

LINKEDIN LÉPÉSRŐL LÉPÉSRE

Szakmai siker egyszerűen, érthetően

**2026
SZEPTEMBER**



Tartalomjegyzék

Pár szó a szerzők jogairól	10
Írói üzenet az olvasónak	11
Előszó	12
Miért éppen a LinkedIn?	12
Kinek szól ez az anyag?	13
Hogyan használd ezt a tudást a lehető legjobb eredmények érdekében?	13
I. rész: Az első lépések - biztos alapok a LinkedIn utazásodhoz	15
1. fejezet - Miért fontos számodra a LinkedIn?	15
1.1 A LinkedIn története és fejlődése (2003-tól napjainkig)	15
1.2 A LinkedIn helye a közösségi média platformok sorában	16
1.3 Mire használhatod a LinkedIn-t?	17
1.4 LinkedIn számokban (2025-ös aktuális statisztikák)	19
1.5 Kinek ideális a LinkedIn?	19
2. fejezet - A LinkedIn alapjai - Első lépések a platformon	22
2.1 Regisztráció és az első lépések	22
2.2 Hogyan regisztrálj a LinkedIn-re?	22
2.3 Miért fontos, hogy már az elején megfelelően kitöltsd a profilodat?	23
2.4 A LinkedIn kezelőfelülete 2025-ben - áttekintés és navigáció	23
2.5 A főbb funkciók bemutatása (Hírfolyam, Hálózat, Üzenetek, Értesítések)	25
2.6 Profilbeállítások és adatvédelem	27
2.7 Mobil alkalmazás vs. asztali verzió	30
2.8 LinkedIn Premium - megéri vagy sem?	32
3. fejezet - A LinkedIn algoritmus működése 2025-ben	36
3.1 Hogyan rangsorolja a LinkedIn a tartalmakat?	36
3.2 Relevancia az elérhetőség felett - újdonságok az algoritmusban	38
3.3 Kapcsolati háló elsőbbsége és szakértői tartalmak kiemelése	39

3.4 Interakciók minősége és tartózkodási idő	40
2. Hashtagek szerepének változása	43
3. Egyéb új funkciók, amelyek befolyásolják a láthatóságot	43
Amit érdemes elkerülni: hibák, amelyek visszafogják algoritmikus láthatóságodat	44
II. rész: Tartalom és kommunikáció a LinkedInen	47
4. fejezet - Tartalomtípusok és formátumok a LinkedInen	47
4.2 Bejegyzések (posztok) - miért és hogyan posztolj?	47
4.3 Cikkek és hírlevelek - mélyebb gondolatok kifejtése	49
4.4 Videós tartalmak - a személyes kapcsolódás ereje	53
4.5 Dokumentum posztok és lapozható tartalmak	55
4.6 Poll-ok (szavazások) és interaktív tartalmak	58
4.7 További interaktív tartalmak a LinkedInen	60
4.8 LinkedIn Események	61
4.9 LinkedIn Live	63
4.10 Kommentek és interakciók - kapcsolatok építése mások tartalmain keresztül	64
4.11 Modern tartalomtípusok: sztorizás és multimédiás elemek	67
A hatékony történetmesélés elemei:	68
4.12 Multimédia elemek hatékony használata	68
Főbb multimédia típusok és használatuk:	68
Multimédia tartalmak optimalizálási tippjei:	69
5. fejezet - B2B és B2C kommunikáció a LinkedInen	71
5.1 A LinkedIn mint B2B platform - üzleti kommunikáció alapjai	71
Miért ideális a platform az ilyen típusú kommunikációra?	71
5.2 A sikeres B2B kommunikáció alapelvei	72
5.3 Tipikus B2B eszközök a LinkedInen	72
5.4 Szakmai tartalmak és esettanulmányok	73
Milyen formátumokat érdemes használni?	73
5.5 Hogyan készíts hatásos B2B esettanulmányt?	74
Példa egy Case Study címre és felépítésre	74
5.6 Mire figyelj B2B kommunikációban?	75
5.7 Mikor és hogyan használd a LinkedIn B2C marketingre?	75
Mikor érdemes a LinkedIn B2C marketingre használni?	75
Hogyan használd a LinkedIn hatékonyan B2C marketingre?	76

B2C tartalmak, amelyek jól működnek a LinkedInen:	77
Case Study: B2C sikertörténet a LinkedInen	78
Hangnem és tartalom adaptálása célközönség szerint	79
Hangnemek összehasonlítása: B2B vs. B2C a LinkedInen	79
B2B célközönségre szabott kommunikáció:	79
B2C célközönségre szabott kommunikáció:	80
Tartalomtípusok célközönség szerint:	81
Tartalomadaptálás többféle célcsoport esetén:	82
Megközelítések összehasonlítása (B2B vs. B2C)	83
Sikerek mérése:	85
A megfelelő megközelítés kiválasztása:	86
5.8 Hibrid stratégiák - amikor mindkét típusú közönséget meg kell szólítanod	87
Mikor lehet szükség hibrid stratégiára?	87
Hogyan építs fel egy sikeres hibrid LinkedIn stratégiát?	88
III. rész: személyes LinkedIn stratégiák - építsd szakmai márkádat	91
6. fejezet - A profi LinkedIn-profil megalkotása	91
6.1 Tökéletes profilkép és háttérkép (cover fotó) készítése	91
A tökéletes profilkép jellemzői:	91
A tökéletes háttérkép (cover fotó) jellemzői:	92
Kreatív ötletek a háttérképekhez:	93
Gyakorlati tippek a profilkép és háttérkép elkészítéséhez:	93
6.2 Headline (fejléc) optimalizálása figyelemfelkeltésre	95
Miért fontos a fejléc optimalizálása?	95
Hagyományos vs. optimalizált:	95
Hogyan építsd fel a tökéletes headline-t?	96
Headline-formátumok, amelyek jól működnek:	97
Gyakori hibák:	98
Fejléced rendszeres frissítése:	99
6.3 A „Rólam” (About) szekció tökéletes kialakítása	99
Miért kulcsfontosságú az About szekció?	99
Hogyan építsd fel a tökéletes About szekciót?	100
Az About szekció formázása a könnyebb olvashatóságért:	101
About szekció sablon vállalkozóknak:	101
About szekció sablon álláskeresőknak:	102
Inspiráló és személyes záró gondolatok az About szekcióhoz:	102

6.4 Tapasztalatok és képességek hatékony kiemelése	103
A Tapasztalatok szekció optimalizálása:	103
Példa egy eredményorientált vs. feladatközpontú leírásra:	104
A Készségek szekció stratégiai kialakítása:	104
Szakmai tapasztalatok hatékony bemutatása különböző helyzetekben:	106
6.5 Featured (Kiemelt) szekció kreatív használata	108
6.6 Ajánlások kérése és kezelése	112
6.7 LinkedIn-profil optimalizálása kereshetőségre (SEO)	117
6.8 Profilod mobilon - mire figyelj a különbségek miatt?	127
7. fejezet - Kapcsolatépítés és hálózatfejlesztés	133
7.1 Hogyan építs hiteles kapcsolatokat a LinkedInen?	133
8. fejezet - Személyes márkáépítés a LinkedInen	140
8.1 Mi az a personal branding és miért fontos 2025-ben?	140
8.2 Hogyan válj ismertté a szakmádban LinkedInen?	141
8.3 Rendszeres tartalomstratégia kialakítása - hogyan kezdj neki?	142
8.4 LinkedIn-posztok és cikkek írásának gyakorlati útmutatója	144
8.5 Énmárka építés hibái és hogyan kerülöd el őket?	146
8.6 Niche-építés vs. átfogó jelenlét - mi a Te utad?	147
9. fejezet - Karrierlehetőségek a LinkedIn segítségével	149
9.1 Hogyan használd álláskereséshez a LinkedIn-t?	149
9.2 LinkedIn álláshirdetések és jelentkezési folyamatok	150
9.3 Hogyan legyél láthatóbb a fejedelmű emberek számára?	151
9.4 Karrierváltás támogatása LinkedInnel	152
9.5 LinkedIn Premium és Sales Navigator előnyei karrierépítésben	153
9.6 Karrierlehetőségek megtalálása a kapcsolati hálód segítségével	154
9.7 Közvetett karrierlehetőségek - mentorok, tanácsadók, szakmai közösségek találása	155
10. fejezet - LinkedIn személyes tartalommarketing	156
10.1 Hogyan készíts tartalmat, amit mások is megosztanak?	156
10.2 Személyes történetek és hitelesség építése LinkedIn posztokkal	157
10.3 Interaktív tartalom létrehozása LinkedInen	158
10.4 Hogyan vonzz kommenteket és interakciókat?	159
10.5 Megosztások és organikus elérés növelése	160

10.6 LinkedIn személyes tartalommarketing mérése és optimalizálása	161
10.7 Trendkövetés vs. időtálló tartalom - mi a jó egyensúly?	162
IV. rész: üzleti jelenlét: céged a szakmai hálózat középpontjában	164
11. fejezet - LinkedIn céges oldalak kialakítása és kezelése	164
11.1 Céges oldal létrehozása és optimalizálása lépésről lépésre	164
11.2 A tökéletes céges profil elemei	165
11.3 Céges tartalomstratégia kialakítása	166
11.4 Termékek és szolgáltatások bemutatása	167
11.5 Céges oldal adminisztrációja és menedzselése	168
11.6 Követők növelése - stratégiák és taktikák	169
11.7 Analytics és teljesítménymérés céges oldalakon	170
11.8 Versenytársak figyelése - a Competitors fül hatékony használata	171
12. fejezet - LinkedIn tartalom cégeként	173
12.1 Céges posztok, hírek és események kezelése	173
12.2 Munkáltatói márkaépítő tartalmak	175
12.3 Szakmai tartalmak, értékdás üzleti környezetben	177
12.4 Interaktív tartalmak, kérdések céges szemszögből	178
12.5 Videós tartalom céges oldalakon	179
12.6 LinkedIn élő adások és webináriumok	180
12.7 Céges blogok és hírlevelek LinkedInen	182
12.8 Tartalomhangsúlyok szezonaritása - mikor mit érdemes előtérbe helyezni	184
13. fejezet - Céges hálózatépítés és munkáltatói márkaépítés	186
13.1 Hogyan építs erős munkáltatói márkát LinkedInen?	186
13.2 Employee advocacy program (munkavállalói márkanagykövet program) kialakítása és működtetése	187
13.3 Alkalmazottak bevonása a céges LinkedIn stratégiába	189
13.4 LinkedIn, mint belső kommunikációs platform	190
13.5 Márkanagykövet programok a LinkedInen	191
13.6 Belső nagyköveti program hatékony működtetése	192
13.7 Munkáltatói márka mérése és eredményessége	193
13.8 Vállalati kultúra bemutatása - a kulisszák mögé engedés művészete	195
14. fejezet - LinkedIn hirdetések cégek számára	197

14.1 Új hirdetősi formátumok 2025-ben	197
14.2 LinkedIn hirdetősi stratégia kidolgozása vállalati szinten	200
14.3 Tippek a költségvetés tervezéséhez:	201
14.4 Célzási lehetőségek - precíziós és haladó közönségépítés	202
14.5 Hirdetések optimalizálása, analitikák értelmezése	203
14.6 Költséghatékony hirdetősi stratégiák KKV-k számára	204
14.7 Lead generálás és konverzió-optimalizálás	206
14.8 Sikertörténetek és tanulságok LinkedIn hirdetősi kampányokból	207
14.9 Remarketing és többlépcsős kampányok - a vásárlói út követése	208
15. fejezet - LinkedIn események és rendezvények szervezése	211
15.1 LinkedIn események létrehozása és menedzselése	211
15.2 Eseménypromóció organikusan és hirdetésekkel	212
15.3 LinkedIn Live mint céges rendezvényeszköz	214
15.4 Webinárok és online események szervezése	216
15.5 Utókövetés és kapcsolatépítés LinkedIn események után	218
15.6 Események mérése és optimalizálása	219
15.7 Hibrid események - online és offline kombinációja	221
15.8 Eseményhálózat kialakítása - rendszeres megtartó programok szervezése	222
V. rész: mesterszint: haladó taktikák és jövőbe mutató trendek	225
16. fejezet - Mesterséges intelligencia és automatizáció a LinkedInen	225
16.1 AI a LinkedIn saját funkcióiban	225
16.2 Külső AI eszközök a tartalomkészítéshez	227
16.3 Automatizáció a LinkedIn Campaign Managerben	228
16.4 Lead menedzsment és utókövetés	229
16.5 AI és etika, hitelesség a LinkedInen	229
17. fejezet - Haladó organikus növekedési stratégiák	231
17.1 Következetes tartalomkészítés és tartalomnaptár használata	231
17.2 Interakció, mint kétirányú utca - kommentelési stratégiák	232
17.3 Kapcsolatépítés lépcsőről lépésre - minőség a mennyiség felett	232
17.4 Tartalomfajták kombinálása a maximális hatásért	233
17.5 Türelem és hitelesség - reális időkeretek	234
17.6 Hibák, amiket kerülj el organikus építkezésnél	235

18. fejezet - LinkedIn Sales Navigator hatékony használata	237
18.1 Ügyféladatbázisok és céllisták importálása	237
18.2 Értékes célfiókokra fókuszálás és döntéshozók megtalálása	238
18.3 Meleg kapcsolódási pontok kihasználása	239
18.4 Lead- és account-értesítések követése	240
18.5 Buyer Intent (vásárlói szándék) adatok értelmezése	241
18.6 Kutatómunka és ügyféllátások megszerzése	241
18.7 Személyre szabott megkeresések és többszintű kapcsolatok	242
19. fejezet - LinkedIn hírlevél- és blogindítás	244
19.1 LinkedIn hírlevelek előnyei és hátrányai	244
19.2 Hírlevél indítása a platformon - jogosultságok és első lépések	245
19.3 Tartalomstratégia és ütemterv készítése	246
19.4 Minőségi, értékes tartalom következetes létrehozása	247
19.5 Figyelemfelkeltő címek és vizuális elemek használata	247
19.6 Interakció ösztönzése és hírlevél promóció	248
19.7 Hírlevél promóció és növekedés	249
19.8 Teljesítmény elemzése és tanulás a statisztikákból	249
20. fejezet - Oktatási intézmények és nonprofit szervezetek a LinkedInen	251
20.1 Oktatási intézmények egyedi lehetőségei a platformon	251
20.2 A hálózat kihasználása és kapcsolatépítés	253
20.3 Toborzás és szakmai együttműködések az oktatás terén	254
20.4 Non-profit szervezetek jelenlétének kialakítása	255
20.5 Önkéntesek és támogatók megszólítása LinkedInen	255
20.6 Adománygyűjtés és figyelemfelkeltés hatékony módszerei	256
20.7 Partnerkapcsolatok és támogatók keresése	257
20.8 Jótékonyági kezdeményezések promotálása	257
21. fejezet - A LinkedIn jövője és időtálló stratégiák	259
21.1 A LinkedIn fejlődési irányai	259
21.2 Mesterséges intelligencia térnyerése a platformon	260
21.3 Hogyan maradj naprakész a LinkedIn változásaival?	261
21.4 Új funkciók korai bevezetése - az előnyök kihasználása	261
21.5 Összefoglaló: a LinkedIn-siker 10 alapelve	262

21.6 Időtálló stratégiák - ami sosem megy ki a divatból	263
Függelék: hasznos kiegészítők és források	266
Függelék / 1 - LinkedIn Szakmai Definíciók	266
Függelék / 2 - Ellenőrzőlisták (checklist kép)	272
Függelék / 3 - Időgazdálkodási tippek LinkedInhez	277
Függelék / 4 - Végezetül: Alkosd meg a saját LinkedIn-stratégiádat	281
Függelék / 5 - Eredmények mérése és finomhangolás	284
Függelék / 6 - Az első 30-60-90 nap terve	285
Függelék / 7 - A folyamatos fejlődés biztosítása	287

Pár szó a szerzők jogairól

Köszönjük, hogy megvásároltad az Online Marketing Akadémia LinkedIn tudásanyagát. Ebben a modulban évek tapasztalatait és tudását osztjuk meg Veled. Sokat dolgoztunk azért, hogy ez az egyedülálló anyag létrejöhessen. Kérjük, tiszteld erőfeszítéseinket és ne add át harmadik félnek ezt a könyvet.

Gondolj arra, ha egyszer kikerül a kezedből, akár még a konkurenciádat is előnyösebb helyzetbe hozhatod, ha eljut hozzá. Az ebben a modulban közölt tudás legyen azoké, akik áldoztak rá. Minden vásárlónk elfogadta a megrendelés feltételeit és [1] teljes felelősséget vállalt a szerzők jogainak tiszteletben tartására.

Köszönjük, hogy betartod a „fair play” játékszabályait!

Ha tetszik az anyag és ajánlanád másoknak, kérjük, ezt a címet add tovább: <https://www.online-marketing-akademia.hu/product/linkedin-lepesrol-lepesre-szakmai-siker-egyszeruen-erthetoen>

§ Írói üzenet az olvasónak

Kedves Olvasó!

Emlékszem az első alkalomra, amikor egy üzleti ebéd végén a névjegyem helyett a LinkedIn profilomra volt kíváncsi az ebédpartnerem. „Megtalállak a LinkedInen?” - kérdezte mosolyogva. Egy pillanatig zavarban voltam. Persze volt profilom, de őszintén szólva alig használtam. Más közösségi platformokon aktívan kommunikáltam, de ez valahogy kimaradt a napi rutinomból.

Ez a találkozás volt az a pont, amikor rájöttem: a legtöbb B2B szakmában, a toborzásban és a szakértői márkaépítésben a LinkedIn ma már nem egy opcionális felület, hanem szinte alapkövetelmény. Egy olyan hely, ahol a szakmai identitásod ugyanolyan fontos, mint a névjegykártyád vagy az email címed.

Az elmúlt években sokat tanultam erről a platformról - olykor bukdácsolva, máskor sikerélményeket átélve - és ezt a tudást szeretném most átadni Neked. Kerülőutak, zsákutcák és felesleges kísérletezések nélkül.

Úgy írtam ezt a könyvet, ahogy egy kollégával beszélgetnék: gyakorlatiasan, őszintén - néha talán a kelleténél is őszintébben - és a saját tapasztalataimat is megosztva. Remélem, hogy ez a tudás Neked is segít majd abban, hogy magabiztosan használd a platformot, és a következő üzleti találkozón már Te mondd: „Megtalálász a LinkedInen!”

Miért éppen a LinkedIn?

A közösségi média világában számtalan platform kínál különböző lehetőséget mind a személyes, mind az üzleti/vállalkozói márka kommunikálására. Talán Te is aktív felhasználója vagy a Facebooknak, Instagramnak vagy akár a TikToknak. Ezek a felületek ma már nemcsak a szórakozásra és kapcsolattartásra jók, hanem employer brandingre, edukációra és B2B leadgenre is egyre inkább használatosak. Amikor azonban a karrierépítésről, üzleti kapcsolatok létrehozásáról és a szakmai márka építéséről van szó, a LinkedIn vezető szerepe továbbra is megkérdőjelezhetetlen.

A LinkedIn egyedülálló szerepet tölt be a közösségi média térben: kifejezetten szakemberek, vállalkozások, vezetők és álláskeresők számára hozták létre. Nem csupán álláskereső portál, hanem professzionális hálózat és egyben tartalom-/médiaplatform is: a személyes márkádat építheted, üzleti lehetőségeket találhatsz, tanulhatsz, kapcsolatokat teremthetsz, és az algoritmikus hírfolyamon, natív videón, hírleveleken, eseményeken, a Sales Navigatoron és a LinkedIn Learningen keresztül folyamatosan fejlődhetsz is. Egy jól felépített LinkedIn profil és céges oldal önmagában már fontos alap, de a valódi eredményhez ma már rendszeres tartalom, aktív kommentelés, kulcsszó-optimalizálás és mérhető social selling is szükséges - ez a kulcs a karrieredben való előrelépéshez és a vállalkozásod fejlődéséhez.

Kinek szól ez az anyag?

Ez a tudásanyag minden olyan olvasónak szól, aki mélyebben szeretné megérteni és kihasználni a LinkedInben rejlő lehetőségeket. Legyél bár friss diplomás, tapasztalt szakember, karrierváltó, kisvállalkozó vagy nagyvállalati marketinges, ez a könyv Neked íródott.

Olyan tudást adunk át, amellyel:

- képes leszel hatékonyan építeni a személyes márkádat;
- jobb üzleti kapcsolatokat tudsz kialakítani;
- megtanulod, hogyan építs sikeres céges oldalt;
- jobban megérted a LinkedIn hirdetéseit, hogy maximalizálhasd az üzleti eredményeidet.

Ez a tudásanyag a LinkedIn-t nemcsak egyszerű eszközként mutatja be, hanem segít megérteni az alapvető mechanizmusokat is, amikkel valódi értéket teremthetsz a platformon.

Hogyan használd ezt a tudást a lehető legjobb eredmények érdekében?

Ebben az anyagban átfogó tudást találsz ahhoz, hogy sikeresen navigálj a LinkedIn világában - mivel a platform folyamatosan változik, érdemes a friss funkciókat, limiteket is időről időre ellenőrizni. A könyvet négy fő részre osztottuk:

Az első lépések

Ebben a részben megérted a platform működését, lehetőségeit és alapjait.

Személyes LinkedIn stratégiák

Ha profi személyes márkát építenél fel erős szakmai kapcsolatokkal, ahhoz itt találod az alapokat.

Üzleti jelenlét

Ebben a részben megmutatjuk, hogyan építhetsz ki hatékony céges jelenlétet, és hogyan építhetsz fel eredményes marketing kampányokat.

Mesterszint

Ha haladó takikákra és jövőbe mutató trendekre vagy kíváncsi, ezt a részt se hagyd ki!

Minden fejezet végén gyakorlati feladatokat találsz majd, amelyek segítségével azonnal alkalmazhatod az olvasottakat és gyakorlati tapasztalatokat szerezhetsz. Ne siess! Haladj a saját tempódban, és mindig próbáld ki a tanultakat is a gyakorlatban is!

GYAKORLATI FELADAT

Gondold át, mi a célod a LinkedIn használatával! Csak a profilod szeretnéd fejleszteni, vagy aktívan szeretnél posztolni is?

Írj le három konkrét dolgot, amit el szeretnél érni a LinkedInen a következő 3 hónapban.

Készíts egy rövid jegyzetet arról, miben érzed magad erősnek és miben gyengének a LinkedIn használatában.

Miért fontos számodra a LinkedIn?

1.1 A LinkedIn története és fejlődése (2003-tól napjainkig)

A LinkedIn ötlete egy kaliforniai nappaliban fogant meg, amikor 2002-ben Reid Hoffman és társai úgy döntöttek: létrehoznak egy olyan platformot, amely kifejezetten az üzleti kapcsolatokra fókuszál. Az oldal hivatalosan 2003 májusában indult, és szakmai körökben azonnal nagy figyelmet kapott. Kezdetben főként álláskeresési és munkaerő-toborzási célokra használták, de a fejlesztők és a felhasználók is gyorsan rájöttek, hogy egy ilyen platform valódi értéke a szakmai kapcsolatokban és a márkaépítésben rejlik.

A következő évtizedben a LinkedIn számos funkcióval bővült, majd amikor 2016-ban a Microsoft felvásárolta a platformot, a fejlesztések új erőre kaptak.

Valójában a ^[3] LinkedIn Learning (a LinkedIn online képzési központja) már a Microsoft-felvásárlás előtt, 2016 szeptemberében elindult (a 2015-ben megvásárolt Lynda.com képzési anyagaira építve), a ^[4] LinkedIn Ads hirdetési rendszer pedig még ennél is korábbi, gyakorlatilag a platform kezdeti éveire nyúlik vissza. A 2016 decemberében lezárult Microsoft-felvásárlás inkább az azt követő fejlesztési ütem felgyorsulásában hozott új erőt. Mára a platform hozza az egyéb közösségi média felületeken is ismert képes és videós formátumokat, sőt egyes formátumokban túl is szárnyalja társait, összetettebb tartalmak közzétételét téve lehetővé ezzel.

2025 végére a LinkedIn már közel 1,3 milliárd regisztrált taggal büszkélkedhet világszerte, és ez a szám folyamatosan nő (fontos különbséget tenni a regisztrált tagok száma és a ténylegesen aktív havi felhasználók száma



Köszönjük!

A tudásanyag többi részét megrendelés után tudod olvasni.

Vásárláshoz [kattints ide!](#)

(<https://www.online-marketing-akademia.hu/modul/>)

Üdvözlettel,

Forgács Mariann

az Online Marketing Akadémia Szakmai Vezetője