

3 סקילים

שיסדרו לכם את

הלינקדאין

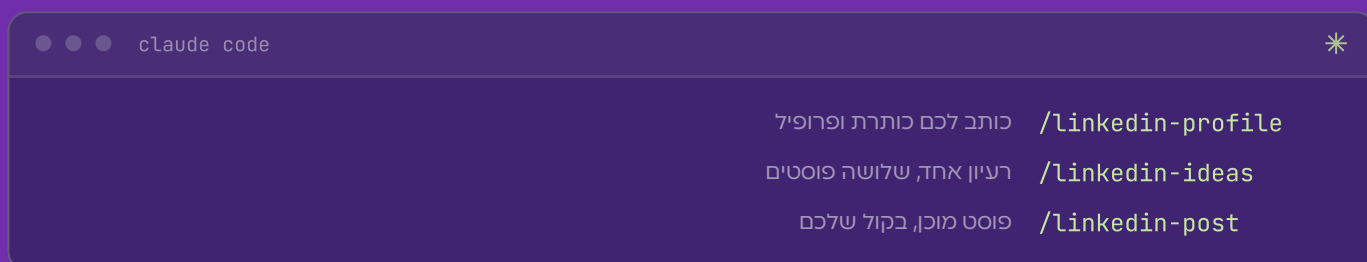
התובנות כבר אצלכם. מה שחסר זה המנגנון שמוציא אותן מהראש אל הפיד. שלושה סקילים של קלוד קוד: אחד מסדר את הפרופיל, אחד מוציא רעיונות, ואחד כותב את הפוסט בקול שלכם.

חינם · קוד פתוח · MIT

וכל צ'אט אחר

</> Codex

* Claude Code



למה לינקדאין לא עובדת לכם



זה כמעט אף פעם לא כי אתם לא מעניינים, ואף פעם לא כי 'לינקדאין לא עובדת בישראל'. יש לכם תובנות ששוות פוסט. מה שחסר זה המנגנון שיוציא אותן מהראש אל הפיד, ובדרך יש שלושה מקומות להיתקע בהם.

01 · הפרופיל

יושב שם מ-2021. About שנכתב בדקה, Headline שהוא רק תואר תפקיד, באנר של תמונת סטוק. לקוחות B2B מחפשים ספקים בלינקדאין כרגע, והם לא מוצאים אתכם, כי אין שם מה למצוא.

02 · הרעיונות

אתם פותחים את החלון 'שתפו מחשבה', בוהים בו דקה, וסוגרים. אז אתם מחכים שיצטברו כמה רעיונות טובים, והשבוע עובר בלי אף פוסט. ואז החודש.

03 · הכתיבה

ניסיתם AI. מה שיצא היה תקין ומשעמם, ומחקתם אותו, כי זה לא נשמע כמוכם. וצדקתם.

סקיל אחד לכל חור

[/linkedin-profile](#) כותב לכם את הפרופיל: [/linkedin-ideas](#) מוציא שלושה פוסטים מרעיון גולמי אחד. [/linkedin-post](#) כותב את הפוסט עצמו, בקול שלכם, ואיך הוא יודע איך אתם נשמעים זה החלק המעניין (עמוד 06).

45-50

תווים. זה מה שנראה מה-Headline

3

פוסטים מרעיון גולמי אחד

2

שורות התקנה, ואתם בפנים

התקנה. שתי שורות.



שלושת הסקילים יושבים ב-GitHub תחת רישיון MIT. פותחים טרמינל ומדביקים:

```
git clone https://github.com/octaloom-bit/linkedin-skills.git
cp -r linkedin-skills/skills/* ~/.claude/skills/
```

מפעילים מחדש את Claude Code. עכשיו שלוש הפקודות זמינות:

```
/linkedin-profile # כותב לכם כותרת ופרופיל
/linkedin-ideas # רעיון אחד, שלושה פוסטים
/linkedin-post # פוסט מוכן, בקול שלכם
```

עובדים ב-Codex? או אתם בצ'אט?

סקיל הוא קובץ טקסט, ולכן הוא לא נעול ל-Claude Code. נכנסים לריפו ב-GitHub, פותחים את SKILL.md של הסקיל שרוצים, מעתיקים את כל התוכן, ומדביקים אותו בתחילת שיחה חדשה ב-Codex, ב-ChatGPT, או בכל כלי אחר. משם ממשיכים כרגיל. ההבדל היחיד: אין לכם קיצור /, אז פשוט כותבים מה אתם רוצים.

רגע, מה זה בכלל 'סקיל'?



סקיל הוא קובץ טקסט עם הוראות. זה הכל. אין בו קוד שרץ ואין בו מודל. כשאתם מריצים `/linkedin-post`, קלוד קורא את הקובץ הזה ומתחיל לעבוד לפיו.

היתרון: אתם יכולים לפתוח כל אחד משלושת הקבצים, לקרוא בדיוק מה הוא מורה לעשות, ולשנות שורה שלא מוצאת חן בעיניכם. זה לא ארגז שחור, ובשביל זה זה בקוד פתוח.

אם משהו לא עובד

הסקיל לא מופיע? ודאו שהתיקייה יושבת ב-`~/.claude/skills/linkedin-post/` ושיש בתוכה SKILL.md, ואז הפעילו מחדש את Claude Code. עדיין תקוע? כתבו לי למייל שבעמוד האחרון, אני עונה.

הפרופיל שאף לקוח לא מצא

/linkedin-profile



הפרופיל שלכם = דף הנחיתה שלכם

כל כלי אודיט בשוק אומר לכם שה-Headline חלש. אף אחד מהם לא כותב לכם את הטוב יותר. זה כל ההבדל כאן: מקבלים טקסט להעתקה.

HEADLINE · שלוש אפשרויות

כל אחת בנוסחה אחרת: Objection, Positioning, Offer. הכותרת יכולה להיות ארוכה, אבל רק 50-45 התווים הראשונים נראים במובייל, בחיפוש, וליד כל תגובה שאתם משאירים. לכן מה שהכי חשוב חייב לנחות שם, ולא בתו ה-120.

ABOUT · טקסט מלא

בנוי בחמישה מהלכים: הבעיה של הקורא ← מה זה עולה לו ← איך זה נראה כשזה פתור ← למה אתם לא הימור ← צעד אחד הבא. שימו לב שזה נפתח על הקורא, ולא על קורות החיים שלכם. אף אחד לא קורא היסטוריה תעסוקתית של זר כדי להחליט אם לשכור אותו.

באנר + FEATURED

ברף לבאנר במילים, כדי שתוכלו למסור למעצב או לבנות לבד. ושלושה פריטים להצמדה, ממופים לפי איפה הקורא נמצא: משהו שעוזר לזר, משהו שמוכיח שזה עובד, ומשהו שמסביר איך עובדים יחד.

מה הוא ישאל אתכם קודם

ארבע שאלות, והקשה מכולן היא הרביעית: למה אתם ולא עשרה אחרים שאומרים בדיוק אותו דבר. אם התשובה גנרית, הפרופיל יהיה גנרי. זה השלב לעצור ולחשוב, ולא למהר.

איפה נופל החיתוך



הסקיל מראה לכם, לכל אפשרות, איפה המובייל חותך. ככה אתם רואים בדיוק מה זר קורא לפני שהוא מחליט אם ללחוץ.

מה שרוב האנשים יראו

Think LinkedIn doesn't sell? I fix that. | B2B founders

^ החיתוך

והנה כותרת שקוברת את הפואנטה

VP Marketing | Growth | SaaS | Speaker | Mentor | ...

^ החיתוך

השורה התחתונה

הכותרת השנייה לא ארוכה מדי. היא פשוט שמה את הדבר היחיד שמעניין אחרי הנקודה שבה איש כבר לא קורא.

'אין לי על מה לכתוב'

/linkedin-ideas



התובנות שלכם = זהב

תמיד יש מה לשתף. אולי על הפעם ההיא שלקוח ביטל, ויכוח שחוזר על עצמו בקרב הצוות, טעות שעלתה לכם ביוקר. הסקיל הזה מראיין אתכם על הרעיון הגולמי ומוציא ממנו שלושה פוסטים שונים לגמרי.

שלושה פוסטים, ולא שלוש גרסאות של אותו טקסט. שלושה שטוענים טענות שונות ומושכים קוראים שונים.

01 · סקרנות

עוצר את הגלילה בכך שהוא סותר משהו שהקורא מאמין בו. נבנה מהאמת הלא נוחה שלכם, זו שהייתה מביכה להגיד בכנס.

02 · סמכות

מלמד את השיטה. נבנה מהפירוק לשלושה שלבים, עם שם. תובנה בלי שם היא אנקדוטה. תובנה עם שם היא מסגרת שאנשים מצטיינים בחזרה.

03 · פגיעות

הסיפור האישי. נבנה ממה שזה עלה לכם באמת: כסף, זמן, מערכת יחסים, או הנחה שהייתם צריכים לזרוק.

הוא לא כותב לפני שהוא מראיין

הוא ישאל אתכם שלוש שאלות: מה האמת המכוערת כאן, אפשר לפרק את הפתרון לשלושה שלבים, ומה זה עלה לכם. כל שאלה מזינה פוסט אחר. אם אין לכם תשובה לאחת מהן, הוא יגיד לכם שהפוסט הזה ייצא חלש.

הפוסט שכתבתם ואז מחקתם

/linkedin-post



הוא לא מנחש איך אתם נשמעים. הוא מודד

כשאתם מבקשים ממודל 'טון ישיר ומדובר', אתם נותנים לו מטרה רחבה מאוד. מאות אלפי טקסטים עונים להגדרה, אז הוא נוחת במרכז הסטטיסטי של כל מה שקרא. המרכז הזה הוא קול ה-AI.

הסקיל מבקש 5 פוסטים או יותר שכתבתם בעצמכם (ישנים זה בסדר, כאלה שנפלו זה אפילו טוב), ומודד אותם. זה נקרא סטיילומטריה: ניתוח כמותי של סגנון כתיבה, שפותח כדי לזהות מי כתב טקסט לפי מאפיינים שכותב לא שולט בהם במודע.

נבנה מ-7 פוסטים שלכם

```
sentence length    mean 12.4, sd 8.1
commas /100w       2.1
never uses          ; ! -
pronouns            I 71%   you 24%
english in he       reach, hook, B2B
```

אף פעם לא
- פותחת בשאלה
- CTA-סוגרת ב

כל ההבדל בשורה אחת

למספר אפשר לקלוע או לפספס, ואפשר לבדוק את עצמכם מולו. ל'טון ישיר' אי אפשר. שימו לב דווקא לסטיית התקן: היא אומרת שאתם כותבים גם משפטים של שלוש מילים וגם של שלושים. מודל, לבד, משטח את זה לאורך אחיד, וזה מה שמסגיר אותו.

הוא מראה לכם את הפרופיל ושואל אם זה נשמע כמוכם, לפני שהוא כותב מילה. משם: רעיון נכנס, ויוצאות שתי גרסאות מלאות עם הוקים שונים. אתם בוחרים.

את הטריק הזה למדתי מארז טל שיר · [linkedin.com/in/erez-tal-shir](https://www.linkedin.com/in/erez-tal-shir)

אותו רעיון, שתי כתיבות



הרעיון הגולמי: לקוח גדול עזב, והצוות הפסיק להישחק. שני הפוסטים למטה נכתבו ממנו. הקו המקווקו הוא הנקודה שבה לינקדאין חותך ל'ראה עוד', וזה כל מה שרוב האנשים יקראו. שם ההבדל נקבע.

לפני • 'טון ישיר'

אתם
מנכ"ל | יום | מנטור

לאחרונה קיבלתי החלטה עסקית מאתגרת.

בעולם העסקי של היום, חשוב לדעת לזהות מתי

...ראה עוד

מערכת יחסים עסקית כבר לא משרתת את הצמיחה שלנו.

למדתי שלושה דברים מרכזיים:

- חשיבות הגבולות
- ערך הצוות
- כוחה של החלטה

מה דעתכם?

4 • אין תגובות

אחרי • עם פרופיל

אתם
הכותרת שהסקיל כתב לכם

פיטרתי השבוע את הלקוח הכי גדול שלנו.

כולם אמרו לי שאני משוגעת.

...ראה עוד

הוא היה 40% מההכנסות. אבל הוא לקח 90% מהאנרגיה.

הצוות שלי היה שחוק. לקוחות אחרים התחילו לשלם את המחיר.

צמיחה היא גם לדעת מאיזה כסף להתרחק.

מי הלקוח שהייתם צריכים לפטר לפני שנה?

128 • 41 תגובות

מה בעצם קרה כאן

הגרסה מימין לא 'כתובה יותר טוב'. היא כתובה **יותר צר**. שתי השורות שמעל הקו מודות במשהו שמסוכן להגיד, ויש בהן מספר קונקרטי שאתם נתתם. כל אילוץ כזה הגיע מהמדידה, ולא מבקשה מנומסת בפרומפט.

חמישה סימנים שפוסט נכתב במודל

כל אלה מופיעים בגרסה שמשמאל. אלה ברירות המחדל של המודל, והפרופיל הסטילומטרי חוסם אותן, כי הוא יודע שאתם לא עושים את זה.

- ✗ משפטים באורך אחיד, אחד אחרי השני, בלי קצב
- ✗ רשימות של שלושה בכל פסקה ('מהיר, פשוט, אלגנטי')
- ✗ 'בעולם העסקי של היום', 'חשוב לציין', 'יתרה מזאת'
- ✗ אפס מספרים, אפס שמות, אפס תאריכים. הכל כללי
- ✗ סגירה ב'מה דעתכם?'

לפני שאתם סוגרים את הקובץ



- ✓ הריצו `/linkedin-profile` וסדרו את הפרופיל. זה הדבר היחיד שעובד גם כשאתם ישנים.
- ✓ קחו רעיון גולמי אחד מהשבוע שעבר והריצו עליו `/linkedin-ideas`.
- ✓ הריצו `/linkedin-post` והדביקו 5 פוסטים אמיתיים שלכם. זה החלק שאי אפשר לדלג עליו.
- ✓ פרסמו את הפוסט הראשון גם אם הוא לא מושלם. פוסט שלא פורסם הוא פוסט שלא קיים.

הדבר היחיד שאני מבקשת שתזכרו

הסקילים לא יהפכו אתכם לכותבים. הם מסירים את החלק שגורם לכם לוותר: הדף הריק, והטיוטה שיוצאת גנרית ואתם מוחקים אותה. את מה שיש לכם להגיד עדיין אתם מביאים.

הקוד פתוח. תעשו איתו מה שבא לכם.

רישיון MIT. אפשר לשנות, לשבור, ולבנות מזה משהו אחר.

github.com/octaloom-bit/linkedin-skills

חניתה יודובסקי

בונה מערכי שיווק B2B בלינקדאין, עם סוכני AI שאני כותבת בעצמי.



אתר

octaloom.com

מייל

Hanita@octaloom.com

לינקדאין

linkedin.com/in/hanita-yudovski

עוד כלים

octagoodies.com



Octaloom