

DIGITAL ACADEMY

## Εισαγωγή στα κοινωνικά δίκτυα LinkedIn

[▶ Δείτε το webinar](#)

- Σας καλωσορίζουμε στη νέα πρωτοβουλία της Eurobank για τον ψηφιακό μετασχηματισμό των επιχειρήσεων.
- Σε αυτό το βίντεο για τη νέα ψηφιακή εποχή παρουσιάζουμε το μέσο κοινωνικής δικτύωσης LinkedIn.
- Το LinkedIn ιδρύθηκε το 2002, ενώ επίσημα λανσαρίστηκε το 2003. Έναν χρόνο μετά μετρούσε 1 εκατ. χρήστες.
- Ωστόσο, ο Μάρτιος του 2006 ήταν ο πρώτος επικερδής μήνας από την αρχή λειτουργίας του. Το 2008 κυκλοφόρησε ως εφαρμογή κινητού και ξεκίνησε η στοχευμένη διαφήμιση.
- Το 2010 μετέφερε τα κεντρικά του γραφεία στο Δουβλίνο και το 2012 αντιμετώπισε την πρώτη απόπειρα hacking στους λογαριασμούς του.
- Το 2015 έδωσε τη δυνατότητα ανάλυσης δεδομένων και μια νέα έκδοση εφαρμογής κινητού (mobile app). Τέλος, το 2016 ήταν μια ιδιαίτερα σημαντική χρονιά λόγω της εξαγοράς του από τη Microsoft έναντι 26,2 δισ. δολαρίων, ενώ το 2018 έκλεισε με βάση χρηστών τα 590 εκατομμύρια.
- Το LinkedIn δημιουργήθηκε με σκοπό
- τη δικτύωση επαγγελματιών ανά τον κόσμο ώστε να γίνουν πιο παραγωγικοί και κατ' επέκταση πιο επιτυχημένοι.
- Στην Ελλάδα 1,5 εκατ. χρήστες διατηρούν λογαριασμό στο LinkedIn και το επισκέπτονται κυρίως μέσω desktop.
- Η ελληνική βάση χρηστών** περιλαμβάνει κυρίως entry-level υποψηφίους, ενώ το μεγαλύτερο ποσοστό των ελληνικών

εταιρειών που έχουν παρουσία στο LinkedIn είναι πολύ μεγάλες εταιρείες με πάνω από 10 χιλιάδες εργαζομένους. Το ίδιο ισχύει σε παγκόσμιο επίπεδο.

Για την Ελλάδα, αλλά και παγκοσμίως, κυρίαρχη λειτουργία είναι η ανάπτυξη επιχειρήσεων στον κλάδο της πληροφορικής (IT), που περιλαμβάνει κυρίως υπεύθυνους δικτύων και ανάπτυξη τεχνολογιών σύνδεσης, ενώ ως ειδικότητα επικρατούν οι πωλήσεις.

Τέλος, το περιεχόμενο του LinkedIn αφορά κυρίως **θέματα κουλτούρας και οικονομίας**.

Το LinkedIn, ενώ ξεκίνησε ως μέσο με σκοπό τη δικτύωση και την επικοινωνία, εξελίχτηκε σε πλατφόρμα δημιουργίας και κατανάλωσης περιεχομένου. Οι χρήστες δεν επισκέπτονται πλέον το LinkedIn τόσο για να αναρτήσουν το βιογραφικό τους και να βρουν δουλειά, αλλά για να αναπτυχθούν επαγγελματικά. Αυτό καθορίζει τελικά και το περιεχόμενο της πλατφόρμας. Όπως βλέπουμε, ακόμα και το interface άλλαξε πολύ και έγινε πιο user friendly τα τελευταία χρόνια.

Το **business model** του LinkedIn αποτελείται από 3 στοιχεία για τα μέλη του:

- Να είναι συνδεδεμένα και ενημερωμένα.
- Να επωφελούνται για την επαγγελματική τους ανέλιξη.
- Να δουλεύουν με πιο έξυπνο τρόπο μέσω του περιεχομένου που καταναλώνουν.

Με βάση αυτά τα στοιχεία, ουσιαστικά όλα τα μέλη έχουν τη δυνατότητα να αλληλεπιδρούν με executive-level επαγγελματίες από όλον τον κόσμο. Αυτή η δυνατότητα δεν υπήρχε προηγουμένως.

Μερικά από τα χαρακτηριστικά του που διακρίνουν το LinkedIn από τα υπόλοιπα δίκτυα είναι καταρχάς η νοοτροπία της πλατφόρμας. Απευθύνεται σε επαγγελματίες και τα θέματα που επικρατούν αφορούν recruiting, web marketing κι άλλα αντίστοιχα που εφάπτονται στο επαγγελματικό προφίλ των μελών.

Η πιο συχνή λέξη που συναντά κανείς στα προφίλ χρηστών είναι η λέξη motivated.

Επίσης, τα μέλη συχνά αναζητούν εκεί πληροφορίες και γνώση.



LinkedIn

[▶ Δείτε το webinar](#)

Βρίσκουν:

- νέα από τον επαγγελματικό τους κλάδο,
- περιεχόμενο που τους αφορά από ειδικούς και influencers,
- recommendations και insights συναδέλφων, καθώς και
- μίνι εκπαιδεύσεις μέσα από το ειδικό section της πλατφόρμας.



LinkedIn

[▶ Δείτε το webinar](#)



Τέλος, τα νούμερα αποδεικνύουν την αλλαγή του δικτύου σχετικά με την κατανάλωση περιεχομένου. Όπως βλέπουμε, πραγματοποιούνται 9 δισ. impressions περιεχομένου ανά εβδομάδα, ενώ στο newsfeed οι αναρτήσεις περιεχομένου είναι 15 φορές περισσότερες σε σχέση με τις αναρτήσεις για θέσεις εργασίας. Το 57% των χρηστών επισκέπτεται το LinkedIn μέσω κινητού, ποσοστό που ανεβαίνει. Και, τέλος, ξοδεύουν εκεί 45 λεπτά τον μήνα.



Τελευταίο χαρακτηριστικό της πλατφόρμας είναι οι διαφημίσεις. Το LinkedIn δίνει τη δυνατότητα στόχευσης high-level επαγγελματιών μέσω 6 τύπων διαφήμισης:

- Display
- Φόρμες
- Διαφημίσεις κειμένου
- Δυναμικές διαφημίσεις
- Private μηνύματα σε χρήστες
- Διαφημίσεις με πληρωμένο περιεχόμενο



Όπως καταλαβαίνετε, λοιπόν, πρόκειται για μια πλατφόρμα που λειτουργεί σαν ένα **pool business intelligence δεδομένων**. Κι αυτό το χαρακτηριστικό είναι το μεγαλύτερο πλεονέκτημά της.



Σε αυτό το pool δεδομένων γίνεται επεξεργασία από top-level analytics που έχει αναπτύξει η τεχνική ομάδα του LinkedIn. Από την επεξεργασία αυτή τα δεδομένα φτάνουν να τροφοδοτούν σχεδόν όλες τις λειτουργίες του LinkedIn, από τις κοινές επαφές και συστάσεις (recommendations) των μελών μέχρι την καταγραφή των μελών που επισκέπτονται το προφίλ ενός χρήστη και των θέσεων εργασίας που θα τον ενδιέφεραν.

Για πρώτη φορά λοιπόν, ένα δίκτυο δίνει τη δύναμη της πληροφορίας και της γνώσης σε όλους τους οργανισμούς

προκειμένου να ανοίξουν έναν ουσιαστικό διάλογο με όλους τους επαγγελματίες παγκοσμίως.



Εμπλουτίστε τις ψηφιακές γνώσεις σας με όλο το υλικό μας και αποκτήστε τη δυνατότητα να εξελίξετε την επιχείρησή σας.



**LinkedIn**

[▶ Δείτε το webinar](#)

Παρακολουθήστε ξανά το [webinar LinkedIn](#) ή δείτε και άλλα [webinar](#) που μπορεί να σας ενδιαφέρουν του Digital Academy.

#### Powered by Isobar

Το παρόν υλικό στοχεύει στη γνωριμία και εξοικείωσή σας με τα σύγχρονα δεδομένα της επικοινωνίας με χρήση ψηφιακών μέσων. Έχει καθαρά πληροφοριακό χαρακτήρα και σε καμία περίπτωση δεν συνιστά προτροπή ή παρακίνησή σας να εφαρμόσετε ή να ακολουθήσετε τις δυνατότητες προβολής και διαφήμισης που παρουσιάζονται. Βασίζεται στις γνώσεις και την εμπειρία της εταιρείας ISOBAR – IPROSPECT ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ. Ενσωματώνει πληροφορίες που αντλούνται από πηγές με δημόσιο χαρακτήρα και ενδέχεται να μεταβληθούν.

Σας καλούμε να διαβάσετε προσεκτικά και να συμμορφώσετε με τους όρους και προϋποθέσεις που διέπουν τη χρήση του παρόντος υλικού, όπως περιγράφονται εδώ: [www.eurobank.gr/digital-academy/powered-by-isobar](http://www.eurobank.gr/digital-academy/powered-by-isobar)