ayarlarını kişiselleştirerek, sadece önemli ve ilginç bildirimleri alarak zamanınızı daha verimli kullanın.*

Yararlanılan Kaynaklar

LinkedIn makaleleri

CoSchedule

Sprout Social

Buffer

Oberlo

Hootsuite

LinkedIn

Başarı Klavuzu

LinkedIn

LinkedIn Başarı Kılavuzu profesyonel yaşamınızda fark yaratmanıza yardımcı olacak kapsamlı bir kılavuzdur. Bu e-kitap, LinkedIn'in tüm potansiyelini keşfetmek ve ağını güçlendirmek için gereken strateji ve teknikleri sunar. Kariyerinizde yeni fırsatlar yaratmak ve LinkedIn'i en iyi şekilde kullanmak için bu e-kitabı hemen edinin. Kullanıcılar için gerekli bilgiler ve ipuçlarıyla dolu bu kaynak, başarıya giden yolunuzu aydınlatacaktır.