



# LinkedIn

## Nutzerzahlen

- 2022 Weltweite Nutzer: 810 Millionen
- 17 Millionen Nutzer im D-A-CH-Raum

## Zielgruppe/Nutzerstruktur

- Berufstätige, Fach- und Führungskräfte
- Kunden, Leads, Geschäftspartner und Mitarbeiter
- 51% sind zwischen 20 und 49 Jahre alt

## Formate & Features

- Posts (Text, Link, Foto, Video, Dokument)
- Stories
- Events
- Jobs
- LinkedIn Artikel (eigene Publishing-Plattform)
- Live (Streaming-Plattform)
- Gruppen

## Themen & Inhalte

- Alles im professionellen Kontext (Branchen- und Unternehmens-News, Fachartikel/Studien, berufliche Updates, Events, Stellen.....)

## Besonderheiten/ Charakteristik

- Mittlerweile das „Business-Facebook“ für den beruflichen Kontext
- vielfältiger und persönlicher als eine reine Business-Plattform
- Nutzer geben freiwillig viele Daten an (Lebenslauf, aktuelle Position/Branchen)
- Dokumenten am Post anhängen ist möglich
- Geeignet als Vertriebs-Tool (LinkedIn Sales Navigator)
- Eines der größten und erfolgreichsten Jobportale

## Für welche Unternehmen/Branchen

- Vorzugsweise für B2B-Unternehmen und Selbstständige, aber auch B2C möglich

## Werbemöglichkeiten

- Text-Anzeigen (LinkedIn-Network)
- Gesponserter Content im Feed: Bild, Karussell, Video Ads
- Follower Ads, Spotlight Ads, Job-Anzeigen

## Vorteile/ Chancen

- Gute Reichweiten und Interaktionen (private Profile)
- Sehr gute Sichtbarkeit (Profile erscheinen in der Google Suche)
- Geeignet für Recruiter und für Vertrieb/Leadgenerierung, sowie Social Selling
- Chancen durch Gruppen mit Branchen-/Fachthemen

## Nachteile/ Risiken

- Themenspektrum weiterhin meist im fachlichen/beruflichen Kontext

## Fazit

- Gute Werbemöglichkeit dank der freiwillig bereitgestellten Daten der Nutzer
- Weiter wachsende Social Media Plattform
- Fachlich/berufliche Themenwelt