

8 råd til at styrke thought leadership på sociale medier

Hvis din organisation arbejder målrettet og strategisk med thought leadership, giver det en konkurrencefordel i forhold til at få indflydelse, medietid og synlighed over for kunder. Sociale medier er nøglen til kontinuerligt at kommunikere om sin ekspertise.

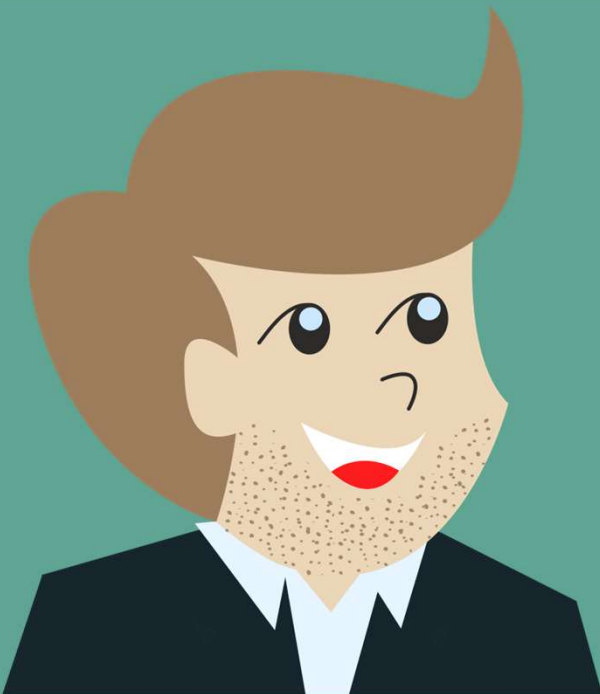
Her er 8 tips til at komme i gang:

1. Identificer din niche

Først og fremmest skal du (måske sammen med din organisation) fastlægge det ekspertområde, der skal være dit specifikke område eksternt. Definér den specifikke niche, du ønsker at sidde på i din branche. Fokus på en niche eller et særligt felt vil hjælpe dig med at skille dig ud fra konkurrenterne.

2. Skab kvalitetsindhold

Dit arbejde med thought leadership begynder med værdifuldt indhold. Del indsigter, tendenser og dybdegående viden relateret til din niche og giv ud af den viden du besidder. Du kan fx bruge blogindlæg, videoer, podcast og selvfølge opslag på LinkedIn, der engagerer dit netværk og udvider det med relevante nye medlemmer af dit faglige netværk.



3. Vælg de rigtige platforme

Find ud af, hvor dine målgrupper bruger mest tid, og fokuser din thought leader-kommunikation der.

LinkedIn er selvfølgelig den oplagte kanal til at dyrke din professionelle kommunikation, men thought leadership kan også dyrkes på YouTube, Twitter/X og Instagram.

4. Konsistens er nøglen som thought leader

Regelmæssige opslag er afgørende for at opnå eller vedligeholde thought leadership. Man kan ikke være thought leader ved kun at dele indhold hver anden måned. Man er nødt til sommetider at kunne være dagsaktuel (fx på X) og ofte dele viden i andre kanaler som fx i pressen, i nyhedsbreve eller på LinkedIn.

5. Gå i dialog med dit publikum

Thought leadership handler ikke kun om selv at formidle. Det handler også om dialog. Engager dig med dine følgere ved at svare på kommentarer, besvare spørgsmål og deltage i relevante diskussioner. Thought leadership kræver den sociale kapital et aktivt og relevant netværk giver dig.

6. Hold dig opdateret

Jeg siger ikke, at thought leaders skal sidde med hovedet inde i skærmen hele tiden og hele tiden følge med i alt hvad der sker på deres felt. Men de bedste thought leaders kender – og er måske endda på forkant med – branchetendenserne på deres felt. Hold dig opdateret med de seneste nyheder, forskning og udviklinger på området – det styrker dit grundlag og legitimitet som thought leader.

7. Analyser og tilpas

Det gode ved sociale medier er, at man hurtigt kan se hvad der fungerer og hvad der ikke fungerer.

Læg mærke til hvordan dit netværk responderer på dine opslag for at se, hvad der fungerer, og hvad der ikke gør det. Brug indsigterne til at finpudse din strategi og skabe mere effektivt indhold.

8. Brug din personlighed

Og så skal du ikke mindst kunne kommunikere i en personlig tone og bruge dig selv i din thought leader-kommunikation. Din personlige kommunikation styrker din troværdighed og den faglige legitimitet. Så hvis du skal sætte strøm til dine opslag på LinkedIn og andre sociale medier, skal du kunne kommunikere personligt så man kan mærke, at det er dig, og at det er dig, der har noget på hjerte.

Sociale medier bliver et mere og mere kraftfuldt værktøj til thought leadership. Ved konstant at dele værdifuldt indhold, engagere dig med dit publikum og holde dig opdateret, kan du højne din status og blive anerkendt som en autoritet inden for din niche og dermed både styrke dit eget faglige brand og hjælpe din virksomhed til at blive mere synlig.

Læs bogen Ekspertstemmer. Du finder den her troelsjohannesen.dk/ekspertstemmer

