Sådan laver du LinkedIn-opslag der går viralt

En trin for trin guide til at gå viralt

Du får her min præcise trin-for-trin-metode, der kan give dig samme succes.

Men først bringer jeg lige en advarsel:

Indsatsen kan være forbundet med usandsynligt svedige håndflader og bankende hjerte, hvis det er første gang, du stiller dig frem og råber

”hey, jeg er her - hør, hvad jeg har at sige”.

Og…. Virkelig mange henvendelser fra mennesker, der vil connecte med dig, samarbejde eller købe det du tilbyder.

Jeg tror, at stort set alle føler en eller anden form for ubehag eller bekymring første gang de prøver noget nyt.

Er det første gang, du stikker næsen frem, sådan for alvor med billeder og holdninger på LinkedIn – så er det total okay at være usikker eller som jeg var: virkelig virkelig usikker.

Jeg frygtede, at det store kolde Internet Politi, kom og slog mig oven i min virtuelle knold og sagde: ”Det der, det må du ikke”.

Jeg vil gerne afsløre, at det skete ikke. Tværtimod, så oplevede jeg kun positive tilbagemeldinger fra mennesker, jeg aldrig før har mødt.

Mennesker som takkede mig for at jeg ville dele min viden med dem - også nogen der venligt rettede mine slåfejl.

Jeg fik min egen store aha-oplevelse,
da jeg første gang postede et gratis online kursus
i personlig branding på LinkedIn.

Den teknik jeg brugte, er en jeg har tyvstjålet
fra Thomas Bigum fra Bigum & co.,
der arbejder med markedsføring på sociale
medier.

Jeg lagde opslaget ud 3 gange. Første gang jeg lagde det ud, var mit netværk på ca. 400 forbindelser. Opslaget fik ca. 100 likes og ca. det samme antal kommentarer.

Derefter lagde jeg opslaget ud i gruppen, hvor jobsøgende og arbejdsgivere mødes. Her kørte opslaget meget stabilt. I ca. 2 måneder fik jeg hver dag omkring 15 kommentarer. Det vil sige mennesker, der gerne ville have mit gratis online kursus.

Efter de 2 måneder, hvor opslaget havde ligget stabilt var mit netværk vokset til 1200 connections. Så tænkte jeg: Jeg prøver lige at poste opslaget i mit eget feed.

Fra det ene øjeblik til det andet eksploderede antallet af visninger og på kort tid ca. halvanden uge nåede opslaget 80.000 visninger.

Konklusionen er altså: Hvis du vil have et opslag til at gå viralt, så skal du lave godt indhold, og brug lejligheden til at øge dit netværk undervejs.

Du får her min præcise opskrift på,

hvordan jeg gik fra 400 forbindelser til 2000

og aldrig have haft mere end 200 visninger af et

opslag til at have over 200.000 visninger.

Hvad var det for indhold, du delte?

Formålet med opslaget var at få tilmeldinger til mit nyhedsbrev.

Derfor lavede jeg en gratis give away, som modtageren fik i bytte for en e-mailadresse og et sign up til mit nyhedsbrev.

Jeg kommer ikke ind på GDPR-regler her. Det kan du tjekke op på her, hvis du også arbejder med nyhedsbreve. Hvis ikke, så har det ikke betydning for dine opslag på sociale medier.

Mit online kursus bestod af 7 mails:
En velkomstmail og herefter 6 lektioner i personlig branding.
Hver lektion kom på mail og tog 3-4 minutter at læse.

Protip #1

Du kan sagtens følge metoden, selvom du ikke arbejder med e-mail marketing.
Kernen i den her metode, at du har noget konkret, som du gerne vil dele med andre.
Det kan være en skabelon, en model, en rapport eller noget helt tredje.

Du skal tænke over tre ting, når du vælger indhold:

1. Formål: Hvilket signal vil du gerne sende?
Hvis du er skarp nok til at lave en guide, en model eller et online kursus, så ved du nok et og andet om emnet…

2. Hvem er målgruppen for indholdet?
Det kan du bruge til at frame dit budskab, så det rammer den rigtige målgruppe

3. Er det du har eller vil lave relevant for målgruppen?
Du kan aldrig vide med garanti om det vil virke, men du kan bruge din fornuft og din viden om målgruppen.

Da jeg lavede onlinekurset i personlig branding, så var det udelukkende på baggrund af en fornemmelse af at det ville virke.

Men jeg anede det ikke, og jeg var super nervøs for om det store arbejde jeg havde lagt i at udvikle kurset var spildt.

Hvis ingen så mit opslag, så ville jeg ikke få nogen tilmeldinger og det ville være spildt arbejde.

Der er kun en måde at finde ud af det på - som med Always Ultra - PRØV DET!

Okay, så nu havde jeg min mailserie klar.

Jeg startede med at lave den visuelle del i Canva, som er et gratis, meget enkelt online program. Da jeg startede som selvstændig fik jeg taget nogle billeder af en professionel, som jeg har brugt til min webside, visitkort og alt muligt andet. Så jeg brugte det her billede og lagde et filter på.

Det færdige opslag kom til at se sådan her ud:

I teksten skrev jeg:

Jeg har lavet et spritnyt onlinekursus i personlig branding – som du kan få fingrene i – det koster ikke en krone.

Skriv "Ja, tak" i kommentarfeltet, så sender jeg dig linket.

På kurset viser jeg dig, hvordan du:

- Skaber et personligt brand med storytelling
- Finder den form for markedsføring, der passer til dig
- Bruger dine styrker, når du er på

Protip #2

Don't miss out!

Årsagen til, at opslaget blev spredt ud til så enormt mange er, at jeg bad folk om at skrive i kommentarfeltet, hvis de ville have linket til kurset.

Hvis du vedhæfter det du vil give eller bare sætter linket i teksten, så får du ikke den virale spredning. Der sker nemlig det, at hver gang du kommenterer på noget, så bliver opslaget og din kommentar sendt ud til dine connections, så de kan se, hvad du har gang i.

Jeg havde ca. 400 forbindelser, da jeg startede med kampagnen. Derfor skrev jeg, at man skulle sige ja tak i kommentarfeltet. For at jeg så kunne sende linket til de interesserede, så klikkede jeg connect og ad message.

Her skrev jeg:

Hej XXX
Fedt du har lyst til at være med. Her er linket til mit onlinekursus i personlig branding.
God fornøjelse
/Marie Claire

9 ud af 10 gange accepterede personen i den anden ende min invitationen til mit netværk
(mange kom mig i forkøbet og sendte mig en invitation)

Det gik fint indtil jeg postede mit opslag 3. gang i mit eget feed. Nu var mit netværk vokset fra 400 til 1200. På få timer eksploderede mit opslag og jeg fik 200 henvendelser i døgnet.

Ud over at det er tidskrævende at svare personligt, så blev LinkedIn mistænksom. Fordi jeg sendte så mange invitationer til at forbinde, så troede administratorerne, at jeg var en slags software, der var indstillet til at spame folk, og de lukkede min konto i 12 timer.

Efter 12 timer var jeg klar igen: Hvis nu jeg sender færre invitationer ud ad gangen går den nok. Det gjorde den ikke. Min konto blev lukket ned for anden gang. Nu med en advarsel om, at 3. gang ville den blive lukket permanent.

Not cool.

Derfor tilføjede jeg dette til mit opslag:

Har du tidligere skrevet "ja tak" og ikke hørt fra mig?

LinkedIn begrænser desværre, hvor mange man må skrive til uden for ens netværk.

Skriv din mailadresse i kommentarfeltet eller skriv direkte til mig på:
marieclaire@kbureauet.dk
Så sender jeg fluks et link til dig :-)

#branding #storytelling #howto #personligbranding

Der er helt sikkert røget nogen i svinget, og det er selvfølgelig ærgerligt. Omvendt, så har det haft en positiv effekt på antallet af forbindelser.

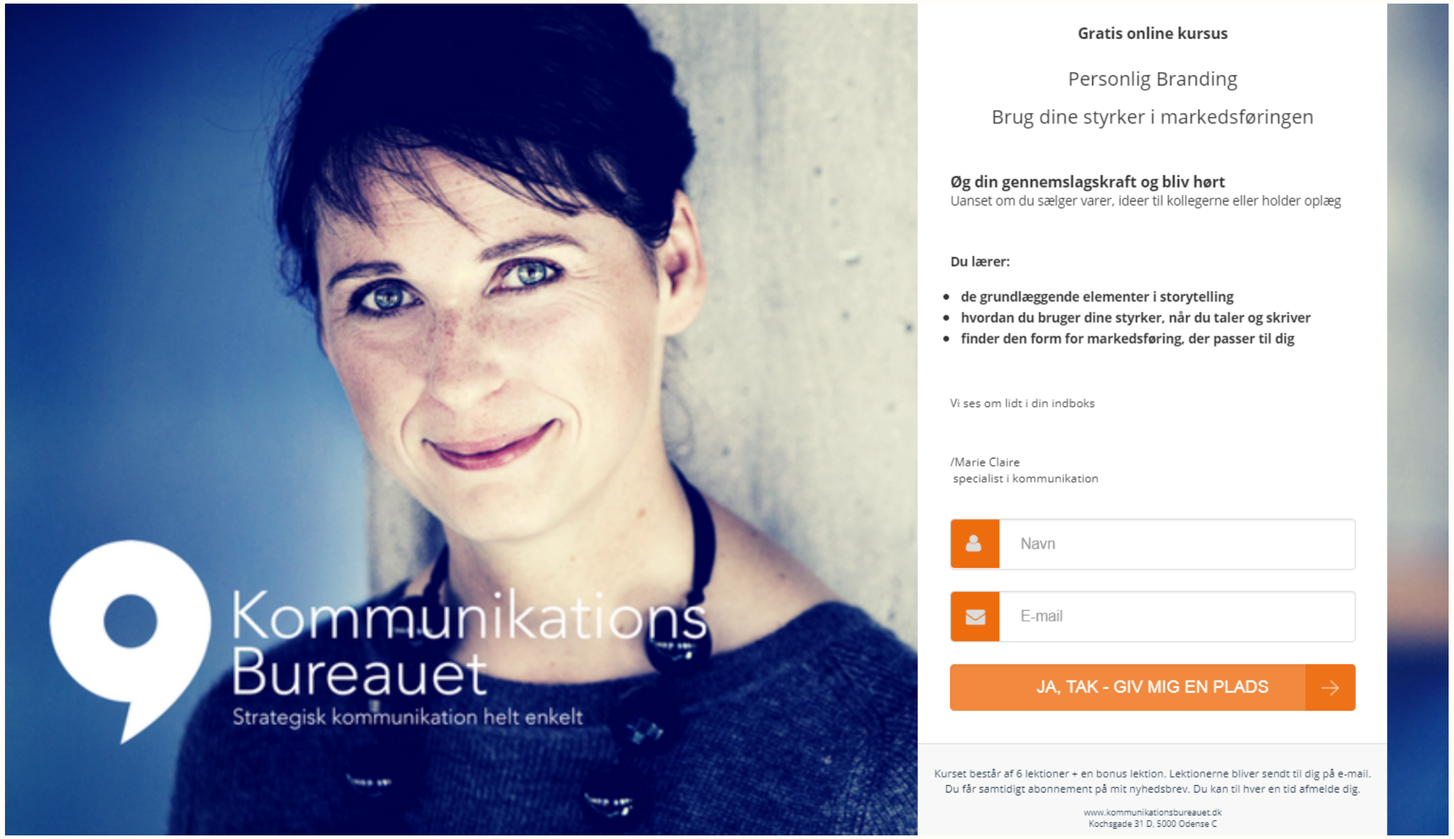
Det betyder, at de fleste af mine almindelige opdateringer nu når 1500-2000 visninger uden de store armbevægelser, hvor det før maksimalt nåede op på 200 visninger.

Hvis du vil være på den sikre side, så bed folk om at skrive deres mailadresse i kommentarfeltet.

Der er sikkert nogen, der ikke har lyst til at flashe deres mailadresse, så kan du overveje at lægge din egen mailadresse på, men der ryger noget af den virale effekt.

Your choise.

Hvad var det så for et link, du sendte ud?



Hvis du arbejder med e-mail marketing og formålet er at indsamle mailadresser, så skal du bruge en landing page.

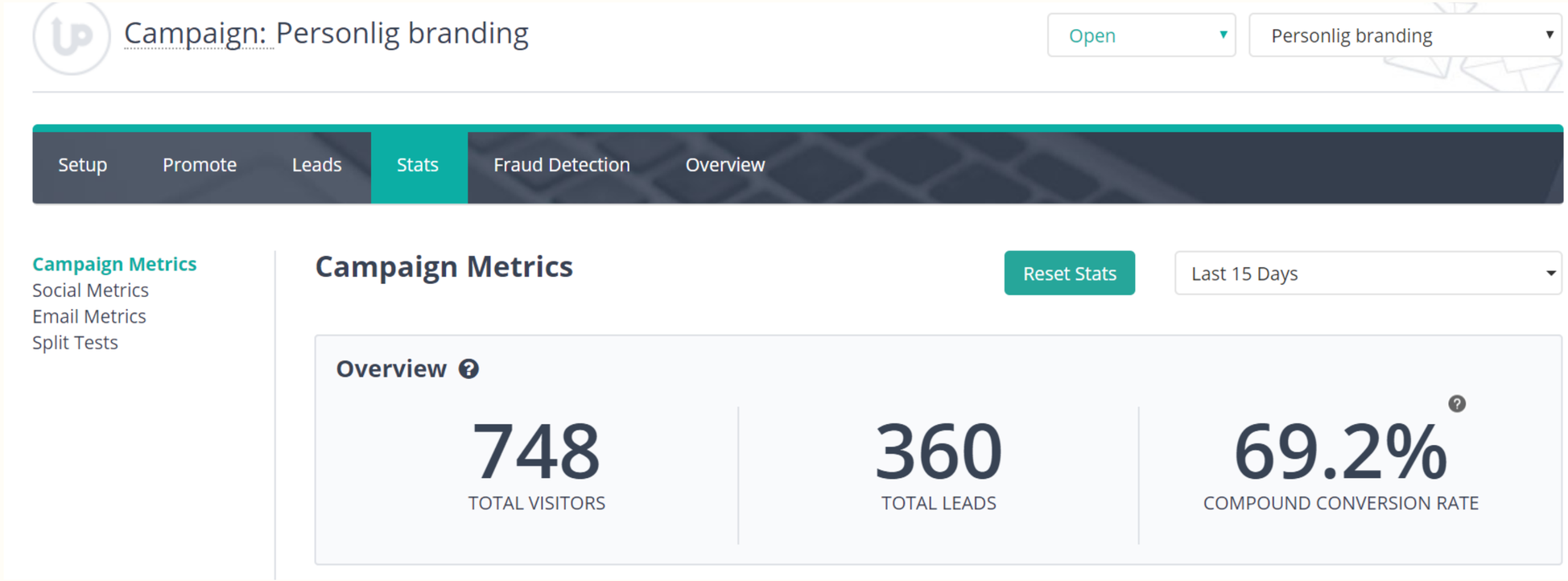
Jeg havde denne landing page i det system, der hedder upviral.com – jeg bruger i øjeblikket selv leadpages.

Protip #3

Lav splittest på din landing page

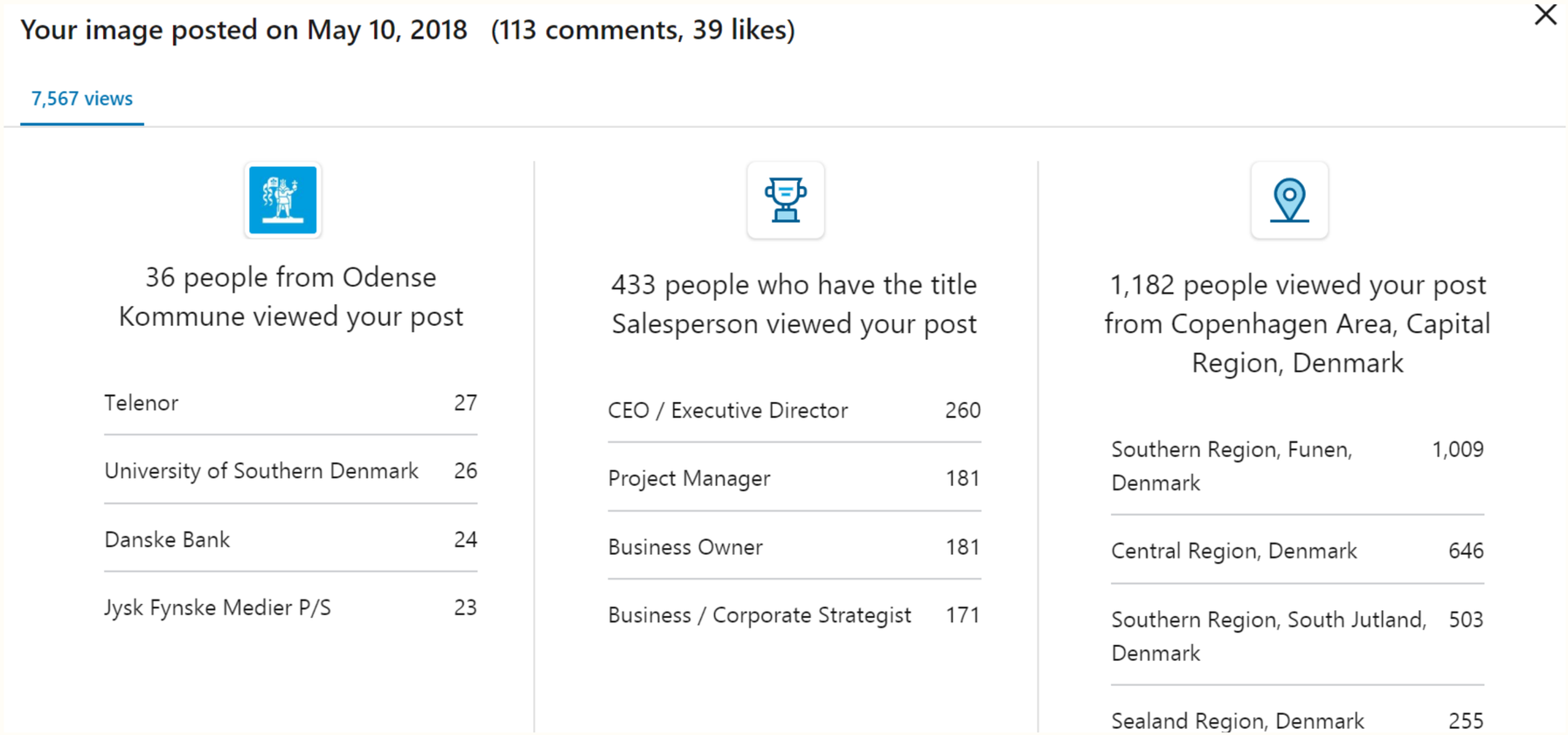
Da jeg startede, var konverteringen (altså antallet af dem, der klikkede ind og tilmeldte sig) på usle 12%.

Efter at have split-testet i et par uger kom konverteringen op på mellem 45% og 70%



Har du ikke nogle resultater vi kan se?

Jo, det har jeg da.



Your image posted on May 10, 2018 (113 comments, 39 likes)

7,567 views

36 people from Odense Kommune viewed your post

Telenor	27
University of Southern Denmark	26
Danske Bank	24
Jysk Fynske Medier P/S	23

433 people who have the title Salesperson viewed your post

CEO / Executive Director	260
Project Manager	181
Business Owner	181
Business / Corporate Strategist	171

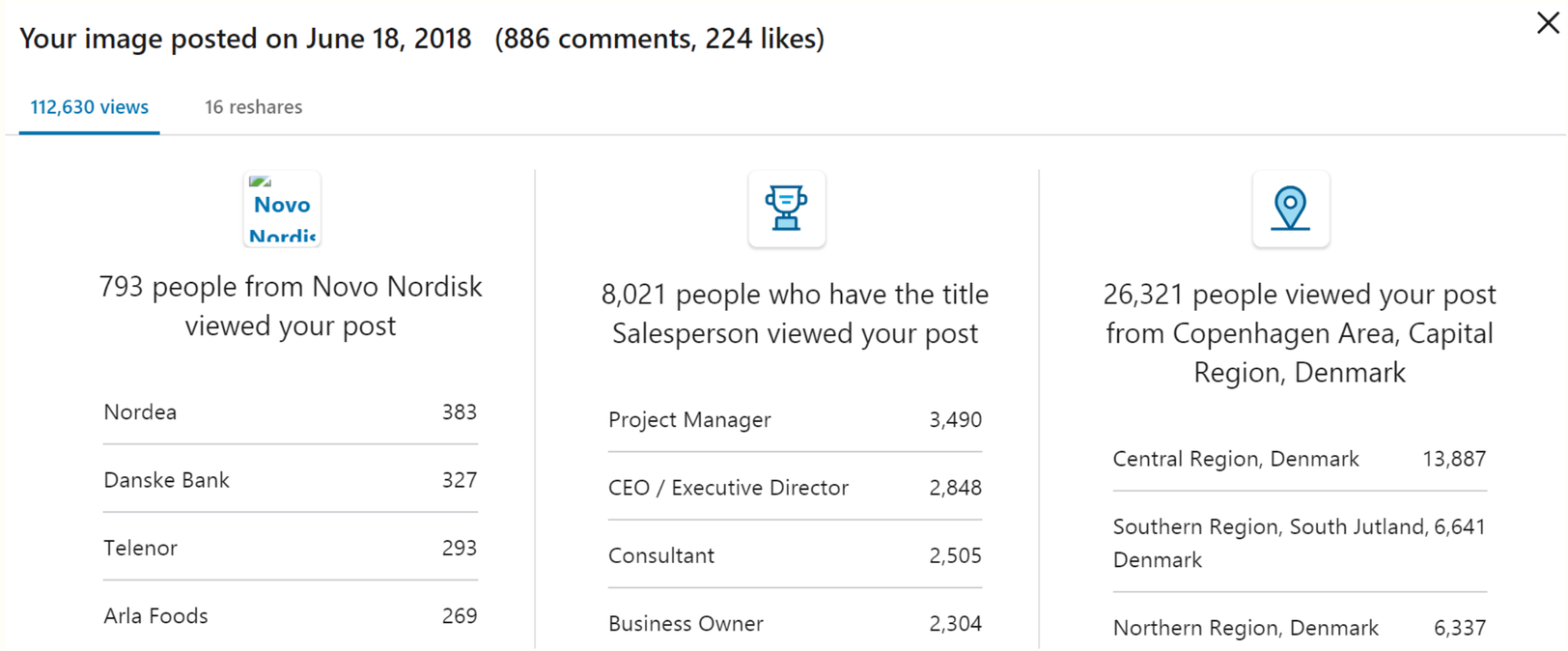
1,182 people viewed your post from Copenhagen Area, Capital Region, Denmark

Southern Region, Funen, Denmark	1,009
Central Region, Denmark	646
Southern Region, South Jutland, Denmark	503
Sealand Region, Denmark	255

Første gang jeg postede opslaget, var mit netværk som sagt på ca, 400 forbindelser.

Det gav det her resultat

Derefter lagde jeg opslaget ud i gruppen, hvor jobsøgende og arbejdsgivere mødes. Her lå den virkelig stabilt i ca. 2 måneder. Når man poster i grupper får man ikke en oversigt over views. Men det gav som sagt ca. 15 kommentarer i døgnet i ca. 60 dage – det vil sige ca. 900 kommentarer.



Your image posted on June 18, 2018 (886 comments, 224 likes)

112,630 views | 16 reshares

793 people from Novo Nordisk viewed your post

Nordea	383
Danske Bank	327
Telenor	293
Arla Foods	269

8,021 people who have the title Salesperson viewed your post

Project Manager	3,490
CEO / Executive Director	2,848
Consultant	2,505
Business Owner	2,304

26,321 people viewed your post from Copenhagen Area, Capital Region, Denmark

Central Region, Denmark	13,887
Southern Region, South Jutland, Denmark	6,641
Northern Region, Denmark	6,337

Herefter lagde jeg opslaget ud i mit eget feed, og så gik det stærkt.

Opslaget her som er det der nåede længst sluttede på ca. 116.000 visninger på ca. 10 dage og 886 kommentarer.

Så alt i alt gav de 3 opslag tilsammen:

- 1899 kommentarer = leads til nyhedsbrevet
- Over 1000 tilmeldinger til nyhedsbrevet og kurset
- Over 200.000 visninger

Jeg blev en masse erfaringer rigere med den her kampagne.

Det tog en del tid.

Men omvendt så koster en konvertering på Facebook, hvis jeg skal annoncere omkring 25 kr. pr styk.

Så jeg har sparet 25.000 kr. ved at gøre det manuelt

Og jeg har helt sikkert også tilført min kampagne et personligt præg, fordi jeg har svaret personligt hver gang.

Jeg håber, du er blevet inspireret til at dele din viden med andre – også hvis det ikke lige er inden for e-mail marketing, du slår dine folder – som min mormor ville sige.

Pøj pøj med det

/Marie Claire