



LINKEDIN

INFLUENCER

So gelingt Ihnen der Durchbruch
als LinkedIn Influencer



Wir heißen Sie als LinkedIn Influencer herzlich willkommen! Sie können jetzt Ihre Einblicke und Analysen der wichtigsten Branchennews und -trends mit den über 450+ Millionen Fach- und Führungskräften auf LinkedIn teilen.

LinkedIn Influencer werden exklusiv per Einladung ausgewählt und bilden eine weltweite Gemeinschaft von über 500 führenden Branchenexperten, Führungspersönlichkeiten und Innovatoren. Und ab sofort gehören Sie dazu. Was Sie auf LinkedIn veröffentlichen und teilen, kann die öffentliche Diskussion über Business-Themen wesentlich mitbestimmen.

Ihre Vorteile als Influencer

- Große Reichweite dank LinkedIn: Sie erreichen Nutzer auf Desktopcomputern, Mobilgeräten, per E-Mail und in sozialen Netzwerken.
- Unverwechselbares Branding als Influencer in Ihrem Profil und überall, wo Ihr Name auf LinkedIn erscheint.
- Unterstützung durch spezielle Redaktions- und PR-Teams.
- Frühzeitiger Zugriff auf neue LinkedIn-Produkte.

Das Erfolgsgeheimnis von Influencern besteht darin, sich auf aktuelle Themen zu konzentrieren und sich so zu äußern und mitzuteilen, dass sie Gehör finden. Dies erreichen Sie z. B. durch lange Beiträge und Videos, die Diskussionen in Gang bringen, oder indem Sie Artikel, die Ihrer Ansicht nach für Ihre Follower relevant sind, teilen oder mit „Gefällt mir“ markieren. Je mehr Sie heute Ihre Sicht der Welt darlegen, desto mehr können Sie bewirken.

Wir empfehlen, mindestens zwei Beiträge pro Monat zu schreiben und regelmäßig Updates zu teilen, um eine möglichst große Reichweite zu erzielen. Je mehr Sie veröffentlichen, desto schneller wächst die Zahl Ihrer Follower. Wir bitten Sie um mindestens einen aktuellen oder informativen Beitrag pro Monat und durchschnittlich ein Update pro Woche.

Wenn Sie mehr als drei Monate verstreichen lassen, ohne diese Mindestanforderungen zu erfüllen, werden Sie vom Influencer-Programm ausgeschlossen. In diesem Fall können Sie Ihre Follower und Beiträge behalten, profitieren aber weder vom Branding, der größeren Reichweite, noch der Unterstützung von Redaktions- und PR-Teams. Bei erneuter Beteiligung können ehemalige Influencer wieder in das Programm aufgenommen werden.

INHALT: WO FINDEN SIE WAS?

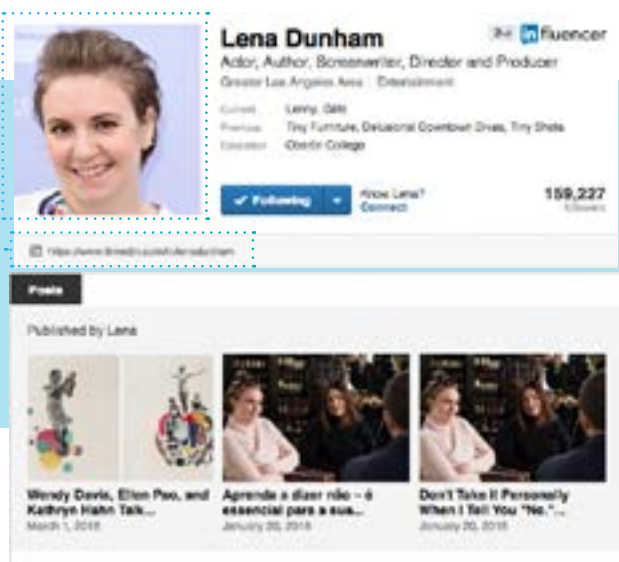
1. LinkedIn Profil
2. Auf LinkedIn veröffentlichen
3. Auf LinkedIn empfehlen
4. PR und Social Media
5. Videostrategie
6. Häufig gestellte Fragen (FAQ)

Fragen? Senden Sie uns eine E-Mail an newsdesk@linkedin.com

1. LINKEDIN PROFIL

IHR AUSHÄNGESCHILD

Bearbeiten Sie Ihr Profil und sorgen Sie dafür, dass Ihr Foto und die Zusammenfassung immer auf dem neuesten Stand sind. Ihre Zusammenfassung gibt potenziellen Followern einen Eindruck davon, wer Sie sind.



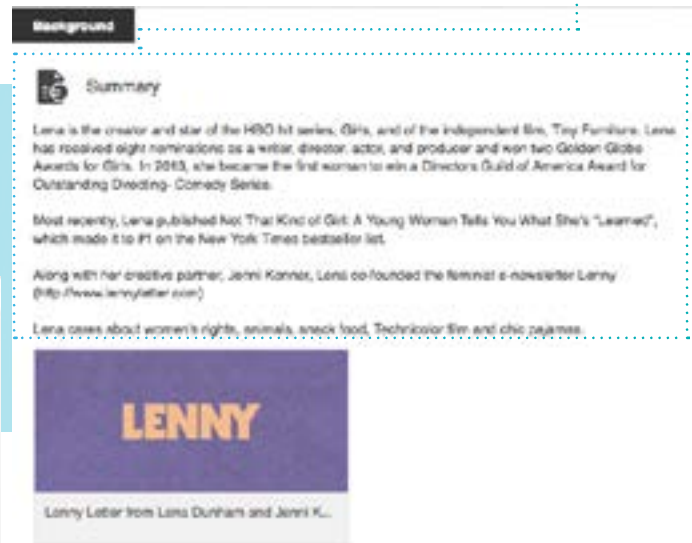
Lena Dunham Influencer
Actor, Author, Screenwriter, Director and Producer
Greater Los Angeles Area · Entertainment

Current: **Lenny** (Self)
Previous: **Tiny Furniture, Delusional Combat Drive, Tiny Shoes**
Education: **Oscar College**

Following 159,227
Follow Lena? Connect

Published by Lena

- Wendy Davis, Ellen Pao, and Kathryn Hahn Talk...
March 1, 2015
- Aprende a estar sola - é essencial para a sua...
January 20, 2015
- Don't Take It Personally When I Tell You "No"...
January 20, 2015



Background

Summary

Lena is the creator and star of the HBO hit series, *Girls*, and of the independent film, *Tiny Furniture*. Lena has received eight nominations as a writer, director, actor, and producer and won two Golden Globe Awards for *Girls*. In 2013, she became the first woman to win a Directors Guild of America Award for Outstanding Directing - Comedy Series.

Most recently, Lena published *Not That Kind of Girl: A Young Woman Tells You What She's "Learned"*, which made it to #1 on the New York Times bestseller list.

Along with her creative partner, Jenni Konner, Lena co-founded the feminist e-newsletter *Lenny* (<http://www.lennyletter.com>).

Lena cares about women's rights, animals, snack food, Technician film and chic pajamas.

LENNY

Lenny Letter from Lena Dunham and Jenni K...

- Erstellen Sie eine [persönliche URL](#), damit andere Sie schneller finden können.
- ERFORDERLICH: [Fügen Sie Ihr Twitter-Konto](#) in den Einstellungen zu Ihrem LinkedIn-Profil hinzu. Sie werden dann auf LinkedIn und Twitter benachrichtigt, wenn Sie im Gespräch sind. Ihre LinkedIn-Updates können zudem auch auf Twitter veröffentlicht werden.
- [Fügen Sie Arbeitsbeispiele](#) zu Ihrem Profil hinzu.

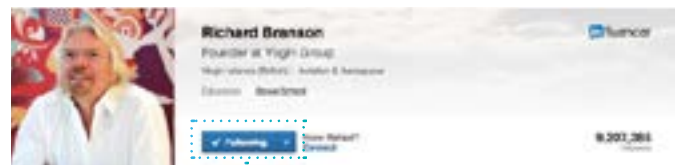
Sie erhalten Ihren Influencer-Badge, nachdem Sie Ihren ersten Beitrag veröffentlicht haben. Wenn Sie zum Influencer werden, wird aus dem Button „**Vernetzen**“ der Button „**Folgen**“. Ihre Follower werden benachrichtigt, wenn Sie etwas Neues veröffentlichen oder Updates teilen. Ihre Follower werden benachrichtigt, wenn Sie etwas Neues veröffentlichen oder Updates teilen.



Erran Berger Influencer
Head of Engineering, Feed & Content Products at LinkedIn
San Francisco, California · Computer Software

Current: **LinkedIn**
Previous: **LinkedIn (2010), LinkedIn Media, University of California, San Diego**

Connect 300+



Richard Branson Influencer
Founder at Virgin Group
High Wycombe (Bucks) · Aviation & Aerospace

Current: **Virgin Group**

Following 8,202,281
Follow Richard? Connect

2. VERÖFFENTLICHEN AUF LINKEDIN

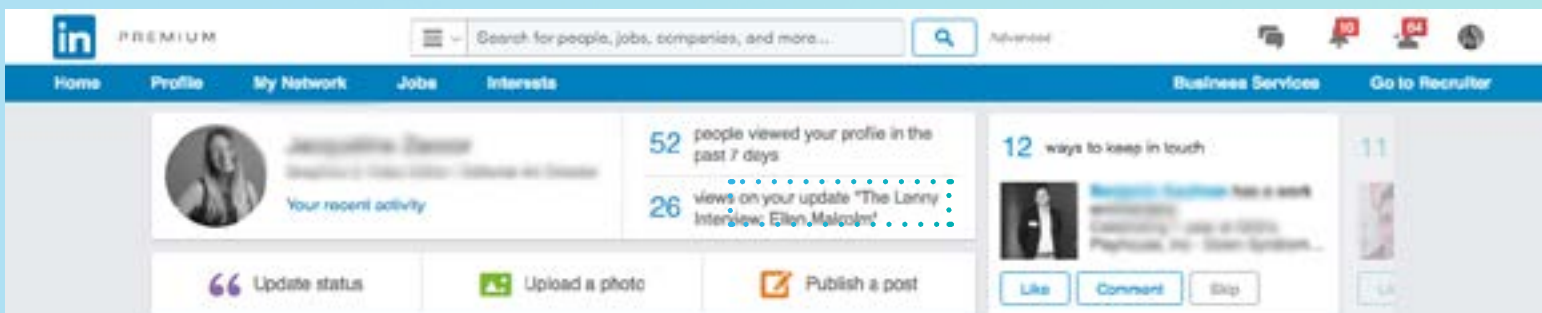
In längeren Beiträgen können Sie ein informatives oder aktuelles Thema genauer analysieren. Dabei spielt es keine Rolle, ob es sich um ein allgemeines oder ein für Ihre Branche oder Position relevantes Thema handelt. Zu den Beispielen für besonders erfolgreiche Influencer-Beiträge gehören Themen wie der [Streit zwischen Apple und dem FBI](#), die [Zukunft der Hochschulbildung](#), die [Arbeitskultur bei Amazon](#) und die [sinkenden Ölpreise](#). Andere Influencer haben interne Memos gedruckt, die sie mit der Öffentlichkeit teilen wollen (etwa zum [Strategiewechsel bei Mashable](#)) oder gegen kontroverse Geschäftspositionen Stellung bezogen, etwa als sich der CEO von Verizon [dagegen verwahrte, sein Unternehmen in die amerikanische Präsidentschaftskampagne hineinziehen zu lassen](#). Schreiben Sie über das, worüber die Leute heute reden oder reden sollten.

ERSTE SCHRITTE

Einen Beitrag auf LinkedIn zu schreiben, ist ganz einfach. Sie können Ihre Gedanken direkt formulieren oder aus einem anderen Programm einfügen, um sie dann für Ihre Follower zu veröffentlichen.

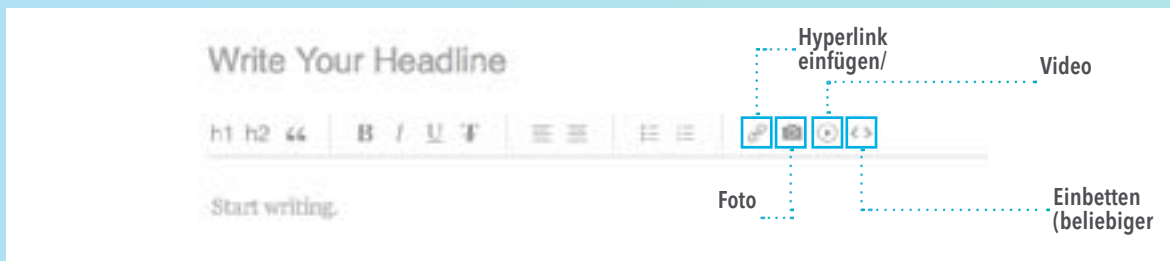
Beiträge können überall auf LinkedIn ein großes Echo erzielen. Gehen Sie folgendermaßen vor, um einen Beitrag zu veröffentlichen:

1. Melden Sie sich auf Ihrem Desktopcomputer bei LinkedIn.de an. (Beiträge auf Mobilgeräten zu schreiben, ist derzeit leider noch nicht möglich.)
2. Klicken Sie auf Ihrer Startseite auf „Beitrag veröffentlichen“ oder gehen Sie auf <https://www.linkedin.com/pulse/article/new>, um einen Artikel zu schreiben.
3. Schreiben Sie authentisch, um Ihre Leser für sich zu gewinnen. Ein Beitrag sollte idealerweise zwischen 800 und 2000 Wörtern lang sein. (Vergessen Sie nicht, ein Foto hinzuzufügen!)
4. Mailen Sie die URL des Beitrags an newsdesk@linkedin.com und schon arbeiten unsere Redakteure für Sie, um Ihre Inhalte publik zu machen und zu verbreiten.



TIPPS ZUM VERÖFFENTLICHEN VON BEITRÄGEN

- Bringen Sie eine Diskussion in Gang: Verfassen Sie Beiträge mit dem Ziel, eine Diskussion anzuregen. Beiträge von Influencern erhalten durchschnittlich Dutzende Kommentare – und zwar ausschließlich von Personen, die unter Angabe ihrer echten Identität kommentieren. Bringen Sie Ihre Leser dazu, ihre Meinung zu äußern, sodass sie wiederkommen und die Antworten auf ihren Kommentar lesen. Schreiben Sie interessant, aber werben Sie nicht für sich selbst.
- Verwenden Sie Überschriften, die Klicks bringen. Dabei hilft ein einfacher Trick: Bevor Sie den Beitrag veröffentlichen, sehen Sie sich den Titel an und stellen Sie sich die Frage: „Würde ich an einem arbeitsreichen Tag auf diesen Beitrag klicken?“ Im folgenden Artikel erhalten Sie Tipps und Tricks zum Verfassen ansprechender Überschriften: <http://linkd.in/Pyht0g>
- Fügen Sie ein Titelfoto und andere Bilder oder Videos zu Ihren Beiträgen hinzu. Artikel mit Bildern erzielen 80 % mehr Aufrufe und Kommentare.

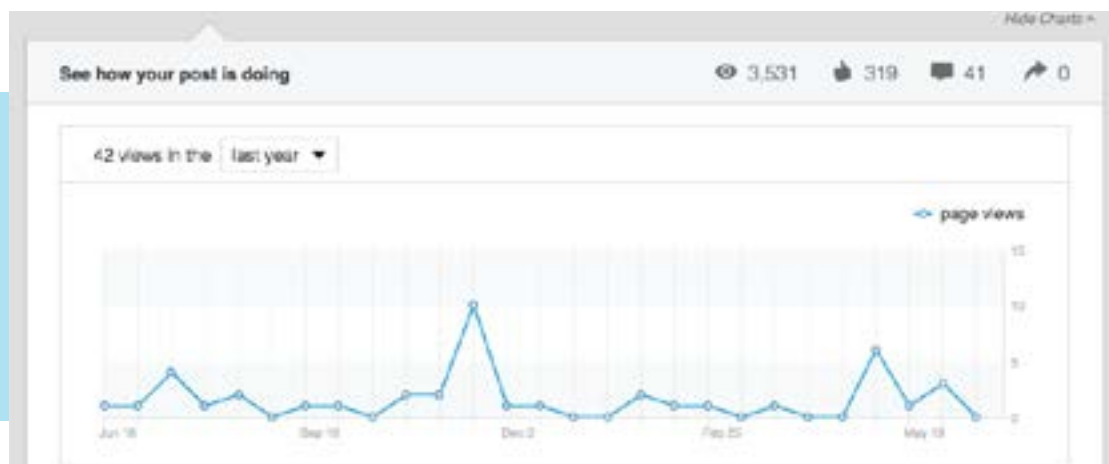


- **Medieninhalte:** Betten Sie Verweise auf YouTube, Vimeo, Tweets usw. ein, um Ihre Leser zu fesseln.

LESENSWERTE BEITRÄGE



- Dharmesh Shah von Hubspot: [Undisrupted: Hubspot's Reflections on "Disrupted"](#)
- Schauspielerin Lena Dunham: [Don't Take it Personally When I Tell You "No." I'm Using it On Everyone This Year](#)
- Lowell McAdam von Verizon: [Feeling the Bern of Reality -- The Facts About Verizon and The 'Moral Economy'](#)
- Arne Sorenson von Marriott: [4 Things to Know About the Marriott-Starwood Merger](#)
- US-Präsident Barack Obama: [Here's the Scoop: Why My First Job Mattered](#)
- **Nutzen Sie Analysedaten.** Klicken Sie [hier](#), um Ihre Follower nach Ort, Karrierestufe und Branche anzuzeigen. Sehen Sie nach, wie die Resonanz auf Ihre bisherigen Beiträge war. Stellen Sie ganz einfach über Ihr Dashboard sicher, dass Sie die richtigen Personen erreichen, und lernen Sie aus erfolgreichen Beiträgen.



3. SHARING AUF LINKEDIN

Das Teilen von Inhalten ist eine einfache Möglichkeit, mehr Follower zu gewinnen, vorhandene Follower schnell darüber auf dem Laufenden zu halten, was Sie gerade hören oder lesen, und kurz eigene Erfolge zu erwähnen. Mit Updates können Sie Ihren Followern eine Auswahl an News und Trends bieten, die für sie relevant sind.

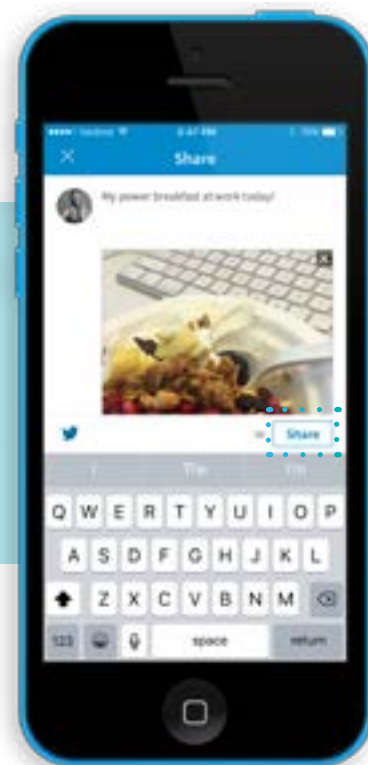
Teilen Sie Artikel, die Sie gelesen, Zitate, die Sie inspiriert, oder Fotos, die Sie angesprochen haben. Alles, was Sie teilen, wird Ihren Followern angezeigt. Veröffentlichen Sie Ihre Updates unterwegs oder am Schreibtisch. Influencer sorgen dank der großen Anzahl ihrer Follower dafür, dass sich Inhalte durch „Gefällt mir“-Klicks, Teilen oder Kommentieren viral verbreiten.

ERSTE SCHRITTE

- Geben Sie einen spontanen Gedanken oder ein inspirierendes Zitat ein. Teilen Sie einen interessanten Artikel, den Sie gerade gelesen haben.
- [Verknüpfen Sie Ihr Twitter-Konto](#) mit Ihrem Profil, damit die Updates automatisch auf Twitter veröffentlicht werden. Klickt ein Nutzer in einem Ihrer Beiträge auf den Tweet-Button, wird automatisch Ihr Twitter-Name hinzugefügt.
- **Verwenden Sie das Feld „Update mitteilen“, das hier blau hervorgehoben ist.**
- **Bieten Sie Ihren Followern eine Auswahl relevanter Artikel aus Ihrer Branche an.**

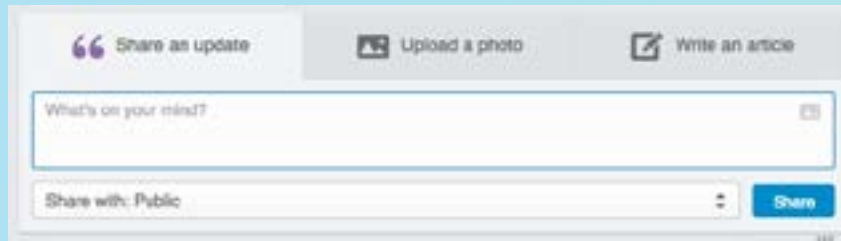
Updates auf **Mobilgeräten**

Updates auf **Desktopcomputern**

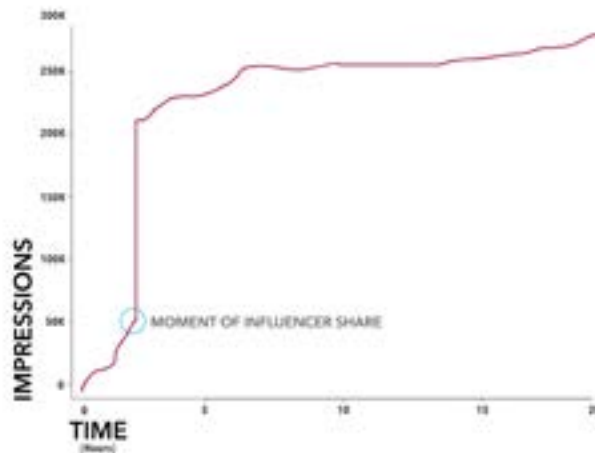


SO FUNKTIONIERT DAS TEILEN

Ob Updates, Artikel, Fotos, Dokumente, PowerPoint- oder SlideShare-Präsentationen – Sie können alles teilen. Fügen Sie einfach die URL eines Artikels in das Feld ein, geben Sie Text ein oder klicken Sie auf das Bildsymbol, um Medieninhalte hochzuladen.



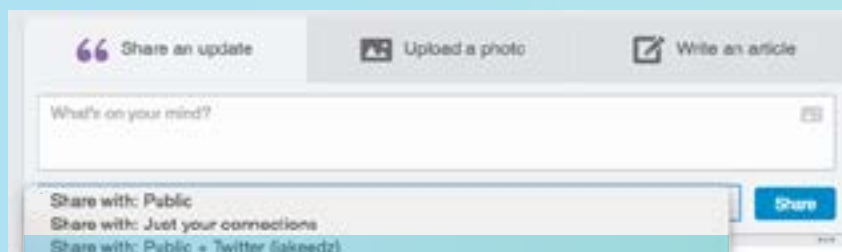
Als Influencer haben Sie Zugang zu einem unglaublich starken Netzwerk. Ihre Follower sind bereits interessiert und möchten weitere Inhalte von Ihnen sehen. Die Grafik unten zeigt, was mit der Zahl der Aufrufe eines Artikels geschieht, wenn ein Influencer den Artikel teilt: Sie schnell rasant in die Höhe. Verwenden Sie kurze Updates auf LinkedIn als weitere Möglichkeit, Ihre Marke bekannter zu machen und deutlich mehr Traffic zu erzielen.



So wirkt ein Update:

So entwickelt sich die Zahl der Impressionen eines Artikels, wenn er von einem Influencer geteilt wird.

Ihre Inhalte werden nie automatisch an Ihr Twitter-Konto gesendet. Damit ein Status-Update auch auf Twitter veröffentlicht wird, wählen Sie im Dropdown-Menü „Teilen“ die Option **„Öffentlich + Twitter“** aus. Beiträge können bei der Veröffentlichung automatisch auf Twitter geteilt werden. Klicken Sie hierfür einfach vor dem Veröffentlichen auf das Twitter-Symbol.



TIPPS FÜR UPDATES

Teilen Sie kontinuierlich.

Teilen Sie Inhalte auf LinkedIn, um mehr Follower zu gewinnen. Konstantes und häufiges Teilen von Inhalten gehört zu den wichtigsten Strategien zum Aufbau Ihres Netzwerks – je mehr Sie teilen, desto größer ist die Chance, dass Ihre Inhalte gesehen werden. Weitere bewährte Vorgehensweisen finden Sie [hier](#).

Teilen Sie Inhalte, die Sie interessieren.

Teilen Sie Inhalte, die Sie interessieren.

- Teilen Sie News und Artikel.
- Beginnen Sie eine Diskussion.
- Teilen Sie einen spontanen Gedanken oder Standpunkt.
- Teilen Sie ein Foto.

Veröffentlichen Sie abwechselnd Artikel und Updates zu Ihrer Marke sowie andere interessante Inhalte. Sie können das Potenzial von LinkedIn am besten ausschöpfen, wenn Ihre Community davon profitiert.



Influencer J. T. O'Donnell sieht in geteilten Kurzbeiträgen einen entscheidenden Faktor für ihre schnell wachsende Anzahl an Followern.

Sie plant ihre Beiträge zu Beginn der Woche und veröffentlicht mehrmals täglich Inhalte auf LinkedIn.

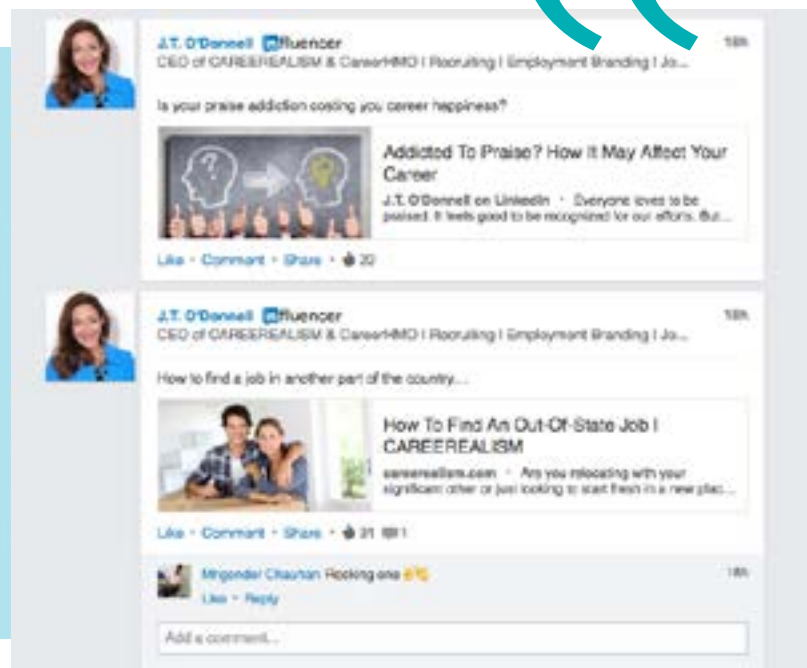
Teilen Sie ganz leicht.

Integrieren Sie auf LinkedIn geteilte Inhalte in Ihre Social Media-Aktivitäten. Verknüpfen Sie Ihr LinkedIn Konto mit bekannten Planungstools anderer Anbieter wie Hootsuite, Buffer, Spredfast und Hubspot.

Mit dem LinkedIn Button zum Teilen von Beiträgen können Sie Artikel während des Lesens teilen, ohne dass Sie die LinkedIn Webseite besuchen müssen.

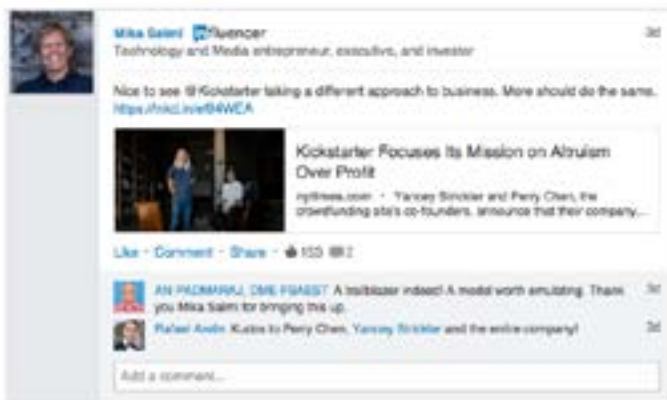
“

”



ERFOLGREICH GETEILTE BEITRÄGE

Beiträge mit Medieninhalten, z. B. ein Foto, eine Präsentation oder ein Dokument, werden auf LinkedIn 2,5 Mal häufiger kommentiert und 2,7 Mal häufiger mit „Gefällt mir“ markiert. Wecken Sie die Neugier Ihrer Follower durch visuelle Inhalte!



LinkedIn Mitglieder sind sehr engagiert. Auf unserer Plattform sehen wir täglich zahlreiche Diskussionen, die zum Nachdenken anregen. Stellen Sie Ihren Followern eine Frage und bitten Sie um aufschlussreiche Antworten.

Teilen Sie Inhalte über Ihre Marke oder von Ihrer Unternehmenswebseite. Ihre Follower erwarten aktuelle News über Sie und Ihr Unternehmen.



ERFOLGREICH GETEILTE BEITRÄGE



Liz Ryan

Why would it be okay for work to be dull and boring? That's bad job design. When work is fun and intellectually stimulating, you'll be able to hire better people and they'll do a better job. A job description has to be a mission, not just a bunch of tasks! What's the most exciting part of YOUR job?



Like (206) · Comment (38) · Share · 27d ago

Sie wissen nicht, was Sie als Nächstes posten sollen? Mit einem Update können Sie sondieren, wie groß das Interesse an einem Thema ist, bevor Sie einen Beitrag veröffentlichen. Zeigen Ihre Follower großes Interesse, lohnt es sich, etwas zu diesem Thema zu schreiben.

Teilen Sie Inhalte, die Sie interessieren, auch wenn sie keinen direkten Bezug zu Ihrer Branche haben.

So können Ihre Follower Sie besser kennenlernen.



Guy Kawasaki

7 #Design Principles, Inspired By Zen Wisdom <http://ow.ly/xbazsk>



7 Design Principles, Inspired By Zen Wisdom

testcodeesign.com · Want to become the next Steve Jobs—or just understand his near-spiritual devotion to simplicity? This primer, outlining the main tenets of Zen design...

Like (152) · Comment (9) · Share · 1mth ago

”

”

4. PR & SOCIAL MEDIA

Das PR-Team von LinkedIn arbeitet eng mit Ihnen und Ihrem Team zusammen, um PR-Support für Ihre wichtigsten Beiträge zu entwickeln. Wir stellen folgende Möglichkeiten zur Zusammenarbeit zur Verfügung:

Syndikation

Neben der Verteilung Ihrer Inhalte auf LinkedIn haben Sie die Möglichkeit, im Rahmen des Influencer Syndication Programms mehr Aufrufe Ihrer Inhalte zu generieren.

Ihre Beiträge können in namhaften englischsprachigen Publikationen wie **Bloomberg**, **CNNMoney**, **TechCrunch** usw. erscheinen, natürlich immer mit Urheberhinweis und Links zu Ihrem Originalbeitrag.

Sie müssen der Teilnahme an diesem Programm aktiv zustimmen.

Füllen Sie bitte [dieses Formular](#) aus, wenn Sie teilnehmen möchten. Wenden Sie sich bei Fragen an Jessica Chan (jechan@linkedin.com).

Brandaktuelle Nachrichten

Wenn Sie auf LinkedIn eine wichtige Ankündigung oder Sondermeldung veröffentlichen möchten, wenden Sie sich an

LinkedIn Comms,

Blair Decembrele (bdecembrele@linkedin.com) oder

Ashley Nerz (anertz@linkedin.com), um zu besprechen, wie wir Ihren Beitrag am besten gemeinsam promoten.

Social Media

Wir empfehlen Ihnen, den Link zu Ihrem Influencer-Beitrag auf allen sozialen Plattformen wie Facebook, Twitter, Instagram usw. zu teilen. [Hier können Sie nachlesen, wie Sie Ihr Twitter-Konto mit LinkedIn verknüpfen.](#)



LinkedIn Pulse in den sozialen Netzwerken:

Facebook: LinkedIn Pulse

Twitter: @LinkedInPulse

Instagram: <http://instagram.com/linkedinpulse> und @LinkedInPulse

5. VIDEO-STRATEGIE

2015 haben wir in New York City die LinkedIn Studios vorgestellt. Unten finden Sie weitere Informationen dazu, wie Sie mit uns zusammenarbeiten können.

VIDEOREIHEN VON LINKEDIN:



Interviews mit Influencern:

In dieser exklusiven Reihe werden jährlich ausgewählte Gäste vorgestellt. Zu den bisherigen Gästen gehören: Bill Gates, Ban Ki-moon, Howard Schultz, Jim Kim, Lena Dunham, Martin Sorrell, Mary Barra, Oprah Winfrey, Jack Welch, Gwen Stefani und viele mehr. Die Interviews dauern etwa 20 Minuten und befassen sich hauptsächlich mit drei Bereichen: dem Interessensgebiet unseres Gastes, Führungskompetenzen und Management sowie Karrieretipps. Die Aufnahmen finden in der Regel in unseren Büros im Empire State Building in New York statt. Wenn Sie einen anderen Aufnahmeort wünschen, kümmern wir uns gerne um entsprechende Alternativen. [Hier können Sie sich unsere neuesten Interviews ansehen.](#)



Interviews mit Vordenkern

Fachexperten analysieren und erörtern bestimmte Themen.

[Sehen Sie sich hier alle Folgen an.](#)



Quick Take

Ein Gast spricht über ein aktuelles Thema oder Sondermeldung. Klicken Sie [hier](#), um unser erstes Quick Take zum Super Bowl anzuzeigen.



Weekend Essay

Chip Cutter, Senior Editor bei LinkedIn, spricht mit Autoren über ihre nächsten Bücher. [Sehen Sie sich hier alle Folgen an.](#)

Lassen Sie es uns wissen, wenn Sie das nächste Mal in New York sind. Wir können dann mit Ihnen einen Videodreh in unseren neuen LinkedIn Studios im Empire State Building planen. **Wenden Sie sich mit Fragen an Flo Iriondo (firiondo@linkedin.com).**

Folgen Sie uns auf SlideShare, um zu erfahren, was wir bisher veröffentlicht haben: <http://www.slideshare.net/linkedinpulse/videos>
Folgen Sie unserem Videokanal auf LinkedIn und sehen Sie sich hier die erfolgreichsten Videos im Web an: <https://www.linkedin.com/channels/video>

6. F.A.Q.

F: Kann ich gegen eine Vergütung schreiben?

Unternehmen wenden sich gelegentlich an Influencer und bitten sie, gegen Bargeld oder Sachleistungen über ihre Waren und Dienstleistungen zu schreiben. Dies wird nicht akzeptiert und der Influencer verliert diesen Status sowie die redaktionelle Unterstützung von LinkedIn. Seine Follower kann er behalten.

F: Wo sehe ich, wie viele Follower ich habe und wer diese Follower sind?

Rufen Sie folgenden Link auf: <http://www.linkedin.com/today/post/author/posts#stats>

F: Wie kann ich etwas bearbeiten, das ich bereits geschrieben oder als Entwurf geschrieben habe?

Klicken Sie auf Ihrer Startseite auf „Beitrag veröffentlichen“ und suchen Sie auf der linken Seite nach Ihrem Entwurf. Klicken Sie auf „Bearbeiten“.

F: Wo sehe ich alle von mir veröffentlichten Inhalte?

Verwenden Sie diesen Link (ersetzen Sie dabei IHR_NAME durch den Benutzernamen, den Sie für die URL Ihres öffentlichen Profils gewählt haben): https://www.linkedin.com/pulse/author/IHR_NAME/posts. Unter den Statistiken zu den einzelnen Inhalten sehen Sie einen Button „Bearbeiten“.

F: Wie erfahre ich, dass ich kein Influencer mehr bin? Kann ich wieder Influencer werden?

Sie erhalten eine E-Mail, in der Sie über die Änderung Ihres Status informiert werden. Alle aktuellen und früheren Influencer behalten ...

- all ihre Follower: Alle neuen Beiträge oder Mitteilungen werden Ihren bisherigen Followern sowie allen neuen Followern gezeigt.
- die Bibliothek ihrer Inhalte: Ihr Archiv bleibt vorhanden und alle neuen Beiträge werden diesem hinzugefügt.

F: Wie gewinne ich mehr Follower und Leser?

- Teilen Sie Ihre Beiträge über Twitter und andere soziale Kanäle.
(Zum Beispiel: „Neuer Post von mir auf #LinkedIn! Am besten gleich lesen unter @LinkedInPulse: [post URL].“)
- Teilen Sie Ihre Beiträge auf der LinkedIn Unternehmensseite und in all Ihren sozialen Netzwerken.
- Fügen Sie auf Ihrer Webseite einen Button zum Folgen ein. Eine Anleitung dazu finden Sie [hier](#).
- Teilen Sie Ihre Beiträge in Ihren sozialen Kanälen, Blogs, Newslettern und auf anderen Plattformen.
- Folgen Sie @LinkedInPulse, um zu sehen, wenn Tweets über Ihre Beiträge erstellt werden – und senden Sie sie dann erneut als Retweet! Fügen Sie das Tag @LinkedInPulse zu Ihren Tweets und Facebook-Beiträgen hinzu, damit wir sie erneut teilen können.

F: Wie kann ich Medienbeispiele in meinem Profil anzeigen oder ändern?

[Ein detaillierte Beschreibung hierzu erhalten Sie hier.](#)