

AUF DIE PLÄTZE, FERTIG, SICHTBAR?

Warum Sie als Anwältin oder Anwalt mit Ihrer Expertise auf LinkedIn sichtbar sein sollten

Rechtsanwältin Dr. Anja Schäfer,
Karrierementorin für Juristinnen, Berlin

Auf die Plätze, fertig, sichtbar! Ganz so schnell und einfach ist es für die meisten Anwältinnen und Anwälte nicht, auf LinkedIn mit ihrer Expertise sichtbar zu werden, zu sein und zu bleiben. Erfahren Sie drei Gründe für Ihr Personal Branding und somit dafür, warum es sich für Sie lohnt, sich selbst und Ihre Expertise auf der Plattform und darüber hinaus in Ihrem Netzwerk sichtbar und bekannt zu machen.

SIE BESTIMMEN DAS NARRATIV

Wie wollen Sie auf LinkedIn und/oder Ihrem Netzwerk wie auch darüber hinaus wahrgenommen werden? Welche Rechtsgebiete, fachlichen Themen oder inhaltliche Expertise sollen mit Ihrem Namen verknüpft werden?

Machen Sie sich bewusst, dass entweder Sie oder andere darüber sprechen (werden), nämlich neben Ihren Themen auch über Ihre Person. Eine Personenmarke, wenn auch meist nur passiv, hat schließlich jeder Anwalt und jede Anwältin. Die Frage ist, ob diese auf Ihre Ziele und/oder beruflichen Ambitionen einzahlt.

Personal Branding unterstützt Sie dabei, proaktiv zu beeinflussen, dass und wie man über Sie spricht bzw. sprechen wird. Es liegt daher an Ihnen, sich so zu präsentieren, dass der Ruf, der Ihnen im digitalen, aber auch analogen Raum idealerweise vorausseilt, möglichst deckungsgleich ist.

Personal Branding kann Ihnen zu Sichtbarkeit und Aufmerksamkeit verhelfen. Je mehr Ihre Persönlichkeit mit Ihrer Expertise verwoben wird, umso authentischer wird bzw. wirkt Ihre Personal Brand. Nutzen Sie Ihren virtuellen Auftritt also bewusst, um andere – wie potenzielle Mandantinnen oder Kooperationspartner – auf Ihre fachliche Expertise, rechtlichen Themen oder Ihr (Vortrags-) Angebot aufmerksam zu machen.

SIE ERWEITERN PROAKTIV IHR NETZWERK

Wenn Sie sich auf LinkedIn als Expertin oder Experte positionieren, führt das einerseits dazu,



dass Ihre fachlichen Themen bekannt werden. Es bewirkt aber auch, dass sich mehr und mehr Menschen für Sie oder auch Ihre Kontakte interessieren, so dass Sie durch niedrigschwelliges Networking Ihr Netzwerk auf LinkedIn stetig weiter auf- und ausbauen (können). Alles, was Sie dafür brauchen, ist eine auf Ihre Ziele fokussierte Strategie und natürlich Zeit.

Sobald Sie über Ihre Themen schreiben, geben Sie den Personen aus Ihrem Netzwerk, aber auch potenziellen Kontakten die Gelegenheit, mit Ihnen zu interagieren. Bereits ein einzelner LinkedIn-Post zu Ihrem Fachgebiet zeigt, womit Sie sich beschäftigen. Jedoch reicht es nicht aus, einmalig oder selten für die eigenen Themen zu werben. Stellen Sie Ihre Expertise kontinuierlich unter Beweis. Denn als Expertin oder Experte sichtbar zu sein, ist ein Marathon, kein Sprint.

SIE PROFITIEREN VON UNGEAHNTEN MÖGLICHKEITEN

Mit den Schlüsseln Personal Branding und Expertenmarketing erreichen Sie etwas, was weit über Ihre Wahrnehmung auf LinkedIn und die Ihres Netzwerks hinausgeht: Sie werden so schnell zum Role Model für andere Kolleginnen und Kollegen, da nur etwa 10 % aller LinkedIn-Nutzer auf dieser Plattform über ein Profil hinaus sichtbar werden.

Zudem kommen Sie Ihren Traumprojekten, wie entsprechenden Vortrags-, Interview- oder Publikationsanfragen, näher. Sie erhalten endlich für Sie lukrative Mandatsanfragen oder bekommen interessante Jobs angeboten.

Eines ist sicher: Personal Branding ist nicht nur etwas für Anwältinnen und Anwälte, die auf LinkedIn bereits über Sichtbarkeit und Reichweite verfügen. Jede und jeder darf und sollte dort über seine bzw. ihre Themen reden. Indem Sie dies tun, machen Sie wiederum anderen Kolleginnen und Kollegen Mut, sich mit ihrem juristischen Know-how sichtbar zu machen. Schließlich muss die Welt „da draußen“ wissen, wofür jede und jeder steht!

Bild: HAKINIMHANI/shutterstock.com