

Praktische tips voor een goed profiel op

door Carlijn Oudelaar en Karlijn Spoor

VOORDAT JE AAN DE SLAG GAAT

Bedenk: wat is het doel van je LinkedIn profiel?

Waarmee kan jij de bezoeker van jouw profiel helpen? Of, waarmee hoop je dat ze jou kunnen helpen? Het doel van je LinkedIn profiel zal doorgaans bestaan uit één of meerdere van de volgende onderdelen:

- Persoonlijke profilering
- Netwerken
- Informatie vinden
- Informatie delen

Wat is de bijbehorende doelgroep?

Voor wie schrijf je je profiel? Als dit voor meerdere doelgroepen is: wat is dan de primaire doelgroep?

Voorbeelden:

Doel: Je wilt een positief beeld van jezelf neerzetten als professional (Persoonlijke profilering)
Doelgroep: iedereen die jouw profiel 'toevallig' tegenkomt op LinkedIn én iedereen die jou bewust zoekt op Google: van journalisten tot (directe) collega's tot vrienden van vroeger.

Doel: Actief benaderd worden als specialist in jouw vakgebied, benaderd worden wanneer er ontwikkelingen in jouw vakgebied zijn. (Persoonlijke profilering, netwerken en informatie delen)
Doelgroep: vakgenoten in binnen- en buitenland en wetenschapsjournalisten

Doel: Benaderd worden voor nieuwe mogelijkheden op de arbeidsmarkt
Doelgroep: Je netwerk, werkgevers die actief in LinkedIn zoeken naar geschikte kandidaten.

Ga je je profiel aanpassen? Zorg dat je contacten niet van elke wijziging een melding krijgen.

Ga naar:

- Privacy en Instellingen (te vinden onder je profielfoto rechtsbovenin)
- Uw activiteitsmeldingen in/uitschakelen (te vinden onder 'privacy controls')

Pas je profiel aan

1. Verkorte URL

Wil je je profiel delen met anderen? Dan is het handig om de URL van je openbare profiel in te korten:

1. Ga naar je eigen profiel.
2. Klik op de knop 'Bewerken'
3. Onder je profielfoto, naast de link naar je openbare profiel, komt nu in kleine, blauwe letters 'bewerken' te staan. Klik hierop.
4. Je wordt doorgestuurd naar je openbare profiel: je profiel zoals mensen dat zien die geen connectie zijn.
5. In het rechtervak staat 'URL van uw openbare profiel' Klik daaronder op de link 'URL van uw openbare profiel aanpassen.'

2. Foto toevoegen

Voeg een professionele foto toe, dat wil zeggen:

- Wel: foto waar alleen je gezicht (+ eventueel schouders) op staan, liefst één waarop je lacht.
- Geen: selfie, familiefoto, foto tijdens een borrel, onscherpe foto, groepsfoto waar je overduidelijk jezelf hebt uitgeknipt en de hand van je oma nog op je schouder rust.

3. Professionele kopregel aanpassen

De tekstregel onder je naam op je profiel is de professionele kopregel / je headline: het is het eerste dat mensen zien als ze je opzoeken op voorbij zien komen op LinkedIn. Vraag je af: met welke zin kan jij de interesse van jouw doelgroep wekken? De tekstregel mag maximaal 120 tekens lang zijn.

Standaard staat hier: de titel van je huidige functie + het bedrijf waarvoor je werkt. Is dit voldoende om de interesse van je beoogde doelgroep te wekken? Dat kan. Maar, je kunt deze regel ook aanpassen. Gebruik dan woorden waarmee je de interesse wekt van die persoon die op zoek is naar mensen met jouw expertise.

4. Samenvatting

Wanneer de bezoeker eenmaal is aangekomen op je LinkedIn-profiel, kan je samenvatting dienen als een soort elevator pitch. Wat kan er in een goede LinkedIn samenvatting staan?

1. Waar ben je goed in?
2. Waar kun jij de bezoeker van je profiel mee helpen?
3. Hoe komt deze bezoeker met jou in contact? (Indien dit gewenst is)

Tips:

- Wil je je samenvatting overzichtelijk maken met opsommingstekens? Die vind je hier: <http://unicode-table.com/en/#261E>. Je kunt de tekens kopiëren en in je samenvatting plakken.
- Bij het schrijven van je samenvatting kun je bewust gebruik maken van key words: de zoektermen waarop jij gevonden wilt worden als iemand ze intikt in de zoekmachine van LinkedIn.
- Indien relevant: voeg media toe (YouTube, SlideShare, een afbeelding, link naar een website).
- Op LinkedIn beheer jij je persoonlijke profiel: schrijf daarom niet in de derde persoon over jezelf.

5. Werkervaring

Er zit geen maximum aan het aantal posities, maar houd wel in je achterhoofd dat je met name relevante werkervaring noemt. Vraag je bij alle werkervaring af: 'is dit interessant voor mijn potentiële doelgroep?' Is het voor een potentiële werkgever bijvoorbeeld nog van belang op welke middelbare school je hebt gezeten of welke bijbaan je had als student?

Tips:

- Wees kort en bondig;
- Omschrijf niet alleen je functietitel, maar ook je (meest belangrijke) taken en verantwoordelijkheden.
- Indien relevant: voeg media toe (YouTube, SlideShare, een afbeelding, een link naar een website). Je kunt de bezoeker van je profiel vertellen wat je allemaal al hebt gedaan, maar nog overtuigender ben je, wanneer je het laat zien.
- In Nederland misschien niet altijd gebruikelijk, maar vraag om aanbevelingen. Een recommendation van een collega of klant geeft een beeld van hoe anderen jou ervaren in een professionele (werk)omgeving.

6. Projecten, Publicaties, Onderscheidingen en prijzen

LinkedIn biedt je de mogelijkheid om verschillende zaken in de etalage te zetten: je publicaties, werkgerelateerde prijzen die je hebt gewonnen, projecten waaraan je hebt meegewerkt, etc.

Ook hier is het belangrijk om je af te vragen: wat is relevant voor je doelgroep? Wat wil je aan hen laten zien? Wil je enkele publicaties in de spotlight zetten? Of wil je juist de hoeveelheid aan artikelen laten zien waaraan jij hebt meegewerkt?

Tips:

- Voeg links toe. Mocht de lezer dan geïnteresseerd zijn in het artikel dat jij hebt geschreven of de onderscheiding die jij hebt gewonnen, dan kan hij/zij direct doorklikken.
- (Bij projecten): voeg collega's toe waarmee je hebt samengewerkt. Als je collega's accepteren, komt het project ook op hun profiel te staan, met jouw profielfoto erbij.

Groepen

In LinkedIn kun je lid worden van groepen die zich bezighouden met een specifiek vakgebied/ of onderwerp. Hier kun je mensen vinden met dezelfde interesses als jij. Je kunt er vakkennis delen, vragen stellen, een discussie starten, kijken of er vacatures worden gedeeld, aangeven dat je nieuwe opdrachtgevers zoekt, kijken of er binnen de groep nieuwe ontwikkelingen worden gedeeld, etc.

Tips:

- Veel groepen versturen automatisch een e-mail zodra er nieuwe activiteiten plaatsvinden. Zit je niet te wachten op deze berichten? Zet meldingen van je groepen dan uit:
 - 1) Ga naar de instellingen van je profiel: klik rechts bovenin op je profielfoto en vervolgens op 'Privacy en Instellingen'.
 - 2) Klik op het tabblad 'Communicatie'
 - 3) Onder 'E-mails en meldingen' klik je op 'De frequentie van e-mails selecteren'
 - 4) Ga naar 'Groepssamenvattingen'
 - 5) Schakel alles uit, waarvan je geen melding wilt hebben.
- Word ook lid van groepen waar je concurrenten zich bevinden.

Vragen?

Stuur een e-mail naar Carlijn Oudelaar (c.m.oudelaar@fsw.leidenuniv.nl) of Karlijn Spoor (k.spoor@fsw.leidenuniv.nl)