Evangelische Medienakademie
Kommunikationswerk
der Nordkirche

LinkedIn für Einsteiger*innen - Intensivtraining

Kursnummer: 2528
Zeitraum: 10.10.2025 - 28.11.2025
Preis: 270 €

Das 6-teilige Intensivprogramm findet 2025 zwei Mal statt – einmal pro Halbjahr:

1. Vom 06. Mai bis zu 23. Mai 2025

Die synchronen Einheiten finden immer **Dienstag & Freitag von 9:30 bis 11:30 Uhr** über Zoom statt.

Alle Termine auf einen Blick: 06./ 09./ 13./ 16./ 20./ 23. Mai 2025

Anmeldung zur Seminar-Reihe im 1. Halbjahr über den Link im Kurskalender!

ODER

2. Vom 10. Oktober bis zum 28. November 2025

Die synchronen Einheiten finden immer **Freitag von 9:30 bis 11:30 Uhr** über Zoom statt.

Alle Termine auf einen Blick: 10./ 17. Oktober und 07./ 14./ 21./ 28. November 2025

Anmeldung HIER: Zur Kursbuchung (oben)

Hinweis: Die Seminarreihe besteht aus sechs Blöcken, die jeweils aufeinander aufbauen. Die Teilnehmer*innen werden ihr LinkedIn-Profil aufbauen und die Nutzung optimieren, um ihre gesetzten Ziele effektiver zu erreichen. In jedem Block werden spezifische Themen behandelt, die durch Best-Practice-Beispiele und praktische Aufgaben ergänzt werden, um das Gelernte in die Praxis umzusetzen.

Kursbeschreibung

LinkedIn hat sich als führende Plattform für berufliches Networking in den sozialen Medien etabliert und zählt weltweit rund 900 Millionen Nutzer*innen, davon knapp 20 Millionen im deutschsprachigen Raum. Die Vielfalt an Menschen aus unterschiedlichen Gruppen, Unternehmen und Branchen bietet eine einzigartige Möglichkeit, wertvolle Kontakte zu knüpfen.

Dieses sechs-teilige Seminar richtet sich an Interessierte, die aktiv auf LinkedIn werden wollen. Egal ob Sie Ihr Netzwerk erweitern, potenzielle Kunden ansprechen oder Ihre berufliche Präsenz stärken möchten. Das Intensivtraining LinkedIn für Einsteiger*innen wird Ihnen zeigen, wie Sie LinkedIn optimal nutzen, um Ihre Ziele erfolgreich zu erreichen – und zum Ende des Seminars mit Expertise und Kompetenz Ihren weiteren LinkedIn-Weg gehen können.

Programm

Block 1: Erfolgsstory Social Media mit LinkedIn

- Was ist LinkedIn?
- Womit verdient LinkedIn Geld? (Geschäftsmodell)
- Warum LinkedIn statt XING?

- Zielgruppen im Blick
- Best-Practice-Beispiele auf LinkedIn
- Aufgabe: Reflektieren Sie Ihre LinkedIn-Ziele

Block 2: Ihre Ziele kennenlernen

- Wer sind Sie und was zeichnet Sie aus?
- Konkrete Dienstleistungen und Tätigkeiten
- Schwerpunkte setzen: Was möchten Sie hervorheben?
- Zielsetzung für Ihre LinkedIn-Aktivitäten (KISS-Prinzip & SMART-Methode)
- Persönliches Profil vs. Unternehmensprofil
- Best-Practice-Beispiele
- Aufgabe: Definieren Sie Ihre Ziele auf LinkedIn

Block 3: Schritt-für-Schritt-Anleitung für den Desktop

- Einrichtung eines persönlichen Profils
- Einrichtung eines Unternehmensprofils
- Besonderheiten der LinkedIn-App für die Einrichtung (mobile Nutzung)
- Funktionen des Privat- und des Unternehmensprofils

Block 4: Aufbau von relevanten Kontakten und Gruppen

- Bedeutung von Empfehlungen und Bewertungen
- Strategien für den Netzwerkaufbau
- Kontaktpflege und Interaktion auf LinkedIn
- Best-Practice-Beispiele für erfolgreiches Networking

Block 5: LinkedIn-Content-Strategie

- Wichtigkeit von Content auf LinkedIn
- Arten von Inhalten, die Sie teilen können
- Erstellung von hochwertigem und ansprechendem Content
- Tipps zur Content-Planung und -Veröffentlichung
- Special: Newsletter- und Artikelfunktion
- Best-Practice-Beispiele für erfolgreiche Content-Strategien

Block 6: Texte, Grafiken & Bewegtbilder auf LinkedIn im Profil

- Was ist wichtig? (Texte, Bilder, Grafiken etc.)
- Präsentation von Erfolgen und Referenzen
- Fokussierung auf den Kundennutzen (Zielgruppe)
- Authentizität und Professionalität wahren

- Unterstützende Tools für Text, Bewegtbild, Umfragen etc.
- Abschluss

Zielgruppe:

LinkedIn ist eine Plattform für (freie) Journalist*innen, Mitarbeitende in Kommunikationsteams und Freiberufler, um ihre berufliche Präsenz zu stärken und wertvolle Kontakte zu knüpfen. Für die Unternehmenskommunikation und PR bietet LinkedIn eine Bühne, um mit relevanten Zielgruppen in Kontakt zu treten, Themen aktiv zu setzen und mit der Zielgruppe zu interagieren. Das Seminar richtet sich an Kommunikator*innen, die LinkedIn für ihre persönliche berufliche Präsenz nutzen wollen, oder planen, den Kanal für eine Organisation aufzubauen.