

Få Claude til at skrive i din "stemme"

Sådan bygger du en LinkedIn voice skill på Claude. På gratis-planen. Fra dine egne opslag.



CLAUDE FOR MARKETING & KOMMUNIKATION · EKSKLUSIV GUIDE · JUNI 2026

Stefano Vincenti er AI-træner, konsulent og ekstern lektor ved ITU og DIS. Han hjælper nordiske teams fra AI-nysgerrighed til konkret implementering.

Følg på LinkedIn

Tilmeld nyhedsbrevet

linkedin.com/in/stefanovincenti · stefanovincenti.substack.com · aitrainer.dk

■ 1. INTRO: DEN SAMME STEMME PÅ LINKEDIN

I sidste uge var jeg oplægsholder foran en fyldt sal i København til endnu en "Claude Meetup", denne gang med fokus på Marketing & Kommunikation.

Mit oplæg startede med at forklare hvor træet jeg var af at læse og høre "den samme stemme" på LinkedIn. Det er øjensynligt at de fleste på LinkedIn bruger en AI, "ud af boksen", som tekstforfatter, og så copy/paster de indholdet direkte ind i en post.

Problemet er at de fleste LinkedIn posts lyder fuldstændig ens, flade, generiske, uden sjæl, med en masse "ikke ditten, men datten" formuleringer og "em-dashes" (de der lange streger som de fleste af os ikke bruger normalt) og emojis over det hele. AAARGH!

Hvad kan man gøre her, hvis du ikke er forfatter, ikke er vant til at skrive, men du vil få DIN STEMME frem på LinkedIn? Læs videre. Det er emnet for denne guide.

Min PowerPoint-præsentation var meget kort, mens min demo var lang og fyldig, og tæt på at gå galt. Fordi jeg insisterede at bruge Claude i gratis version, med ganske få "kreditter", for at bevise at du ikke behøver bruge penge for at få det!

PRÆMISSEN

Du og din stemme er bare en tekstfil. Giv mig et par minutter, så beviser jeg det. Og når jeg er færdig, vil du gerne være en.

Folk grinede. Så byggede vi det live. På et helt gratis Claude.ai-abonnement. Foran øjnene af dem. Her er hele opskriften, så du kan gøre det samme. Fra A til Z, uden at du skal hente noget andet sted.

■ 2. HVORFOR DET ER VÆRD AT BRUGE EN TIME PÅ LIGE NU

Udover det med at få AI'en til at drafte indholdet med din stemme, er det værd at nævne at du kommer ingen vegne på LinkedIn medmindre du også taler til deres algoritmer.

Lyder banalt, men selv folk med titusindvis af følgere opnår ingen udbredelse hvis de ikke respekterer algoritmernes regler.

Den 20. maj 2026 meldte LinkedIn officielt ud: opslag der "ser ud til at være genereret af AI og mangler et klart perspektiv" får begrænset rækkevidde. Citatet der bærer det hele, fra Laura Lorenzetti, LinkedIns VP of Global Editorial:

It's ok to use AI to help you write, but your posts and comments need to represent your voice and your perspectives. The ultimate value comes from the human behind the tool.

Læs det præcist. AI-hjælp er eksplicit i orden. Det der bliver straffet, er det polerede og generiske. Det der kunne være skrevet af hvem som helst.

Så spørgsmålet er ikke om du må bruge AI, men mere om det stadig lyder som dig.

Det er præcis det en voice skill løser. Når det er sagt, er det ingen opfordring til at kopi/paste alting direkte! Din rigtige stemme, stil, smag er hos dig, så husk ALTID at revidere det du får fra maskinen, tage ejerskab og lave det om, så det bliver 100% dig.

■ 3. EN VOICE SKILL ER ÉN TEKSTFIL

Inde i den står reglerne for hvordan du skriver. Hvordan du åbner et opslag. Hvordan du lukker. Din rytme. De ord du gentager. Og lige så vigtigt: de fraser du aldrig ville skrive.

Du bygger den én gang. Bagefter henter Claude den frem hver gang du beder om et LinkedIn-opslag, og skriver i din stemme fra første sætning.

Filen er din. Du kan tage de samme regler med over i ChatGPT eller Gemini. Det er et aktiv du ejer, ikke noget der er låst inde i ét værktøj.

■ 4. BYG INSTRUMENTET. SPIL PÅ DET. HOLD DET STEMT.

Byg

En voice skill destilleret fra tre ting: dine egne tidligere opslag (eller i hvert fald noget du selv har skrevet!), en kort brand-fil, og LinkedIn 2026-spilleregler.

Bevis

Kør den samme prompt to gange. Én gang uden din skill. Én gang med. Den ene version kunne være hvem som helst. Den anden kunne kun være dig.

Hold

En voice-fil er et levende dokument. Én gang om måneden fodrer du Claude med dine nyeste gode opslag og tjekker om LinkedIns algoritme har flyttet sig. Husk det, LinkedIn-verden står ikke stille.

■ 5. SÅDAN BYGGER DU DEN, TRIN FOR TRIN

Trin 1. Få en gratis Claude-konto

Gå på claude.ai og opret dig. Gratis-planen klarer det her fint, med Sonnet. Du behøver ikke betale for at komme i gang.

Trin 2. Hav dine tre input klar

A) 8 til 10 af dine egne, rigtige LinkedIn-opslag, eller noget du har skrevet tidligere på SOME. Det er fundamentet, din stemmes "ground truth". Brug dine EGNE opslag, ikke eksempler du har fundet et sted.

SÅDAN HENTER DU DINE EGNE OPSLAG

Du behøver ikke et eksport-værktøj. LinkedIn giver dig hele din historik direkte:

1. Gå til Indstillinger og privatliv, og vælg Datatilgang (Settings & Privacy, Data privacy).
2. Klik Få en kopi af dine data (Get a copy of your data).
3. Vælg muligheden hvor du selv plukker enkelte filer ud i stedet for hele arkivet, og sæt flueben ved dine opslag (Posts / Shares).
4. Bestil filen. Den udvalgte data er som regel klar inden for ti minutter, og du får besked når den kan hentes (hele arkivet kan tage op til et døgn).
5. Åbn Shares.csv. Din opslagstekst står i kolonnen ShareCommentary. Kopiér 8 til 10 af dine bedste derfra.

Skriver du mest et andet sted end LinkedIn, så brug det. Otte ting du selv har skrevet er nok. Det vigtige er at det er DIG, ikke hvor det kommer fra.

B) En kort brand-fil. Hvem er du, hvad står du for, hvad undgår du. Din smag, præferencer, nørdede interesser og din personlighed. Skabelon længere nede.

C) LinkedIns 2026-guidelines. Algoritme-laget plus kvalitets-laget. Også længere nede.

Trin 3. Indsæt prompten

Åbn en helt almindelig Claude-chat. Indsæt prompten herunder. Lige under den indsætter du dine tre input (A, B og C). Claude returnerer en færdig SKILL.md.

Prompten er på engelsk med vilje (du bruger nemlig mindre kreditter på engelsk end på dansk). Den virker uændret i ChatGPT og Gemini, så du kan genbruge den på tværs af værktøjer.

You are going to build me a reusable "voice skill": a SKILL.md file that makes you write LinkedIn post drafts that sound like me and follow LinkedIn's 2026 rules.

I will paste three things below:

- A) 8-10 of my real LinkedIn posts (this is the ground truth for my voice)
- B) a short brand-voice summary (who I am, my taste, what I avoid)
- C) LinkedIn's 2026 content guidelines (the algorithm + quality layer)

Build the skill like this:

1. From my real posts (A), reverse-engineer my actual voice. For every rule you state, quote a short piece of evidence from one of my posts. No rule without a receipt. Cover: how I open posts, how I close them, sentence rhythm and length, punctuation, habits, formatting (line breaks, lists), words and moves I repeat, and my signature tells.
2. Build a NEVER list and an ALWAYS list. Spend more effort on NEVER. Preventing wrong-sounding phrases matters more than requesting right-sounding ones.
3. Fold in the brand voice (B): my pillars and what I stand for / avoid. Stay in my lane.
4. Fold in the LinkedIn layer (C): length 1,300-1,900 chars, a hook in the first 140 chars, a save-trigger, a substantive closing question, links in the first comment, and the rule that the central insight must be mine, not generic AI filler.
5. Keep it under ~400 lines. Max 12-15 voice rules plus 2-3 of my real posts as golden examples. A profile with 40 rules produces stilted output; let the examples carry the rest.
6. Output ONLY a complete SKILL.md, starting with YAML frontmatter (name + description), ready for me to save and upload to Claude skills. The description must say what it does AND when to use it (so Claude triggers it on "write a LinkedIn post").

Then, separately, list any weaknesses you noticed in my writing (repetitive hooks, overused phrases). I want a mirror, not a compliment.

[Indsæt A, B og C herunder.]

Trin 4. Gem den som en skill

Claude giver dig en SKILL.md-fil. Gem den. På gratis-planen lægger du den ind under Customize og Skills (eller pakker den som en zip og uploader). Slå den til. Færdig.

Næste gang du skriver "skriv et LinkedIn-opslag om X", fanger Claude den selv og skriver i din stemme.

■ 6. TO SKABELONER DU KAN KOPIERE

Brand-filen (input B)

Hold den kort. Det her er nok. Udfyld kantede klammer med dit eget:

```
## Hvem skriver
[Dit navn]. [En linje: hvem du er.]
[Roller, virksomheder, hvor du arbejder. År i faget. Erfaringer. Nørderier. Hobbies.]

## Stemme-kendetegn
[3-5 ord-par der beskriver din tone. Fx: professionel men tilgængelig.]
```

Evidensbaseret og præcis. Praktisk og implementerings-fokuseret.]

Indholds-søjler (bliv i dem)

[2-3 emner du holder fast i ~90 dage, så algoritmen kan kategorisere din niche.]

Hvad du står for / hvad du undgår

Står for: [evidens over hype, praktisk implementering, ...]

Undgår: [AI-hype uden substans, quick fixes, teori uden praksis, ...]

Signatur

[Din tilbagevendende sætning eller vinkel. Det de husker dig på.]

Sådan ser en udfyldt ud (fiktiv person, så du kan se formen):

Hvem skriver

Maria Lund. Marketingchef i en dansk B2B-softwarevirksomhed. Tidligere journalist.

15 år i marketing, de sidste fem med content og efterspørgselsgenerering. Løbecykel-nørd.

Stemme-kendetegn

Direkte og konkret. Lidt tør humor. Skriver som hun taler. Tal og eksempler frem for buzzwords.

Indholds-søjler

B2B-content der faktisk konverterer. Marketing og salg der arbejder sammen.

Hverdagen som leder i et lille team.

Hvad du står for / hvad du undgår

Står for: data frem for mavefornemmelse, ærlighed om hvad der ikke virker, små teams der rammer over deres vægt.

Undgår: vækst-hacks uden substans, thought leadership uden pointe, jargon.

Signatur

"Vis tallene." Deler gerne kampagner der floppede, og hvad de lærte.

LinkedIn-guiden (input C)

Det er to lag. Hvad LinkedIn officielt vil have, og hvad praktikere måler som "godt". De officielle regler er autoritative. Tallene er estimater fra praktikere og leverandører, og skal læses som sådan.

Det officielle (maj 2026): AI-hjælp er fint. Det der får begrænset rækkevidde, er indhold der er poleret men generisk, automatiseret i stor skala, og uden et menneskeligt synspunkt. LinkedIn siger deres systemer "detect signals of content that lacks perspective, context or expertise, even if it appears polished". Engagement-pods og kunstigt oppustet rækkevidde er eksplicit forbudt.

Det praktikerne måler (estimer): Gem er det stærkeste signal, omkring 5 gange et like. Meningsfulde kommentarer på 15+ ord tæller cirka 2,5 gange mere end "Godt opslag!". Dwell time er den tavse multiplikator. Længde 1.300 til 1.900 tegn rammer plet. Hook i de første 140 tegn. Links i første kommentar, ikke i selve opslaget.

DEN ENE REGEL DER BETYDER NOGET

Find én ting DU specifikt ved fra egen erfaring, som ikke findes nogen andre steder i den form, og byg opslaget op om den. AI hjælper med bindevævet. Den leverer ikke selve pointen.

Kilderne bag: LinkedIn's udmelding fra Laura Lorenzetti, "Keeping Conversations Real on LinkedIn" (20. maj 2026), LinkedIn's Professional Community Policies, og deres tekniske beskrivelse af det nye feed-ranking-system (12. marts 2026). De officielle regler er autoritative. Tallene er praktiker-estimer (bl.a. Richard van der Bloms årlige algoritme-analyse og AuthoredUp- og Buffer-datasæt) og er pejlemærker, ikke garantier.

■ 7. BEVISET: SAMME PROMPT, TO STEMME

Her er et eksempel på testprompten: "Skriv et LinkedIn-opslag om hvorfor de fleste Copilot-udrulninger går i stå." Sådan lyder de to (forkortet):

UDEN SKILL

Kunstig intelligens forandrer den måde, vi arbejder på. Microsoft Copilot er et stærkt værktøj, der kan frigøre tid og øge produktiviteten. Men mange organisationer oplever, at deres Copilot-udrulning går i stå. Hvorfor? Ofte handler det om manglende træning, uklare use cases og for lidt ledelsesopbakning. Nøglen til succes er en klar strategi, god onboarding og en stærk forandringskultur. Er din organisation klar til at få det fulde udbytte af AI? Del dine tanker i kommentarerne!

MED SKILL (DIN STEMME)

Du har købt Copilot-licenser. De fleste af dine folk rører dem ikke.

Hver gang den samme historie. IT er klar. Sikkerheden er på plads. Træningen er booket. Og alligevel sker alt i hånden, som det altid har gjort.

Den egentlige årsag er identitet. "Hvis Copilot skriver mit udkast, er det så stadig MIT arbejde?"

De ledere der vinder lige nu, gør tre ting. De bruger det selv, synligt, også når det er klodset. De belønner den tid folk sparer. Og de skifter sproget fra "AI tager dit job" til "AI tager den del af dit job du hader".

Hvad er den største barriere du ser lige nu?

Uden skill: glat, selvsikkert, kunne være skrevet af enhver LinkedIn-coach. Der er ikke noget galt med det. Der er bare ikke noget MENNESKE i det.

Med skill: korte linjer, konkrete påstande, en rigtig holdning. Og de fraser du aldrig ville skrive, er simpelthen væk.

■ 8. DEN VIGTIGSTE REGEL: ALDRIG COPY-PASTE

Sådan ser flowet ud, hver gang du poster:

1. **Din idé.** Et menneske med en intention og en vinkel. Ofte tændt af noget du har læst i en bog, et nyhedsbrev eller skabt fra dine "ai-nyhedsagenter".
2. **Claude skriver et udkast.** Din voice skill gør idéen til et udkast der allerede lyder som dig.
3. **Gør det til dit.** Læs det. Ret det. Tilføj dit eget perspektiv. Det her trin er ikke til forhandling.

Trin 1 og 2 sparer dig tid. Trin 3 er det der gør det helt og holdent til dit.

Hvis du copy-paster udkastet direkte, har du bygget en maskine der lyder som dig uden at være dig. Det er præcis det LinkedIn straffer. Og det er præcis det dine læsere kan mærke.

■ 9. HOLD FILEN STEM T

Månedlig opdatering: Én gang om måneden, giv Claude dine nyeste opslag og lad den opdatere reglerne. Tjek samtidig om LinkedIn's algoritme har ændret sig.

Hold den slank: Omkring 15 regler plus to-tre af dine bedste rigtige opslag som ankre. En profil med 40 regler producerer stivnet output. Lad eksemplerne bære resten.

Test før du stoler på den: Efter enhver ændring, kørs en kendt prompt igen og læs højt. Lyder det stadig som dig?

■ 10. FØR 2. AUGUST: AI-MÆRKNING OG ANSVAR

Fra den 2. august 2026 gælder transparens-forpligtelserne i AI Act, artikel 50.

Kort version: detektion er ikke nok. Du kan ikke regne med at hverken mennesker eller AI-detektorer kan afgøre om noget er AI-genereret. Retningen er åbenhed og redaktionelt ansvar.

For tekst kræves der ikke mærkning, hvis der har været reel menneskelig gennemgang, og du står bagved den. Det er her trin 3 betaler sig hjem igen.

En voice skill må gerne skrive udkastet. Du gennemgår det, tilføjer dit perspektiv, og står bagved det. Grænsen er ikke om "AI rørte ved det". Grænsen er om du har læst det, og tager ansvar for det.

Hvis AI-genereret tekst går ud om et emne af offentlig interesse uden din reelle gennemgang, så oplys det. Med andre ord: poster en automatisk "workflow" AI-genereret tekst for dig om et emne af offentlig interesse, uden at du har læst og redigeret den, så skal den have et "AI-mærkat".

EU's Code of Practice om transparens i AI-genereret indhold ledes af professor Anja Bechmann fra Aarhus Universitet. Værd at holde øje med.

■ 11. HVOR DU STARTER I AFTEN

Åbn claude.ai. Find otte af dine egne opslag. Indsæt prompten. Byg din fil.

Det tager mindre end en time. Og når du er færdig, har du noget de fleste på LinkedIn ikke har: et værktøj der skriver som dig, og kun dig.

BUNDLINJEN

Du er bare en tekstfil. Og måske har du lige lært noget, de fleste ikke aner findes.

Stefano Vincenti

AI-træner, konsulent og ekstern lektor · 20+ år i software og digital transformation · Co-founder af BotTellMe · Ekstern lektor ved ITU og DIS Copenhagen · Partner hos TryZone.

LinkedIn

linkedin.com/in/stefanovincenti

Nyhedsbrev

stefanovincenti.substack.com

Mere

aitrainer.dk · tryzone.dk ·
bottellme.com

Guiden er et fagligt øjebliksbillede pr. juni 2026 fra Stefano Vincenti og udgør hverken juridisk rådgivning eller en compliance-vurdering. LinkedIns regler og detaljerne i EU AI Act kan ændre sig hurtigt; verificér de aktuelle forhold før du handler. Tal og estimer er praktiker-pejlemærker, ikke garantier. Brug af tredjeparts-software sker på eget ansvar.