



# LinkedIn

LinkedIn er et erhvervsorienteret socialt medie. Virksomheden blev formelt grundlagt den 28. december 2002 i USA og blev officielt lanceret den 5. maj 2003. I 2016 blev LinkedIn opkøbt af Microsoft for svimlende 26,2 milliarder dollars. Med opkøbet ønskede Microsoft blandt andet at skabe koblinger mellem LinkedIn og en række af Microsofts egne produkter såsom Office 365 og Microsoft CRM. Virksomheden har i dag over 19.000 ansatte på verdensplan.



## Brugere i verden

900 millioner

## Brugere i Danmark

3 millioner



## Karakteriska

Billedbåret, nu også video. Mulighed for at følge og kommentere personer. Algoritmebaseret.



## Begreber & gloser

Posts, In-Ads, In-mails, announcer, Likes, delinger, kommentere, genopslå opslag.



## Belønning & samspil

Likes, delinger, kommentere, genopslå opslag, connecte



## Primære målgrupper

Ifølge DRs medieforskning var 12 % af danskerne på LI dagligt i 2022. Primært er det 19-70 årige, der bruger platformen (94% af brugerne!)



## Primære anvendelse

Verdens største faglige netværk på internettet. Det bruges til at finde jobs eller praktikplads, forbinde og styrke professionelle relationer, og lære de færdigheder, du har brug for at lykkes i din karriere, men også privat. Det giver mulighed for at fortælle brugerne din/din virksomheds historie, sprede content, vise produkter og ydelser frem og meget mere. Bruges også til at holde øje med konkurrenternes tiltag og nyheder.



## Vigtigt at vide

LinkedIn opfattes af mange som 'voksen-Facebook', hvor man praler af sine bedrifter, hvilket nogle gange giver en negativ omtale af platformen. Det er et professionelt forum og det er job- og virksomhedsrelateret ift. kontakterne. Der er også en term at være 'LinkedIn' famous og det kan skabe mange jobilbud.



## Markedsføring

LinkedIn har betalt annoncering. Man kan målrette annoncer efter jobtitel, funktion, branche og anciennitet. Særligt B2B har gode muligheder for at indsamle kvalificerede leads.

Der er flere typer annoncer:

- Tekstannonce
- Displayannonce
- Sponsoreret indhold
- Karruselannonce
- Videoannonce
- Sponsorerede InMails (ikke lovligt i DK)
- Lead Gen Form annonce (Næsten forudfyldt formular til besvarelse)
- Spotlight ad
- Message ad
- Conversation ad
- Event ad



## Annoncetyper

- **Videoannoncer:** LinkedIn's videoannoncer hjælper med at markedsføre videoer. Test forskellige videoer for at se, hvilken type video der giver dig flest konverteringer.
- **Tekstannoncer:** Det er små annoncer, du ser på højre sideskinne på et LinkedIn-feed. Annoncerne vises desuden under afsnittet "Mennesker, du muligvis kender".
- **Billedannoncer:** Du kan bruge billeder i forskellige formater til din annoncering, så du skaber godt blikfang."



## Placeringer

- **Sponsoreret indhold:** Markedsfør en artikel eller et indlæg fra din virksomhedsside, der vises i LinkedIn-feedet. Priserne for annoncerne er relativt høje, så sørg for at indholdet er gennemtænkt, og konverteringen høj.
- **Sponsoreret InMail:** MÅ IKKE BRUGES. I DK JF. MARKEDSFØRINGSLOVEN. Bliver sendt til andres LinkedIn-indbakke. De kan kun komme fra en personlig profil, og har derfor højere troværdighed og mindre afvisning end andre annoncetyper. Sørg for at gøre hver annonce helt personlig og send ikke standardskabeloner ud.
- **Sponsoreret indhold:** Markedsfør en artikel eller et indlæg fra din virksomhedsside, der vises i LinkedIn-feedet. Priserne for annoncerne er relativt høje, så sørg for at indholdet er gennemtænkt, og konverteringen høj.



### **Priser**

Minimum 60 kr. pr. kampagne pr. dag



### **KPI'er**

Views, klikks, modtagere på nyhedsbreve, trafik til hjemmeside