

LinkedIn İşleyiş Mekanizması (Algoritması) Nasıl Çalışıyor?



LinkedIn ana ekranında gördüğünüz akış Facebook'ta gördüğünüz akışa oldukça benzer. Nasıl ki Facebook'ta arkadaşlarınızın paylaşım, beğeni ve yorumları ana sayfa akışınızı oluşturuyorsa; LinkedIn'de de bağlantıda olduğunuz ve takip ettiğiniz kişilerin bazı iş güncellemeleri, paylaşım, beğeni ve yorumlarından oluşan sizin için özelleştirilmiş bir akış vardır. LinkedIn işleyiş mekanizması, yakın temasta olduğunuz bağlantılarınızı ve ilgilendiğiniz konularla ilgili gönderileri akışınıza yerleştirmek üzere özel olarak tasarlanmıştır.

Spam (Zararlı veya İstenmeyen) İçerikler Erişim Gücünüzü Etkileyebilir

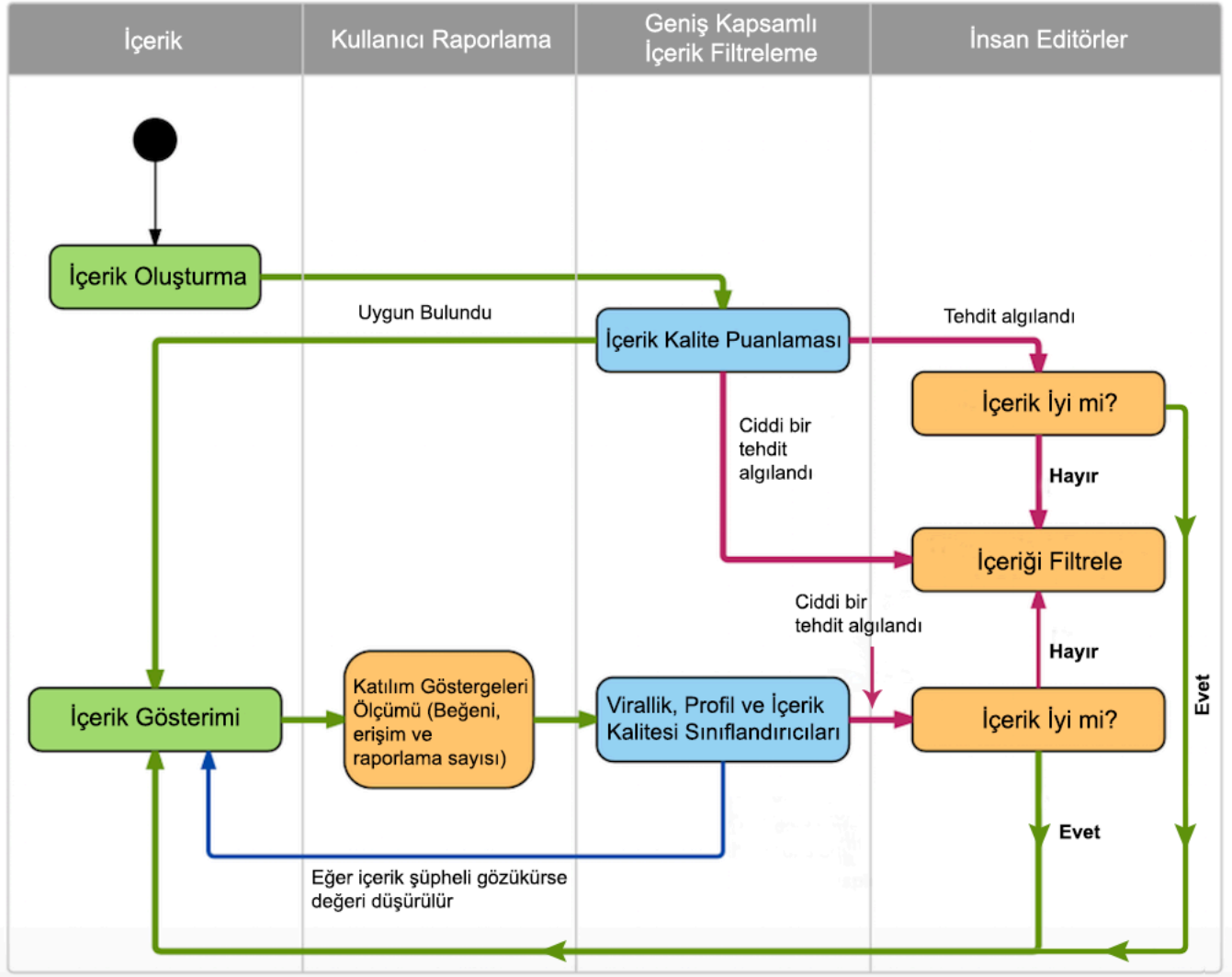


LinkedIn kullanıcı akışlarında istenmeyen gönderilerin engellenmesi amacıyla spam filtresi kullanılır. Eğer ürettiğiniz içerikler, bahsedilen spam filtresine takılırsa,

- Gönderiniz, -nadir olarak- bağlantılarınızın ana sayfa akışında hiç görünmeyebilir.
- Gönderinizin toplam erişim sayısı çok düşük kalabilir.
- LinkedIn, -nadir olarak- sizi "spam kullanıcı" olarak etiketleyebilir.

İçerik Üretirken Nelere Dikkat Etmeliyiz?

Aşağıdaki tablo, LinkedIn’de bir içeriğin erişimini (eriştiği kişi sayısını) belirleyen 4 aşamada “İçerik İnceleme Süreci”nin işleyişini anlatıyor:



1. AŞAMA: İçerik Yayınlanır ve Otomatik Bir Filtreden Geçirilir

LinkedIn’de her güncelleme paylaştığınızda -bu mutlaka yazılı bir içerik olmak zorunda değil, fotoğraf veya video da olabilir- LinkedIn işleyiş mekanizması ürettiğiniz içeriği şu 3 kategoriden birine yerleştirir:

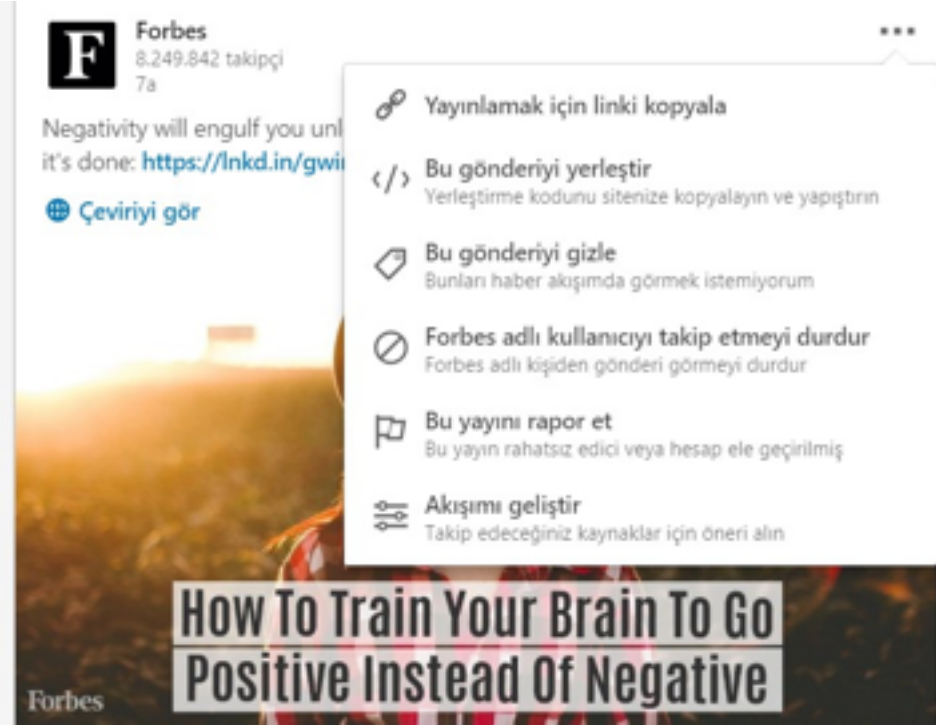
- Spam
- Düşük Kaliteli
- Uygun

Sizin için en ideali, ürettiğiniz içeriklerin LinkedIn tarafından “uygun” olarak işaretlenmesidir. Bazense işleyiş mekanizması içeriğinizi “düşük kaliteli” olarak işaretler bu da içeriğinizin yayılması için bir engel oluşturabilir. Yine de bu durum, içerikten tamamen umudunuzu kesmeniz gerektiği anlamına gelmiyor. İçerik İnceleme Süreci, sizin için hala işliyor.

2. AŞAMA: Katılımı Ölçmek İçin İçerik Bağlantılı Hedef Kitleye Sunulur

Bu aşamada ürettiğiniz içerik, bağlantıda olduğunuz kişilerin ana sayfa akışına düşürülür ve belirli bir sürede aldığınız beğeni, yorum ve paylaşım gibi katılım göstergeleri göz önüne alınarak içeriğinizin spam filtresinden geçip geçmeyeceği belirlenir. Bu aşamada uygun bulunan içerikler, 3. aşamaya geçmeye hak kazanır.

Bunun yanında katılım göstergeleri ne olursa olsun, kullanıcılar tarafından içeriğiniz rapor edildiği ya da akışta gizlendiği durumda, LinkedIn işleyiş mekanizmasının paylaşımınız hakkındaki değerlendirmesi olumsuz yönde şekillenecektir.



Bağlantıda olduğunuz kişilerin, paylaşımlarınızı akışlarında gizlememeleri için lütfen içeriğinizi paylaşmadan önce şu sorular çerçevesinde genel bir değerlendirme yapın:

- İçerik herhangi bir yönüyle rahatsız edici mi? (şiddet, küfür, hakaret gibi)
- Gün içinde aşırı paylaşım yapıyor muyum?
- Bağlantılarım bu içerikle gerçekten ilgilenir mi?
- Ürettiğim içerik, bağlantılarımın diğer bağlantılarıyla paylaşmak isteyeceği kadar özgün ve aydınlatıcı mı?
- Paylaşımlarım, LinkedIn'deki bağlantılarımın iş yaşamını etkileyecek nitelikte mi?

Yukarıdaki sorulara yanıt verirken, paylaşımınız üzerinde yeniden düşünebilir ya da belki ifadelerinizi biraz yumuşatabilirsiniz. Aşağıdaki bölümlerde, LinkedIn işleyiş mekanizmasına uygun içerikler üretmeniz için ipuçları vermeye devam edeceğiz.

3. AŞAMA: İçerik, Otomatik Filtre Tarafından “Virallik” Değerlendirmesine Tabi Tutulur

LinkedIn öncelikle kullanıcıların paylaşımınıza yaptığı beğeni, yorum ve paylaşım sayısına bakarak içeriğinize yönelik genel bir kalite puanı belirler. Sonra, içeriğin spam olup olmadığını tespit etmek için gönderi sahibinin ve gönderi sahibinin sahip olduğu bağlantıların güvenilirliğini değerlendirir.

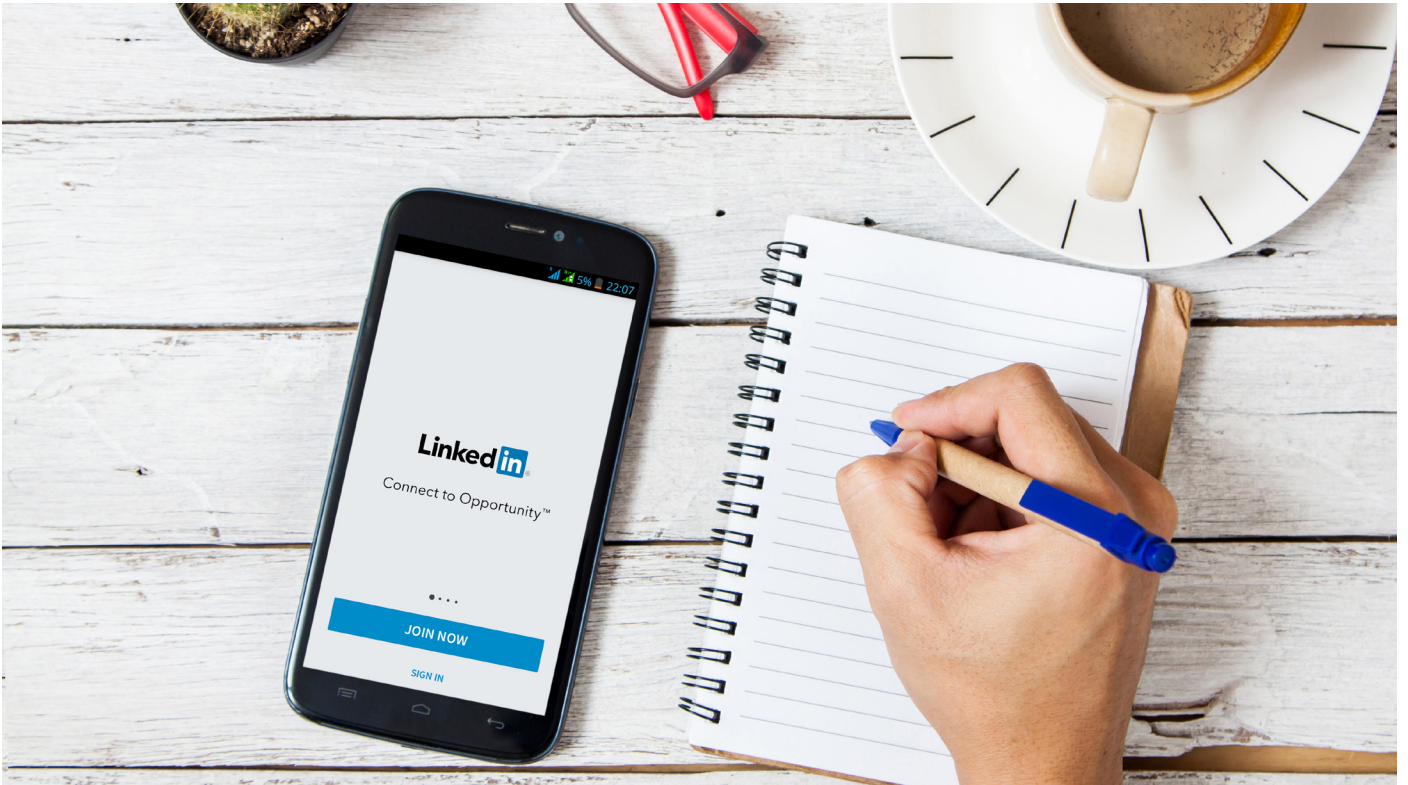
Ayrıca bu aşamada, algoritma içeriklerinizin kalitesini ölçerken paylaşımlarınızın ve bağlantılarınızın genel ilgi alanlarına hitap edip etmediğini ve yararlılığını da göz önünde bulunduruyor.

İşte tam olarak bu sebepten, etkileşimin yüksek olduğu saatlerde paylaşım yapmak ve içeriklerinizin başlık ve fotoğraflarını tıklama oranını yükseltecek biçimde optimize etmek çok önemlidir.

4. AŞAMA: İçerik İnsan Editörler Tarafından Denetlenir

Paylaşılan bir içerik, son adımda insan editörler tarafından denetlenir. LinkedIn editörleri, içeriğinizi özgün ya da şaşırtıcı bulursa içeriğin daha fazla insana ulaşmasını sağlayabilir. İçeriğiniz daha fazla insana ulaştıkça daha fazla etkileşim alır ve bu sayede daha fazla insanın ana sayfasına düşer. Böylelikle yararlı bulunan bir paylaşım, editörler tarafından bir kez öne çıkartıldıktan sonra etkileşim döngüsü sayesinde bazen haftalarca gösterilmeye devam eder.

LinkedIn'in İşleyiş Mekanizmasından En İyi Şekilde Faydalanmak İçin 6 İpucu



1. LinkedIn'in Talep Ettiği İçerik Türünü Anlayın

LinkedIn yetkilileri, platformlarının odak noktasının ne olmasını istedikleri hususunda oldukça açıklar: İş dünyası.

Animasyonlu GIF'ler, komik videolar ve göndermeli sözler yerine, LinkedIn işleyiş mekanizması kullanıcılara; iş güncellemeleri, iş ilanları, ilgi alanlarıyla bağlantılı popüler içerikler ya da kariyere yönelik içerikleri göstermeyi tercih ediyor.

Paylaşımlarınız platformun amacı dışına çıkmadığı takdirde; fotoğraf, video, makale, durum güncellemesi ya da başka web sayfalarının linkleri olabilir.

Paylaştığınız içerikler:

- Ağınızdaki profesyonellerin kariyerine değer katsın.
- İş büyütme ya da kariyer üzerine ipuçları içersin.
- İş yaşamında başka insanlara ilham verici bir yönü olsun.
- Faaliyet gösterdiğiniz sektörle ilgili olsun.
- Güvenilir bir kaynaktan alıntılanmış olsun.

Ayrıca paylaşım konularınızın, bağlantı ve takipçilerinizin genel ilgi alanlarıyla örtüşmesine dikkat edin. LinkedIn ağınızdaki kişilerin profilinde verdiği bilgilerden yola çıkarak paylaşımlarınız ve ağınızdaki kişilerin ilgi alanları arasında bir bağlantı kurduğunda içeriğinizin kalite puanını yükseltiyor.

2. Hedef Kitlenizi Oluştururken Stratejik Davranın

LinkedIn işleyiş mekanizması, bir içeriğin kitlelere yayılıp yayılmamasına karar verirken sadece içerik üreticisini değil; içerik üreticisinin bağlantılarını da güvenilirlik, ilgililik, takipçi ve etkileşim sayısı gibi metrikler üzerinden değerlendiriyor. Dolayısıyla LinkedIn'de bağlantılarınızın sayısını arttırmak çok önemli. (Fakat bunu stratejik bir biçimde yapmak kaydıyla.)

LinkedIn'de daha etkili bağlantılar kurmak için şu tavsiyeleri dikkate almalısınız:

- Kişisel profilinizde ve/veya şirket sayfanızda bilgi isteyen alanları tamamen doldurun ve güncel tutun.
- Tanıdığınız ya da tanımadığınız; fakat iş hayatındaki durum değişikliklerinden haberdar olmak istediğiniz kişilere bağlantı isteği gönderin.
- Çalışanlarınızı, şirketinizde çalıştıklarını profillerinde belirtmeleri için teşvik edin.
- Başkalarını takip edin ve takip edilmeye değer içerikler üretmeye gayret edin. Birini takip etmeniz için bağlantı isteği göndermeniz gerekmez.
- LinkedIn gruplarına katılın ve derseniz kendi grubunuzu kurun.
- Öneriler verin ve alın.
- Profilinizin herkese açık olduğundan emin olun. Böylece daha fazla sayıda kişi sizi bulabilir, gönderilerinizi görebilir ya da takip edebilir.
- Ana sayfanızda karşınıza çıkan gönderilerin altına yorum yapmaktan çekinmeyin. Sohbetlere katılın ve ağda aktif olun.
- Kişisel profiliniz ya da şirket sayfanızın LinkedIn uzantısını, varsa bireysel ya da kurumsal web sitenize mutlaka yerleştirin.

3. Daha Fazla Etkileşim Almak İçin İçeriğinizi En İyi Hale Getirin

LinkedIn'de paylaşacağınız gönderiler, mümkün olduğunca kaliteli ve etkileşim yaratmaya açık içerikler olmalı.

İşte LinkedIn içeriklerinizi daha etkili hale getirmek bazı ipuçları:

- İş dünyası üzerine şakalar ve çeşitli kelime oyunları ağınızdaki kişileri güldürecektir. (Özellikle şakalar onların çalıştığı sektör ile alakalı ise.)
- Kariyer üzerine faydalı bilgiler ve tüyolar verin.
- Endüstriler ya da şirketler hakkında etkileyici istatistikler paylaşın.
- Açıklamayı kısa tutun. Gönderinizi bir bağlantı, fotoğraf ya da video ile destekleyin.
- Paylaşımlarınızın duyguları harekete geçiren bir yönü olsun.

4. LinkedIn Paylaşımlarınızı Doğru Zamanlarda Yapın

Paylaşımınız ne kadar değerli olursa olsun, ağınızdaki kişiler onu göremedikçe bir anlam ifade etmez. LinkedIn'de etkileşimin düşük olduğu saatlerde paylaşım yapmak, gönderinizin hak ettiği değeri görememesine sebep olabilir.

Örneğin, gece saat 2'de -tüm takipçileriniz uyurken- LinkedIn'de paylaşacağınız bir içerik en erken 3 ya da 4 saat sonra görülecek demektir. Uzun süre etkileşimsiz kalmanız, içeriğinizin performansını olumsuz yönde etkileyebilir.

Peki LinkedIn'de paylaşım için en uygun saatler hangileri?

Popüler bir hipoteze göre LinkedIn'de etkileşimin en yüksek olduğu zaman aralığı, sabah 9 ile akşam 5 arası. Yani çalışma saatleri. Bu saatler içerisinde, kullanıcıların %50'sinin akıllı telefonlarından LinkedIn'i takip ettikleri biliniyor. LinkedIn'in bir profesyonel ağ olduğu hesaba katılırsa kullanıcıların iş ile haşır neşir oldukları zaman aralığında burada üretilen içeriklerin dikkatlerini çekecek olması oldukça mantıklı.

Başka bir LinkedIn makalesine göre gönderilerinizin yayınlanacağı saate, yaptığınız denemeler sonucunda karar vermelisiniz. LinkedIn'in aktif olarak kullanıldığı saatler konumdan, saat diliminden, hatta yereldeki insanların günlük alışkanlıklarından bile etkilenebiliyor. Günün farklı zamanlarında deneme amaçlı paylaşımlar yaparak paylaşımların etkileşim alma seviyelerini inceleyin. Hedef kitleniz için doğru zamanı bulacaksınız.

5. Diğer Kullanıcıların Gönderilerini Paylaşın-Muhtemelen Onlar da Sizinkileri Paylaşırlar

LinkedIn'in her şeyden önce bir "sosyal ağ" olduğunu unutmayın. LinkedIn sosyalleşmenize yardımcı olur. Platformda aktif olmaya özen gösterin. LinkedIn'de beğendiğiniz gönderileri paylaşmanın, aynı zamanda paylaşımı yapan kişiye yönelik bir jest niteliği vardır. Bu şekilde LinkedIn'de "dostlar" edinmek kariyerinizde size yeni fırsatlar sunabileceği gibi aynı zamanda değişik paylaşımları beğenmek, yorum yapmak ve paylaşmak profilinizin erişimini muazzam miktarda arttıracaktır.

6. Bağlantıda Olduğunuz Kişilerin Yeteneklerini Onaylayın



Pazarlama, iletişim, yönetim, topluluk önünde konuşma, dijital medya, blog yazma gibi alanlarda başarılı bulduğunuz bağlantılarınızın buna benzer yeteneklerini onaylayın. Bu sayede bağlantılarınızı onurlandırmış ve mutlu etmiş olursunuz. Herhangi bir bağlantınız sizin bir yeteneğinizi onayladığında ona özel mesajla teşekkür etmeniz kurulan iletişimin sıcak kalmasını sağlayacaktır.

Kaynak: <https://blog.hootsuite.com/how-the-linkedin-algorithm-works-hacks/>