

De belangrijkste onderdelen van je LinkedIn profiel

Voor je begint	<p>Denk na over het doel wat je met je LinkedIn profiel zou willen bereiken. Wil je werk vinden? > Welke vaardigheden zijn daarbij belangrijk om in beeld te brengen? Waar zijn werkgevers naar op zoek? Of: wil je klanten / lezers bereiken? > Waar zijn die naar op zoek? Waar zijn ze nieuwsgierig naar, waar houden ze van?</p> <p>Ieder onderdeel van je profiel geef je vorm met je doel in gedachten. Bij vorige functies beschrijf je bijvoorbeeld wat je daar deed, en daarbij noem je vooral de dingen die relevant zijn in verband met je doel.</p>
Wat wel / niet?	<p>Bedenk bij het bepalen wat je wel en niet vermeldt 1) of het relevant is, 2) of je er trots op bent en 3) of je de eventuele vragen die het oproept kunt beantwoorden. Is het antwoord nee? Dan niet plaatsen.</p>
1. Naam	<p>Je echte naam, geen bijnaam. Geen telefoonnummer erachter.</p>
2. Professionele Kopregel	<p>De kopregel (headline) wordt altijd getoond onder je naam (dus ook wanneer je een update plaatst of op iemand anders reageert) en is dus belangrijk.</p> <p>LinkedIn gebruikt automatisch de functietitel van je meest recente werkgever, maar je kunt die kopregel zelf aanpassen. Je hebt 220 tekens de ruimte.</p> <p>Een sterke kopregel maakt duidelijk wat je doet én waarin je onderscheidend bent van je vakgenoten (je verkoopargument). Je doet een belofte. Wat is het resultaat voor de klant als die jouw product koopt? Wat krijgt de lezer als die jouw boek leest?</p> <p>Je mag van LinkedIn ook hier geen telefoonnummer of mailadres plaatsen.</p>
3. Foto	<p>Gebruik een professionele, zakelijke portretfoto.</p> <ul style="list-style-type: none">• Maak oogcontact met de kijker• Als je je hoofd op de foto schuin houdt: kantel hem op LI een beetje zodat je hoofd recht staat. Schuin plaatst je in een lagere positie.• Goed inzoomen. Niet te veel lege ruimte boven je hoofd. Stukje van je kruin afsnijden is niet erg. <p>Tip: gebruik overal op internet dezelfde profielfoto om je herkenbaarheid te vergroten. Voor auteurs is de auteursfoto die ook op je boekcover staat een goede keuze (of een andere uit dezelfde fotosessie).</p>
4. Contactgegevens	<p>Dit is een uitklapmenu dat vaak wordt geraadpleegd. Houd deze dus goed bij! Vermeld in ieder geval je mailadres en een telefoonnummer.</p>

5. Info	<p>Het blokje Info wordt ook wel samenvatting / summary genoemd. Hier plaats je een persoonlijke, enthousiaste tekst die duidelijk maakt waar je goed in bent. Dit is de plek waar je aan je doel kunt werken, en waar je hardop kunt zeggen wat je wilt. Zoek je een baan of een specifiek soort klanten of gelegenheden om te spreken? Wat doe je, welk probleem los je op voor je klant, wat motiveert jou? Oftewel je elevator pitch / straalverhaal. De ik-vorm is OK. Durf persoonlijk te zijn. Gebruik actieve formuleringen.</p> <p>NB: Linkjes in deze tekst worden op smartphones aanklikbaar weergegeven, op computers niet.</p> <p>Werknemers kunnen de summary als volgt opbouwen: Alinea 1: Wat doet het bedrijf waarvoor je werkt; Alinea 2: Wat doe jij bij dit bedrijf; Alinea 3: Wat doe je verder nog, naast dit werk.</p> <p>Suggestie voor auteurs: Alinea 1: Over je auteurschap: hoe veel boeken heb je geschreven, sinds wanneer schrijf je, wat zijn de centrale thema's, voor wie schrijf je Alinea 2: Beschrijving van je meest recente boek, overzicht van je eventuele andere boeken, korte beschrijvingen van die boeken Alinea 3: Wat doe je verder nog, naast je auteurschap. Mag best persoonlijk zijn: hobby's, interesses. Laatste alinea: Op welke plekken en in welke vormen je boek verkrijgbaar is.</p> <p>Als je een eigen bedrijf hebt: Begin met de problemen die je met je werk oplost, en voor welke specifieke soorten klanten je werkt. Beschrijf ook hoe het komt dat je hier verstand van hebt. Waarom doe je wat je doet? Tot slot: Wat doe je verder nog, naast je auteurschap. Mag best persoonlijk zijn: hobby's, interesses.</p>
Headerfoto	<p>Maak een header die het verhaal óók vertelt, en dan vooral wat het resultaat is van jouw werk (je belofte). Maak op een andere plek (zoals Canva, Photoshop of PowerPoint) een opmaak van foto met tekst.</p>
Bedrijfspagina	<p>Voor ondernemers: maak een bedrijfspagina aan.</p> <p>[Klik in de Home rechtsonder op Bedrijfsservices – Bedrijfspagina maken]</p> <p>Vul alle onderdelen in, upload tenminste je logo, en sla de pagina op. Ga daarna terug naar je profiel, bewerk je huidige functie (bij je eigen bedrijf) en verwijder de bedrijfsnaam. Wanneer je de bedrijfsnaam meteen daarna opnieuw invoert, zie je dat LinkedIn jouw bedrijf voorstelt. Klik daarop. Nu wordt het logo naast de functie vertoond. Dat staat professioneel en het brengt je bedrijf extra in beeld.</p>