

Case Study für Trainer:innen

# Selena Rezvani



Erfolgreiches Marketing mit regelmäßigen Beiträgen, passenden Hashtags und dem Mut, als Early Adopter aufzutreten

Selena Rezvani ist eine international anerkannte Referentin im Bereich Female Leadership. Als Beraterin hat sie sich auf Führungskräfteentwicklung, Arbeitsplatzkultur sowie Inclusion und Gender spezialisiert. Seit 2019 ist sie Trainer:in bei LinkedIn. Ihre Kurse „Complete Confidence in Minutes“ und „Mastering Self-Motivation“ gehören zu den beliebtesten LinkedIn Learning-Kursen. Wir haben mit Selena Rezvani gesprochen, um mehr darüber zu erfahren, wie sie ihre Kurse erfolgreich vermarktet.

## Was war für Sie als Trainerin eine Herausforderung und wie sind Sie damit umgegangen?

- **Glauben Sie nicht, dass Sie es alleine schaffen müssen! Wahrscheinlich können sich viele Trainer:innen mit einer meiner größten Hürden identifizieren.** Für mich war es sehr wichtig, regelmäßig auf LinkedIn zu posten und mich mit anderen auszutauschen. Allerdings konnte ich nicht so viel Zeit investieren, wie ich gerne gewollt hätte. Erst nachdem ich Eva Janotta als Thought-Partnerin engagiert hatte, konnte ich meine Content-Erstellung besser organisieren. Ich begann, Evergreen-Beiträge im Voraus zu erstellen und diese mithilfe von externen Tools automatisch zu veröffentlichen. Dadurch hatte ich etwas mehr Zeit, um mich spontan mit Lernenden und Follower:innen auszutauschen.
- **Sich Unterstützung von außen zu holen, ist vergleichbar damit, eine:n Personal Trainer:in zu engagieren.** Es macht das Ganze verbindlicher und hilft, Projekte konsequent umzusetzen – und vor allem Ergebnisse zu erzielen. Manchmal braucht es eben ein Dorf (oder zumindest eine:n Partner:in!). Ich wünschte, ich hätte mir früher Unterstützung geholt.
- **Posten Sie mehr und regelmäßig!** Am Anfang habe ich einmal im Monat gepostet, dann 4- bis 6-mal pro Woche. Ich teile meine LinkedIn-Kurse, meine Live-Videoserien und Ressourcen, die von anderen Führungskräften in meinem Bereich erstellt wurden und deren Arbeit ich unterstützen möchte. Seit ich regelmäßig poste, ist die Zahl meiner Follower:innen um mehr als 250 % gestiegen. Die monatlichen Profilaufrufe sind ebenfalls um über 500 % gestiegen.

## Die Anzahl Ihrer Follower:innen ist in diesem Jahr stark angestiegen. Was haben Sie getan, um mehr Follower:innen zu gewinnen?

- Am wichtigsten war wohl, dass ich **kontinuierlich gepostet** und meine Beiträge **mit gut recherchierten Hashtags** versehen habe. Das hat mir geholfen, meine Reichweite zu vergrößern. Mein Team und ich nutzen das Tool „Meet Edgar“, mit dem wir meine Beiträge sammeln, organisieren und deren Veröffentlichung auf LinkedIn planen können. Aber ich glaube nicht, dass vorproduzierte Inhalte jemals ausreichen werden. Es ist so wichtig, selbst aktiv zu sein. Ich kommentiere die Beiträge anderer und antworte auch auf die Kommentare meiner Community zu meinen Beiträgen.
- Ich versuche auch, **neue Tools von LinkedIn frühzeitig zu nutzen**. Ich habe festgestellt, dass die LinkedIn-Community die neuen LinkedIn Funktionen (Stories, LinkedIn Live, Newsletter) sehr gerne ausprobiert und eigene Inhalte schätzt. Ich habe viele Follower:innen gewonnen und das Engagement mit meinen Beiträgen erhöht, indem ich regelmäßig neue Inhalte über LinkedIn Live und den LinkedIn Newsletter veröffentlicht habe.
- Wenn ich **Beiträge teile, die andere Autor:innen, Expert:innen oder Kolleg:innen verfasst haben** oder in denen sie erwähnt werden, achte ich sehr darauf, sie in meinen Posts zu **taggen**. Das stärkt die Beziehung zu diesen Personen und kann ihnen zeigen, dass ich für ihre Arbeit dankbar bin und sie sehr schätze.

## Wie messen Sie Erfolg? Setzen Sie sich vierteljährliche/monatliche Ziele? Welche sind das?

- Erfolg bedeutet für mich, als wichtige Stimme auf LinkedIn anerkannt zu werden – das ist mein Ziel!
- Deshalb überprüfen mein Team und ich monatlich wichtige Kennzahlen wie die Beliebtheit von Beiträgen, Beiträge mit den meisten Kommentaren, Newsletter-Anmelderaten und Newsletter-Klicks. Wir werten kontinuierlich aus, welche Inhalte – und sogar welche Betreffzeilen – am besten ankommen.

- Außerdem führen wir vierteljährliche Audits durch, die es uns als Team ermöglichen, unsere Kennzahlen genauer unter die Lupe zu nehmen und zu überlegen, welche Inhalte gut ankommen und wo wir noch effizienter vorgehen können. Im Rahmen dieser Audits untersuchen wir auch die Nachrichtenzyklen, um die Relevanz und Aktualität unserer Inhalte zu überprüfen und unsere inhaltliche Ausrichtung gegebenenfalls anzupassen.

## Nutzen Sie LinkedIn Live? Hat es sich für Sie gelohnt?

- Ich habe im vergangenen Jahr über 40 LinkedIn Live-Veranstaltungen durchgeführt und finde, dass es ein unglaublich nützliches Medium ist, um sich mit neuen und bestehenden Follower:innen auszutauschen. Für mich hat LinkedIn Live wesentlich dazu beigetragen, dass ich mehr Follower:innen gewonnen habe. Außerdem kann ich so mit den Teilnehmenden meiner Kurse in Kontakt bleiben.
- Dass meine Live-Events so erfolgreich sind, liegt auch am einzigartigen Branding der Veranstaltung. Meine Veranstaltung heißt „Women + Work Culture“ (Frauen + Arbeitskultur) und konzentriert sich darauf, Frauen dabei zu unterstützen, beruflich erfolgreich zu sein, Verbündete zu finden und den Kulturwandel voranzutreiben. Ich habe eine Grafikerin beauftragt, einen Vor- und Abspann für meine Live-Reihe zu erstellen. Ich nutze auch gerne die Live-Tools. Dadurch kann ich Fragen und Kommentare der Zuschauer:innen in den Fokus rücken und allen die Möglichkeit geben, darauf zu reagieren.
- Ich empfehle, der Veranstaltungsreihe einen eigenen Namen zu geben, damit auch der dazugehörige Hashtag damit in Verbindung gebracht wird. In meinem Fall ist das #WomenAndWorkCulture. Dadurch können die Zuschauer:innen schneller frühere Veranstaltungen aufrufen.
- Ich bemühe mich darum, immer donnerstags um 13:00 Uhr live zu gehen. So kann meine Community diesen Termin besser einplanen.

## Erstellen Sie Newsletter? Hat es sich für Sie gelohnt?

- Ich bin ein großer Fan des LinkedIn Newsletter-Tools! Seit Januar 2021 versende ich wöchentlich einen Newsletter mit dem Namen „Quick Confidence“. Nach den ersten acht Wochen hatte ich bereits mehr als 10.000 Abonnent:innen. Es macht mir einfach Spaß, über ein Thema zu schreiben, das ich gerne vermittele – aber vor allem gefällt mir, dass ich mich direkt mit meinen Leser:innen austauschen kann. Viele beteiligen sich sehr aktiv und es entstehen wirklich konstruktive Gespräche. Für mich bedeutet das, **so authentisch wie möglich zu sein**, wenn ich meinen persönlichen Weg zu mehr Selbstbewusstsein mit anderen teile. Dazu gehören auch meine Lernprozesse, Misserfolge und Rückschläge!
- Wenn es um die Gestaltung von Newslettern geht, mag ich es am liebsten kurz und auf den Punkt. Deshalb achte ich darauf, dass meine **Newsletter übersichtlich**, leicht verständlich und vor allem mit nützlichen Tipps versehen sind. Es ist sinnvoll, den Newsletter an einem festen Wochentag (und am besten immer zur gleichen Zeit) zu versenden, damit sich die Leser:innen darauf einstellen können.
- Zu guter Letzt: **Sammeln Sie Ihre Stories!** Viele Menschen haben spannende Anekdoten aus ihrem Alltag, die sie nicht zwangsläufig irgendwo festhalten. Diese Anekdoten machen das Schreiben eines Newsletters sehr viel einfacher. Jede Anekdote kann mit Tags versehen werden, wie „Risiken eingehen“, „Motivation“ oder „sich von Rückschlägen erholen“. So finden Sie die Geschichte später schneller wieder.



Copyright © 2021 LinkedIn Corporation. LinkedIn, the LinkedIn logo, and InMail, are registered trademarks of LinkedIn Corporation in the United States and/or other countries. All other brands and names are the property of their respective owners. All rights reserved.

## Was haben Sie noch getan, um mehr Teilnehmer:innen für Ihre Kurse zu gewinnen? Welche Aktivitäten haben sich bewährt?

- Ich halte etwa 60 Vorträge im Jahr und mache bei jedem Vortrag **Werbung für meine Kurse!** Ich nutze auch meine Website, Twitter und LinkedIn, um Werbung für meine Kurse zu machen.
- Ich **verwende das „Im Fokus“-Tool** auf meinem LinkedIn Profil, um auf meine Kurse aufmerksam zu machen. Auf meiner Website gibt es eine Seite, die ausschließlich meinem Kursangebot auf LinkedIn Learning gewidmet ist. Auch das fördert die Teilnahme an meinen Kursen. Außerdem veröffentliche ich wöchentlich Beiträge über meine Kurse auf LinkedIn und erkläre den Leuten, was sie dabei lernen können.

## Wie erstellen Sie effektive Kursinhalte?

- Meine Produzentinnen Kelly Ruda und Starshine Roshell tragen mit wunderbaren Ideen zu meinen Inhalten bei. Ich versuche, Geschichten aus meinem eigenen Leben einzubauen – Fehlritte, Erfolge und Aha-Erlebnisse – und beginne meine Kursvideos oft mit diesen Geschichten. Wenn ich ein Problem (oder eine Chance) beschreibe, muss es für die Lernenden nachvollziehbar und relevant sein. Anschließend gebe ich konkrete Ratschläge, die die Leute sofort umsetzen können.
- Am Ende meiner Videos ermutige ich die Leute gerne, dass sie es schaffen können. Ich glaube fest an das Growth Mindset. Ich bin davon überzeugt, dass sich jeder Mensch weiterentwickeln und eine bessere, selbstbewusstere Führungskraft werden kann. Niemand wird so geboren. Wir fangen alle bei null an.

## Gibt es noch etwas hinzuzufügen?

- LinkedIn ist meiner Meinung nach nicht irgendein soziales Netzwerk, sondern DAS soziale Netzwerk schlechthin, dazu eine echte Lernplattform, auf der sich Menschen direkt über berufliche Entwicklungsmöglichkeiten und Arbeitgeber informieren können. In den Diskussionen können die Meinungen zwar weit auseinandergehen, aber es wird immer ein gewisser Umgangston gewahrt. Das ist etwas ganz Besonderes. Ich glaube, dass LinkedIn auch weiterhin eine wichtige Informationsquelle für arbeitsplatzrelevante Themen sein wird.