



# LINKEDIN-OPAS

NÄIN HYÖDYNNÄT LINKEDINIÄ B2B-MARKKINOINNISSA

# OPPAAN SISÄLTÖ

- ▷ LINKEDIN PÄHKINÄNKUORESSA  
Mikä on LinkedIn ja kuka sitä käyttää?
- ▷ LINKEDIN-YRITYSSIVU  
Miksi sellainen kannattaa luoda ja miten se tehdään?
- ▷ SISÄLLÖNTUOTANTO  
Millaista sisältöä LinkedIniin kannattaa tuottaa?
- ▷ MAKSETTU MAINONTA  
Miksi se on tärkeää ja millaisia mahdollisuuksia se tarjoaa?
- ▷ HENKILÖSTÖN OSALLISTAMINEN  
Miksi yrityksen henkilöstöllä on merkittävä rooli LinkedInissä?





Noin 875 miljoonaa käyttäjää maailmanlaajuisesti



Noin 1,5 miljoonaa käyttäjää Suomessa



Noin 60 miljoonaa yrityssivua



# LINKEDIN

LinkedIn on vuonna 2003 lanseerattu Microsoftin omistama sosiaalisen median palvelu ja verkostoitumisväline.

LinkedInissä jokaisella yksityiskäyttäjällä on oma profiili, joka muistuttaa sähköistä ansioluetteloa.

LinkedInissä voi julkaista tekstisisältöä, kuvia ja videoita sekä mainoksia ja rekrytointi- tai työnhakuilmoituksia. LinkedIn on merkittävä kanava nimenomaan ammattimaiseen verkostoitumiseen, B2B-vuorovaikuttamiseen sekä työnhakuun ja rekrytointiin.

93 %

B2B-markkinoijista käyttää LinkedIniä





# LINKEDIN- YRITYSSIVU

LinkedIn tarjoaa yrityksille lukuisia eri mahdollisuuksia eri käyttötarkoituksiin. Erityisesti B2B- sekä kansainvälisillä markkinoilla toimivien yritysten kannattaa ehdottomasti ottaa LinkedInistä kaikki irti luomalla sinne oma yrityssivu.

LinkedIn-yrityssivun perustaminen on helppoa ja nopeaa, ja se edellyttää henkilökohtaisen LinkedIn-tilin olemassaoloa.

## ASKEL 1: ALOITUS

Klikkaa sivun oikeasta ylökulmasta kohtaa "Work" ja paina aukeavasta valikosta "Create a New Company Page +" -painiketta.

Huom. Yrityssivua ei voi luoda mobiilisovelluksen kautta.

## ASKEL 2: TILIN TYYPPI JA NIMEÄMINEN

Valitse tilin tyyppi yrityksen henkilöstömäärän mukaan. Anna tilille (yrityksen) nimi, muokkaa halutessasi sivun URL-osoitetta sekä lisää yrityksesi verkkosivujen osoite.

## ASKEL 3: YRITYKSEN TIEDOT

Valitse pudotusvalikoista parhaiten sopiva toimiala, henkilöstömäärä sekä yrityksesi tyyppi.

## ASKEL 4: VIIMEISTELY

Lataa sivulle yrityksen logo ja haluamasi kansikuva sekä kirjoita lyhyt esittelyteksti.

**NÄIN LUOT  
YRITYSSIVUN**

75 %

B2B-liiketoiminnan ostajista hyödyntää sosiaalista mediaa ostopäätöksen tekemiseen





# MILLAISTA SISÄLTÖÄ KANNATTAA TUOTTAA?

Mieti, mihin tarkoitukseen haluat LinkedIniä käyttä. Haluatko kerätä liidejä? Haluatko kehittää brändi- tai työnantajamielikuvaasi? Rekrytoitko?

Tuota tavoitteista riippumatta aina visuaalisesti näyttävää ja monipuolista, kuvia, videota, grafiikkaa ja esimerkiksi animaatioita yhdistelevää sisältöä. Ole aktiivinen ja julkaise sisältöä säännöllisesti – muista kuitenkin, ettei määrä ikinä korvaa laatua.





## NÄY

LinkedInin käyttäjistä 65 miljoonaa on työpaikallaan päätöksentekoaikana – ja heistä 3/4 hyödyntää sosiaalista mediaa päätösten tekemisen tukena. Tuota kohderyhmääsi kiinnostavaa sisältöä ja tee yrityksesi näkyväksi.



## KEHITÄ

LinkedIn on loistava tapa kehittää niin yrityksen brändi- kuin työnantajamielikuvaa. Viesti arvoistasi, esittele henkilökuntaasi, iloitse onnistumisista ja kerro, mistä teidät on tehty.



## MYY

LinkedIniä käyttävät ihmiset haluavat tulla kontaktoiduksi. Jos näet LinkedInissä potentiaalisen asiakkaan, laita hänelle rohkeasti viestiä! Hyödynnä sekä orgaanisia että maksetun markkinoinnin työkaluja.



## REKRYTOI

Osa LinkedInin käyttäjistä käyttää palvelua vain rekrytointitarkoitukseen. LinkedIn on täynnä tekijöitä – maksullisen rekrytointityökalun avulla voit määrittää, millaisille henkilöille rekryilmoituksesi näkyy.



## JAA

Kaikkea sisältöä ei tarvitse tuottaa itse, eikä kaiken tarvitse olla uutta. Jaa esimerkiksi mielenkiintoisia artikkeleita, ohjaa ihmisiä lukemaan blogiasi tai anna ohjaketet henkilöstölle kerran kuussa.







# SUOSITUKSIA

## KUVAKOOT

- Profiilikuva (logo): 300 x 300 px
- Kansikuva: 1128 x 191 px
- Julkaisun kuva: 1200 x 628 px tai 1080 x 1080 px
- Mainoskuva: 1200 x 628 px

## VIDEOIDEN MINIMI- JA MAKSIMIPITUUDET

- Videojulkaisu mobiilisovelluksella: 3 s – 10 min
- Videojulkaisu verkkoselaimella: 3 s – 15 min
- Mainosvideo: 3 s – 30 min

## JULKAISUAJANKOHDAT

- Viikonpäivät: tiistai, keskiviikko ja torstai
- Kellonajat: klo 11-12

57%

työnhakijoista käyttää LinkedIniä työnhakuun





# MAKSETTU MAINONTA

Ilman maksettua markkinointia yritys jättää hyödyntämättä suuren osan sosiaalisen median tarjoamista hyödyistä.

Maksettu mainonta LinkedInissä on B2B-yrityksille merkittävä keino tavoittaa potentiaalisia asiakkaita sekä työntekijöitä.



## MAINOSTYYPIT

- Kuva-, video- ja karusellimainokset
- Tekstimainokset
- Spotlight-mainokset
- InMail-mainokset
- Liidimainokset
- Display-mainokset
- Orgaanisten postausten sponsorointi

## KOHDENTAMINEN

LinkedInillä on muihin sosiaalisen median palveluihin verrattuna yliveritaiset kohdennusmahdollisuudet. Voit kohdentaa mainoksen esimerkiksi vain tiettyjen yritysten johtoportaalte.

## HINTA

Mainonta LinkedInissä on jonkun verran kalliimpaa verrattuna muihin sosiaalisen median palveluihin, mikä johtuu nimenomaan palvelun ylivoimaisista kohdennusmahdollisuuksista. Tästä huolimatta LinkedIn on kuitenkin liidien hankkimisen näkökulmasta huomattavasti edullisempi ja tehokkaampi kanava moneen muuhun verrattuna.

## MITATTAVUUS

Yksi LinkedInin ja kaiken muunkin somemainonnan hienouksista on mitattavuus. Mainonta jättää jälkeensä parhaimmillaan hyvinkin tarkkaa dataa, joka tarjoaa hyvät lähtökohdat markkinoinnin kehittämiseen ja tulevien mainosten optimoimiseen.

# LINKEDIN- MAINONTA



14 %

osuus koko maailman väestöstä, jonka LinkedIn-  
mainonnalla voi tavoittaa





# HENKILÖSTÖN OSALLISTAMINEN

Yrityksen oma henkilöstö on merkittävässä asemassa LinkedIn-markkinointistrategiassa, sillä jopa 30 % yrityssivujen sitoutumisesta on peräisin yrityksen henkilöstöltä.

Yrityksen kannattaa rohkaista ja motivoida henkilöstöään LinkedInin aktiiviseen käyttöön – siitä on hyötyä paitsi yritykselle, mutta myös työntekijälle itselleen.



## YRITYSSIVUN SEURAAMINEN JA MERKITSEMINEN OMAKSI TYÖPAIKAKSI

Nostaa todennäköisyyttä saada vastauksia yksityisviesteihin

## YRITYSSIVUN POSTAUKSIIN REAGOIMINEN

Lisää merkittävästi postausten näkyvyyttä

## POSTAUSTEN JAKAMINEN OMAAN PROFIILIIN

Kaksinkertaistaa postaukseen sitoutumisten määrän

## OMIEN KONTAKTIEN KUTSUMINEN SEURAAMAAN YRITYSSIVUA

Työntekijän LinkedIn-verkosto on keskimäärin 10x suurempi kuin yrityssivun seuraajamäärä

## YRITYKSEN TÄGÄÄMINEN OMIIN POSTAUKSIIN

Lisää yrityksen houkuttelevuutta työnhakijoiden silmissä

**NÄIN  
HENKILÖSTÖ  
VOI  
OSALLISTUA  
LINKEDIN-  
TEKEMISEEN**

90 %

yritysjohtajista näkee suoran yhteyden  
työntekijöiden sitoutumisen ja liiketoiminnan  
menestymisen välillä



# HALUATKO OPPIA LISÄÄ?



Blogistamme löydät lisää vinkkejä digitaalisessa markkinoinnissa onnistumiseen.



Lataa myös muut oppaamme: Instagram-opas, Kielenhuolto-opas, Somekalenteri 2023.



Haluatko ulkoistaa sosiaalisen median sisällöntuotannon? Rätälöimme yrityskohtaiset palvelupaketit sosiaalisen median sisällöntuotantoon.



Seuraa meitä LinkedInissä!

