

# LinkedIn Live Best Practices

Kommunizieren Sie in Echtzeit mit Ihrem Netzwerk



## Was ist LinkedIn Live?

Mit der Live-Videofunktion von LinkedIn Live können Unternehmen und Mitglieder in Echtzeit mit ihrem Netzwerk in Kontakt treten. Als Trainerin oder Trainer haben Sie die Möglichkeit, sich mit den Teilnehmenden auszutauschen und Ihre Erfahrungen weiterzugeben. So stärken Sie Ihre Marke ganz natürlich.

## Warum sollte ich live gehen?

- Sie können sich als Expertin bzw. Experte positionieren und Hilfestellung in Echtzeit leisten.
- Sie tauschen sich mit Ihrem Netzwerk aus. Live-Videos bringen im Durchschnitt 7 Mal so viele Reaktionen und 24 Mal so viele Kommentare wie native Videos.

## In 4 Schritten zu Ihrem Live-Video



### 1. Bei LinkedIn Live anmelden

Nachdem Sie den Antrag [hier](#) ausgefüllt haben, schreiben Sie uns bitte eine E-Mail an [lilinstructors@linkedin.com](mailto:lilinstructors@linkedin.com), damit wir Ihren Antrag zügig prüfen können.



### 2. Streaming-Tool auswählen

Wir empfehlen Ihnen die kostenlose Version von Streamyard, da diese einfach zu handhaben ist.

Darüber hinaus arbeiten wir mit verschiedenen Anbietern von Streaming-Tools mit jeweils unterschiedlichen Tarifen, Vorteilen und Kundenserviceoptionen zusammen. Einen Überblick über die Tools erhalten Sie [hier](#).



### 3. Ihr Tool in LinkedIn integrieren

Sobald Sie Ihr Streaming-Tool ausgewählt haben, müssen Sie es in LinkedIn integrieren.

In unseren [Ressourcen](#) finden Sie eine Schritt-für-Schritt-Anleitung, die Ihnen den Einstieg in Streamyard erleichtert. Weitere Konfigurationshilfen, ausführliche Anleitungen und Support-Optionen finden Sie auf der Homepage von Streamyard.



### 4. Live gehen

Noch einige Tipps und Tricks gefällig? Im Folgenden stellen wir Ihnen **Best Practices** vor, mit denen Sie das Beste aus Ihren Videos herausholen.

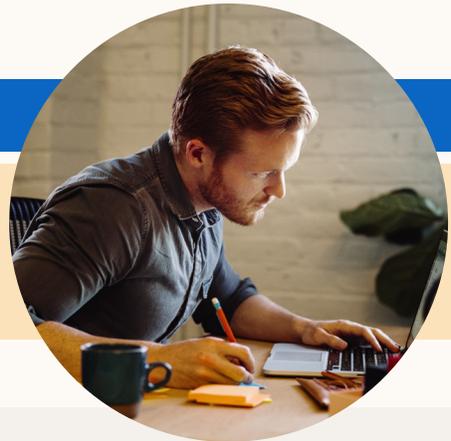
## Best Practices

### Sicher und souverän – vor, während und nach Ihrer Live-Session

#### Vor der Live-Session

##### Vorbereitung ist das A und O

Vergewissern Sie sich, dass Sie das Thema sowie die technischen Grundlagen beherrschen und den Ablauf der Sitzung im Kopf haben.



##### Tipps

- **Prüfen Sie Ihre Internetverbindung:** Auf speedtest.net können Sie Ihre Internetverbindung testen. Die Upload-Geschwindigkeit sollte mindestens 10 MB/s betragen. Wir empfehlen außerdem eine Kabelverbindung.
- **Wählen Sie den richtigen Bildausschnitt:** Stellen Sie sicher, dass Ihre Kamera in der richtigen Höhe angebracht ist und der Hintergrund zur Situation passt. Sie sollten sich wohlfühlen und professionell erscheinen. Nehmen Sie ein Testvideo von sich auf. So prüfen Sie, wie die Teilnehmenden Sie später sehen.
- **Üben Sie die Live-Session:** Wenn Echtzeit-Videos für Sie noch ungewohnt sind, üben Sie die Situation mit einer anderen Person. Diese kann Ihnen Fragen stellen, die Sie beantworten.
- **Legen Sie den Termin fest:** Prüfen Sie im Bereich „Analysen“ im Tab *Follower*, in welcher Zeitzone sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer befinden. Wählen Sie eine Zeit, zu der möglichst viele Nutzer teilnehmen können, zum Beispiel während des Arbeitstages oder zu Feierabendbeginn.
- **Bieten Sie regelmäßige Sessions an:** Wenn Sie mehrmals pro Woche oder Monat Live-Inhalte anbieten, bauen Sie eine treue Teilnehmerschaft auf, die genau weiß, wann Sie wieder live gehen. So müssen Sie weniger Marketing betreiben.
- **Machen Sie einen Probelauf:** Probieren Sie ruhig einmal aus, ob alles funktioniert. Wenn Sie die Session „Session 0“ oder „Test“ nennen, wissen die Teilnehmenden, was sie erwartet.
- **Bewerben Sie Ihr Live-Video:** Geben Sie den Termin über Ihre Kanäle bekannt und laden Sie die Mitglieder ein, Ihnen zu folgen. Dann können Sie sie benachrichtigen, wenn es losgeht.
- **Arbeiten Sie mit Hashtags:** Verwenden Sie in der Beschreibung zu Ihrem Live-Video Hashtags wie #LinkedInLive. So erreichen Sie auch Mitglieder, die nicht zu Ihren Followern gehören.

## Während der Live-Session

### Seien Sie authentisch

Versuchen Sie nicht, alles perfekt zu machen oder Ihre Worte auswendig zu lernen. Authentisches und spontanes Auftreten kommt am besten an.



### Tipps

- **Planen Sie mindestens 15 Minuten ein:** Erfahrungsgemäß verspäten sich immer einige der Teilnehmenden. Geben Sie den Nutzerinnen und Nutzern deshalb Zeit, Ihrem Stream beizutreten. So erreichen Sie eine größere Zielgruppe.
- **Nutzen Sie Ihr Netzwerk:** Bitten Sie Ihre Kontakte und Co-Trainerinnen sowie Co-Trainer, Ihren Live-Stream zu teilen, sobald dieser begonnen hat. So erzielen Sie eine noch größere Reichweite.
- **Sorgen Sie für Interaktion:** Der größte Vorteil von Live-Sessions gegenüber im Vorfeld erstellten Videos besteht im direkten Austausch. Stellen Sie den Teilnehmenden deshalb Fragen und reagieren Sie auf Kommentare der Nutzerinnen und Nutzer. So erreichen Sie eine hohe Interaktion.

## Nach der Live-Session

### Aus Fehlern lernen

Je öfter Sie live gehen, desto leichter fällt es Ihnen mit der Zeit. Überlegen Sie nach jeder Session, was Sie beim nächsten Mal noch besser machen können.



### Tipps

- **Nutzen Sie Ihren Live-Stream mehrfach:** Laden Sie Ihren Live-Stream nach Abschluss herunter. So können Sie ihn auch für andere Marketingmaterialien nutzen. Wenn Sie die stattgefundenene Unterhaltung transkribieren, können Sie daraus zum Beispiel einen Blogartikel machen.
- **Werten Sie die Ergebnisse aus:** Sie möchten Ihre Marke stärken oder Ihre Zielgruppe besser verstehen? Dann lohnt es sich, bestimmte Kennzahlen zu messen, etwa Engagement, Awareness und firmografische Informationen. Diese Kennzahlen finden Sie in den Analysen unterhalb Ihres Live-Videos im Feed.

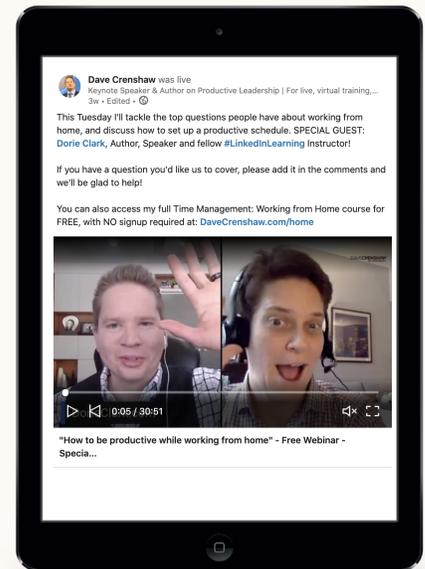
## Ideen für Live-Videos

Hier finden Sie einige Formate, die andere Trainerinnen und Trainer bereits erfolgreich eingesetzt haben.

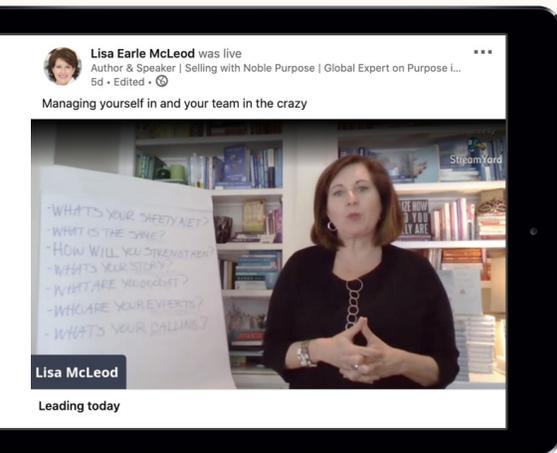
### Ask Me Anything (AMA)

Live-Videos sind vor allem dazu da, den Austausch mit Ihrem Netzwerk zu fördern. Hierfür bieten sich AMA-Sessions an. Diese funktionieren wie folgt:

- Starten Sie mit einigen Fragen aus Ihren Kurs-Q&As oder bitten Sie die Teilnehmerinnen und Teilnehmer, Ihnen im Vorfeld Fragen zu schicken.
- Holen Sie sich bei Bedarf einen zweiten Trainer dazu. Das erhöht die Interaktion und erlaubt Ihnen, ein Thema aus verschiedenen Blickwinkeln zu beleuchten. Zu zweit lassen sich außerdem mehr Fragen beantworten, wodurch Sie im Idealfall auf doppelt so viele Teilnehmende eingehen können.



Dave Crenshaw und Dorie Clark beantworten Fragen zum Thema „Produktiv arbeiten im Homeoffice“.



Lisa Earle McLeod vertieft das aktuelle und wichtige Thema Ihres Kurses „Leading with Purpose“.

### Ein Thema vertiefen

Nutzen Sie den Live-Stream, um bestimmte Aspekte zu einem Kursthema zu vertiefen. Das können Bereiche sein, in denen die Teilnehmenden häufig Verständnisprobleme haben, oder neue Inhalte, die Sie ergänzen möchten.

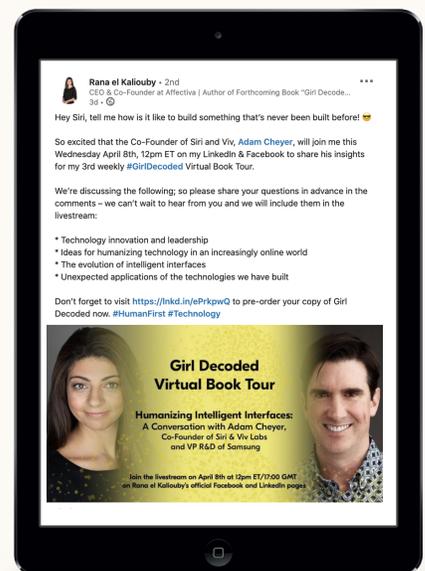
- Den Kurs (oder ein bestimmtes Video) können Sie 24 Stunden kostenlos zur Verfügung stellen und die Teilnehmenden damit beauftragen, sich die Inhalte anzusehen und eventuelle Fragen zu notieren.
- Beginnen Sie mit einer Fragerunde oder einem bestimmten Thema und behandeln Sie die Aspekte, die im Kurs nicht abgedeckt wurden.

### Live-Veranstaltungen und virtuelle Events streamen

Streamen Sie live von einer Veranstaltung oder teilen Sie besondere Momente virtuell.

- Streamen Sie Vorträge und Diskussionen, berichten Sie live von hinter den Kulissen, interviewen Sie Keynote-Speaker oder sprechen Sie mit Teilnehmenden. So haben Ihre Zuschauerinnen und Zuschauer das Gefühl, direkt vor Ort zu sein. Geben Sie ihnen die Möglichkeit, Fragen zu stellen.
- Sie haben ein Buch veröffentlicht oder starten einen neuen Kurs? Lassen Sie Ihre Followerinnen und Follower live dabei sein und streamen Sie diesen besonderen Moment.

Teilen Sie Ihre Live-Erfahrungen mit Kolleginnen und Kollegen in der [LinkedIn Trainer-Gruppe](#).



Rana el Kaliouby nimmt ihre Zuschauerinnen und Zuschauer über LinkedIn Live mit auf eine virtuelle Lesereise zu Ihrem Buch „Girl Decoded“.