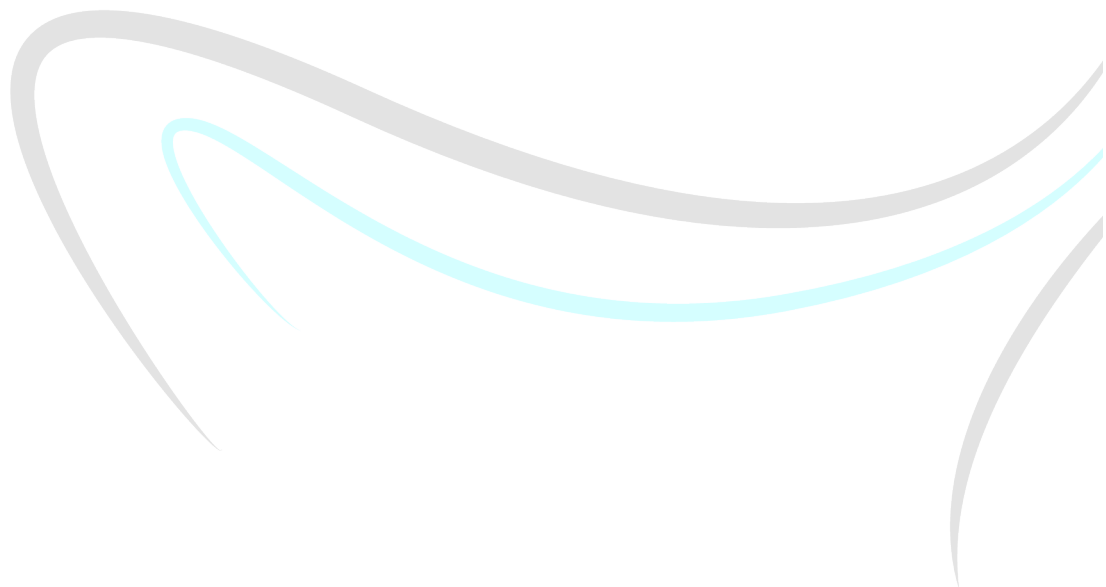


PERSONAL BRANDING



OP LINKEDIN



1) EEN 'BRANDED' LINKEDIN PROFIEL

Zorg dat je vindbaar bent en duidelijk je meerwaarde aangeeft



Wanneer je jouw merkverhaal hebt opgesteld, heb je hiermee ook meteen een goede basis om je LinkedIn profiel op te maken. Een goed en professioneel profiel is belangrijk voor jouw personal branding.

Als je jouw carrière een béétje serieus neemt heb je natuurlijk een netwerk. Zo'n netwerk kun je opbouwen in je hoofd, maar het wordt sterker als de ander ook weet dat je hem of haar tot je netwerk beschouwt. En daar is LinkedIn handig voor. LinkedIn is ook een perfect medium om te bouwen aan jouw personal brand.

Grip op wat er over jou online staat

Weet dat je regelmatig wordt gegoogled, dat geldt voor bijna iedereen: ga er gerust van uit dat minimaal een keer per week iemand in de Google zoekbalk jouw naam typt. Dan is het fijn als er resultaten naar boven komen die representatief zijn voor jou. Google zet LinkedIn ook nog eens hoog in de zoekresultaten.

Corinne Keijzer, social media expert over LinkedIn

"Gebruik je LinkedIn?"

"Nee, daar heb ik niet zoveel mee"

"Nee, ik zoek geen baan, dus heb daar niet zoveel te zoeken"

"Nee hoor, heb het al zo druk... als ik dat er óók nog eens bij moet doen!"

"Oh ja, ik voeg wel eens mensen toe en soms lees ik wel eens wat, maar dat is het. Heb zelf niet zoveel te melden"

"Vertellen wat ik allemaal aan het doen ben? Ach, dan vind ik zo overdreven. Waarom moet ik iedereen daar mee vervelen"

"Nee joh, al dat gedoe met social media, vind het zo'n hype. Ik doe het al jaren zo en dat werkt prima"

Onbekend maakt onbemind

Een paar uitspraken die ik met regelmaat hoor of lees. Herkenbaar? Lees dan vooral even verder. Het is namelijk best jammer dat veel mensen nog steeds niet snappen dat LinkedIn véél meer is dan een database voor contacten. Of een vacaturesite. Het draait anno 2017 steeds meer om netwerken, vertrouwen winnen, nieuwe (waardevolle) contacten opdoen, prospects vinden, besluitvormers aan je binden.

Met weinig moeite veel bereiken

Soms kun je met weinig moeite al zóveel bereiken. Door een berichtje te liken bijvoorbeeld. Of een berichtje te sturen aan iemand die je een uitnodiging stuurt om te linken zonder persoonlijk bericht. “Ja, maar hallo... linken met onbekenden dat doe ik sowieso niet hoor. Krijg ik van die uitnodigingen van mensen die ik niet ken, wat moet ik daar nou mee.” Lees nog even verder zou ik zeggen....

Waarom interactie op LinkedIn zo waardevol is

Het lijkt zo simpel en nietszeggend, een “like” geven op een update of reactie van iemand op LinkedIn. Maar zelfs de meest onbenullig lijkende acties kunnen al leiden tot mooie waardevolle contacten.

Netwerken werkt echt – tips!

Stop dus met die gedachte dat LinkedIn alleen maar een database is of geschikt voor mensen die een baan zoeken. Zie en benut de kansen, maar vooral: kom in beweging! Een paar simpele tips:

- Zorg dat je profiel een professionele uitstraling heeft en dat je daarop duidelijk laat zien wat je expertise is
- Link met bekenden maar vooral ook onbekenden en stuur daarbij altijd een berichtje waarom je wilt linken.
- Wijs niet zomaar iemand af als hij je geen persoonlijk bericht stuurt bij de uitnodiging, maar vraag waarom hij of zij wil linken.
- Vergroot je bereik en zichtbaarheid door je te bewegen in groepen – reageer, like, plaats zelf eens iets.
- Vergroot je bereik en zichtbaarheid door updates te plaatsen.
- Vergroot je bereik en zichtbaarheid door zelf af en toe ook eens iets te delen, iets te liken of ergens op te reageren.

Een compleet profiel omvat:

- Contactgegevens!
- Goede portretfoto
- Een goede headline;
- Een korte samenvatting van de werkervaring;
- Specialismen;
- Een goed ingevuld werkervaringsoverzicht;
- Gevolgde opleidingen
- Aanbevelingen (liefst minimaal 3)
- (Eventuele publicaties)

EENVOUDIG JE PROFIEL BEWERKEN

Het LinkedIn profiel is heel eenvoudig te bewerken: In het hoofdscherm (dat deel met je foto en headline) kies je *Profiel bewerken*. Je kunt profielgegevens toevoegen, wijzigen of verwijderen. Voor de meeste items kun je het volgende doen:



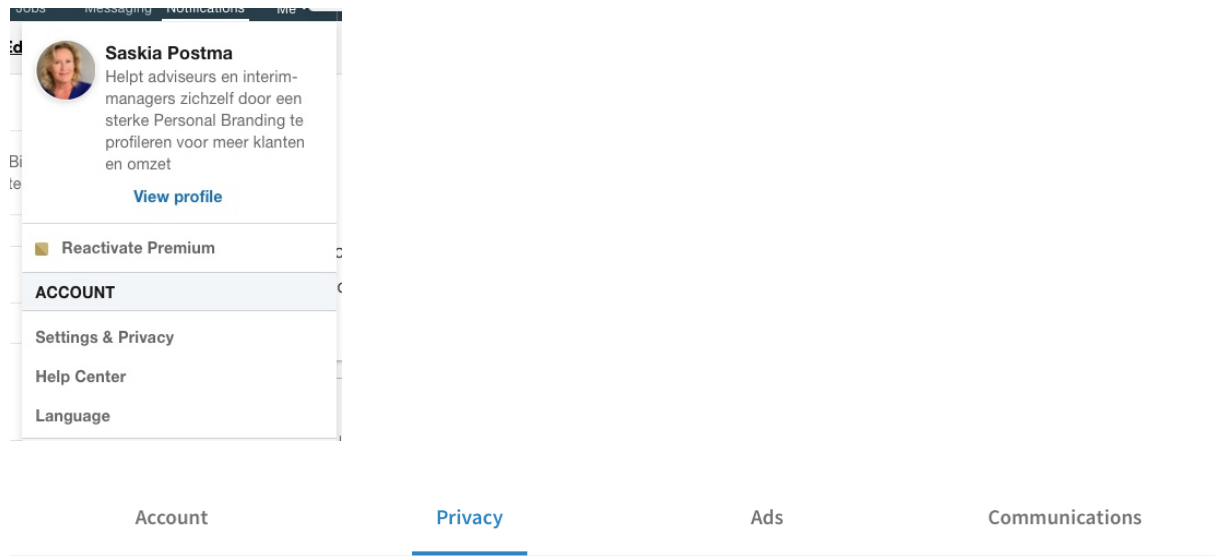
Je LinkedIn profiel bewerken is heel eenvoudig

- Houd de cursor boven aan de homepagina boven Profiel en selecteer het potlood.
- Zoek het onderdeel dat je wilt bewerken en klik op het pictogram *Bewerken*.
- Nadat je de gewenste wijzigingen hebt gemaakt, klik je in het vak boven aan je profiel op *Klaar met bewerken of Save*.

Als je niet wilt dat mensen jouw profielwijzigingen zien

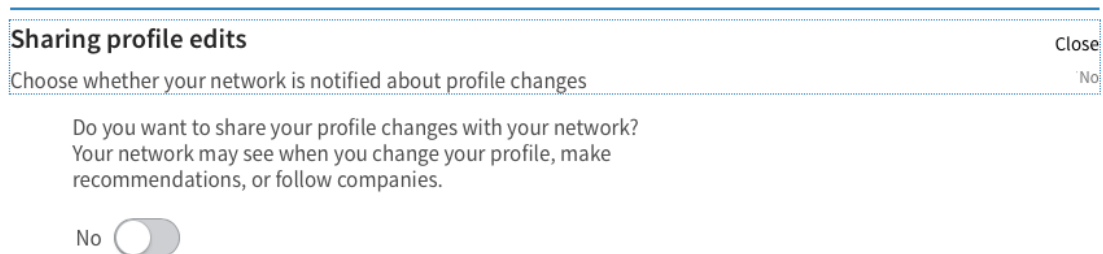
Wanneer je bijvoorbeeld je profiel een flinke update geeft, wil je voorkomen dat jouw connecties achter elkaar berichten ontvangen van alle wijzigingen die jij aanbrengt.

Dat kun je vermijden. Ga hiervoor naar het pijltje onder je foto in de balk.



The screenshot shows a LinkedIn profile menu for 'Saskia Postma'. The menu items are: 'View profile', 'Reactivate Premium', 'ACCOUNT', 'Settings & Privacy', 'Help Center', and 'Language'. Below the menu, there are four tabs: 'Account', 'Privacy' (which is selected and underlined), 'Ads', and 'Communications'. Below the tabs, there is a link: 'How others see your profile and network information'.

Er opent nu een uitklapmenu met de mogelijkheid om de functie – sharing your profile edits – aan of uit te vinken. Schuif het balkje naar jouw voorkeur, namelijk No. De wijziging wordt automatisch opgeslagen en klik op 'Sluiten'. Nu zien mensen het niet mee als jij je profiel verwerkt.



The screenshot shows a dialog box titled 'Sharing profile edits' with a 'Close' button in the top right corner. The text inside the dialog box reads: 'Choose whether your network is notified about profile changes'. Below this, it asks: 'Do you want to share your profile changes with your network? Your network may see when you change your profile, make recommendations, or follow companies.' At the bottom, there is a toggle switch labeled 'No' which is currently turned off.

Ander telefoonnummer toevoegen

Login and security

Email addresses

Add or remove email addresses on your account

Change
3 email addresses

Phone numbers

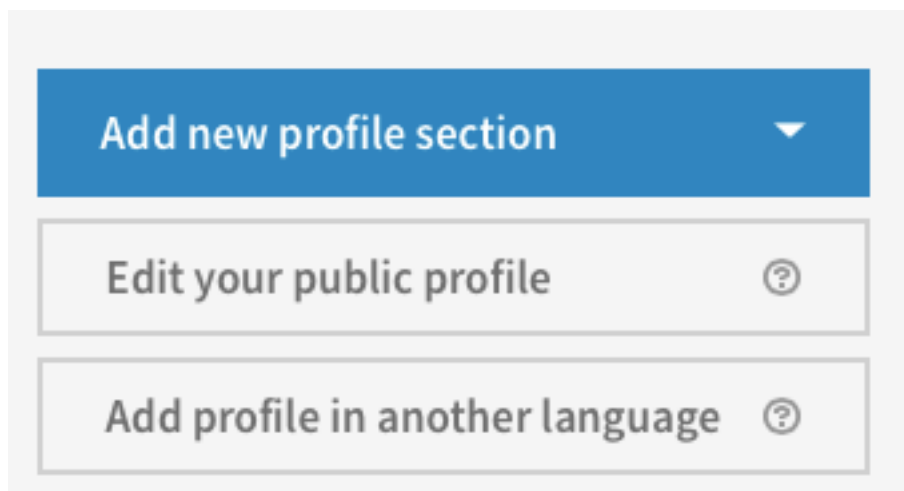
Add a phone number in case you have trouble signing in

Change
0 phone numbers

Profiel in een andere taal

Voor mensen die veel internationale connecties hebben, kan het handig zijn niet te hoeven kiezen tussen de Nederlandse en Engelse taal, maar gewoon voor beiden te gaan.

Mensen die met een Engelstalig account jouw profiel bezoeken zullen de Engelse versie te zien krijgen; mensen die de taal van hun account gewijzigd hebben in het Nederlands, zien dus ook de Nederlandse versie van jouw profiel.



2) DE ONDERDELEN VAN JOUW BRANDED LINKEDIN PROFIEL

2.1 DE HEADLINE

Zorg voor een duidelijke headline op LinkedIn

Een fout die veel mensen maken is dat ze te weinig aandacht besteden aan de headline. De headline staat direct onder je foto en is het eerste wat de mensen zien.



Zorg voor een
aansprekende headline

Saskia Postma
Helpt adviseurs en interim-managers zichzelf door een sterke Personal Branding te profileren voor meer klanten en omzet
De Personal Branding Coach • Schrijven voor internet
Utrecht Area, Netherlands • 500+ 

DE PERSONAL BRANDING COACH: Ik help adviseurs,coaches, trainers en interim managers met het realiseren van

Een headhunter die een search doet op LinkedIn of een (HR)manager die iemand zoekt, krijgt in eerste instantie een aantal pagina's te zien met daarop alleen de headlines van het profiel. Pas als je doorklikt krijg je de rest van het profiel te zien.

Je headline is dus het eerste wat je bezoekers zien. Zorg er dus voor dat die pakkend en concreet is, en gebruik trefwoorden waar jij op gevonden wilt worden. En maak het ook een beetje onderscheidend. Stel dat ik een teamcoach zoek, word ik dan gepakt door de onderstaande geanonimiseerde headlines?

“Senior Consultant & Changemanager, teamcoach en psycholoog M: 06-....”

“Regisseur Woonzorggroep, teamcoach at....”

“Senior Ontwikkelingscoach | Teamcoach | Employabilitycoach”

Je zult het met mij eens zijn dat deze headlines niet direct uitnodigen om door te klikken. Bovendien staat in de eerste headline nog een telefoonnummer vermeld. LinkedIn houdt daar niet van en kan je profiel verwijderen om deze reden. Zet je contactgegevens liever onderin je samenvatting.

Wat zet je in de headline?

Vermeld zoekwoorden en functietitels die in je vakgebied gangbaar zijn en waar op gezocht wordt. Veel mensen vermelden alleen de titel van hun huidige functie of opdracht. Het kan echter goed zijn dat deze woorden niet gebruikt worden door recruiters als ze op zoek zijn met iemand met jouw profiel.

Beschrijf daarnaast in een aantal woorden je expertise. Geef er liefst een persoonlijke touch aan. Je hebt maximaal 120 karakters voor je pitch. Benut deze optimaal. Dus liever niet:

- Teamcoach die mensen in beweging zet.- : Dat zegt bijzonder weinig.

- Teamcoach | senior consultant | loopbaancoach- : Dat is ook nog weinig wervend.

- Energieke verbindende teamcoach- : Dit zegt mij weinig over de resultaten die ik met jou behaal.

Hieronder zal ik je aan aantal voorbeelden geven van pitches die je goed werken voor je headline op LinkedIn.

Wervende pitch met resultaatbelofte

Een wervende pitch benoemt vaak een resultaat. Bijvoorbeeld:

- Ik help zzp'er en interim-managers zichzelf door een sterke Personal Branding te profileren voor meer klanten en omzet.
- Als Loopbaancoach help ik mensen hun talent te ontdekken en effectief in te zetten.
- Ik leer vrouwelijke advocaten in advocatenkantoren hoe ze hun carrière en gezin kunnen combineren, zodat ze door kunnen stromen naar de top.
- Ik help leidinggevendenden die worstelen met veranderprocessen waardoor hun medewerkers ongemotiveerd raken, om succesvol veranderingen door te voeren.

Pitch met combinatie van zoekwoorden en resultaatbelofte

Je kunt ook een combinatie maken van zoekwoorden en het resultaat dat je belooft.

- Uw bedrijfsvoering naar een hoger plan Interim management Zorg
- Als Finance Manager help ik ondernemers met het inzichtelijk maken van de financiële vitaliteit van hun onderneming. Interim | MKB | Finance & Control | Controller
- Subsidie Adviseur: Mijn begeleiding bij subsidievragen leidt tot hoge slagingspercentages bij subsidietoekenningen en goede prestaties bij implementatie van de subsidieprojecten | ESF | FDOV

LET OP: Je naam mag geen email-adressen of telefoonnummers bevatten. Je loopt dan het risico dat je profiel direct verwijderd, zonder waarschuwing, en dat is zonde voor al het werk wat je erin stopt.

2.2 DE SAMENVATTING

De samenvatting is de ideale plek in je LinkedIn pagina om jezelf te profileren. Je hebt hiervoor **2000** karakters (letters) tot je beschikking, dus je kunt de nodige interessante informatie kwijt.

Hier hoort een korte samenvatting van je expertise en de rode draad in je werkervaring. Denk bij alles wat je schrijft vanuit de bezoeker van jouw pagina. De eerste regels van jouw samenvatting moet dus uitnodigen om door te willen lezen.

Denk dus goed na over wat je hier neerzet:

- Wat wil de bezoeker lezen?
- Wat wil de bezoeker van je weten?
- Zorg dat je precies onder woorden brengt welke resultaten jij bereikt en welke problemen jij oplost voor jouw klant/doelgroep.

De samenvatting is een onderdeel van je 'verkorte profiel' en daar kun je het ook vullen en aanpassen. Waar je goed op moet letten is dat nog maar een klein deel zichtbaar is voor je profielbezoeker. Op de laptop zijn nog maar ongeveer 220 tekens zichtbaar, op mobiele applicaties zelfs nog maar 85. Daarna moet je bezoeker op 'meer weergeven' klikken.

Belangrijk dus om direct te knallen met een goede binnenkomer, bijvoorbeeld een quote, eye-opener of misschien zelfs je contactgegevens als dat belangrijk is voor jou. Dit hangt vooral af van je insteek op LinkedIn.

- Vermeld hier ook je contactgegevens zoals emailadres en telefoonnummer om het voor iedereen makkelijk te maken om contact met je op te nemen, voor de zaken waarvoor je benaderd wilt worden.
- Zorg ook voor een blokje met een korte samenvatting van je expertise dat je onderaan je profiel kunt zetten, hieronder een voorbeeld:

EXPERTISE

Verandermanager | strategie | lijnmanager | programmamanager | crisismanager | omzetstijging | productiviteit | verbinden | cultuurtraject | reorganiseren | implementeren | lean six sigma | leiderschap | innovatie | business development | commissaris | executive coach | auteur | uitblinken | creatief denken

EEN VOORBEELD:

UW BEDRIJFSVOERINGSORGANISATIE NAAR EEN HOGER PLAN

Als doorgewinterde manager bedrijfsvoering innoveer en professionaliseer ik samen met uw medewerkers uw organisatie. Ik word vrolijk van tevreden eindgebruikers, flinke besparingen en managers die (weer) in control zijn.

Ik ben gespecialiseerd in de PIOFACH-functies (personeel, informatie, organisatie, financiën, algemene zaken / administratie, communicatie en huisvesting) en heb veel ervaring in de zorgsector. Ook ervaring in onderwijs, overheid en enkele commerciële instellingen.

ZAKEN WAAR IK GRAAG BIJ HELP:

- ✓ Uw primaire proces is op orde en u merkt dat (een deel van) de bedrijfsvoering niet is meegegroeid
- ✓ U wilt een nieuw bedrijfsonderdeel opzetten op een gedragen en duurzame wijze.
- ✓ Uw programma/project is vastgelopen en u zoekt naar een standvastige schipper die de haven bereikt.
- ✓ U zoekt een manager bedrijfsvoering voor duurzame verandering

KWALIFICATIES die opdrachtgevers mij toedichten tijdens feedbackgesprekken zijn (in willekeurige volgorde): bouwer | verbinder | open | direct, to-the-point | laat mensen boven zichzelf uitstijgen | 6e zintuig voor aankomende problemen | goede luisteraar | aimabel | contextgevoelig | doortastend, doorpakkend | resultaatgericht, pitbull | overtuigingskracht | creatieve oplossingen

WAT BIED IK?

- ✓ Kwartier maken en strategiebepaling
- ✓ Organisatie(her)ontwerp
- ✓ Verandermanagement

✓ Managementcoaching

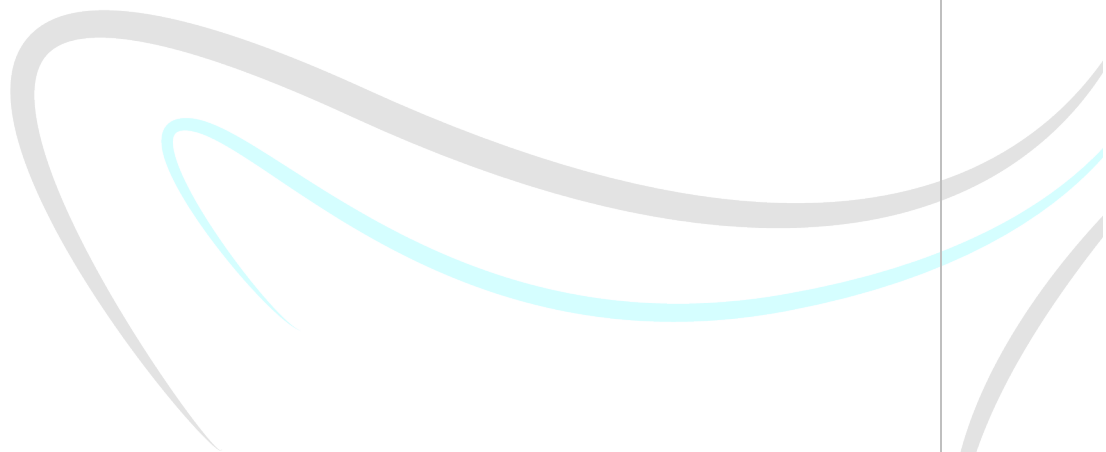
KOPJE KOFFIE? ☕

Wilt u met mij van gedachten wisselen over het bouwen, verbouwen of vlottrekken van uw bedrijfsvoeringsorganisatie? Neemt u dan contact met mij op:

© --- | ✉ info@---

In de bijlage achterin dit Ebook vind je nog diverse voorbeelden van samenvattingen ter inspiratie

Schrijf een samenvatting voor je LinkedIn profiel dat recht doet aan jouw personal brand



SYMBOLEN TOEVOEGEN AAN JE LINKEDIN SAMENVATTING

Zoals je hebt gezien in het voorbeeld van de samenvatting hierboven kun je gebruik maken van symbolen om de tekst visueel wat aantrekkelijker te maken. In LinkedIn zelf heb je weinig mogelijkheden om je tekst op te maken. Je kunt de tekst zelf niet opmaken zoals in een word document bijvoorbeeld, dus deze niet vet, schuin of onderstreept weergeven en ook geen bullet points toevoegen. Je kunt alleen de tekens van je toetsenbord gebruiken.

Toch kan het handig zijn om bepaalde teksten te accentueren. Zeker als je veel tekst in je LinkedIn profiel hebt. Je kunt deze dan opmaken in een Word document en vervolgens kopiëren en in je LinkedIn profiel plakken. Maar je kunt ook de tekens hieronder meteen kopiëren en in je LinkedIn profiel plakken. Een visueel aantrekkelijk LinkedIn profiel nodigt uit tot lezen. Het is ook leuk om deze symbolen in je LinkedIn profiel te gebruiken om de boel wat op te vrolijken, en bepaalde onderdelen extra te accentueren. Maar gebruik ze wel met mate. Als je teveel symbolen toevoegt, wordt het erg druk en ziet je profiel er onprofessioneel uit. Breng deze accenten met mate aan en wees zuinig met het gebruik van deze symbolen. LinkedIn blijft wel een professioneel platform en is geen Facebook.

De gemakkelijkste manier om deze tekens te gebruiken is door deze te kopiëren en in je LinkedIn profiel te plakken.

Zo voeg je speciale symbolen toe aan je LinkedIn profiel

- Selecteer het symbool dat je wil gebruiken.
- Rechtermuis klik en selecteer 'kopiëren' (of CTRL C en voor Mac gebruikers Command C).
- Open je LinkedIn profiel en kies 'Profiel bewerken'.
- Plaats de cursor op de plaats waar je dit symbool wil toevoegen.
- Rechtermuis klik en selecteer 'plakken' (of CTRL V en voor Mac gebruikers Command V)

2.3 MAAK JOUW 'BRANDED' LINKEDIN PROFIEL COMPLEET

LinkedIn is een persoonlijk en zakelijk netwerk. Profielen met foto worden 7 keer vaker bekeken dan profielen zonder foto. Een goede foto is dus belangrijk om goed gevonden te worden en wekt vertrouwen.

TIPS VOOR JE LINKEDIN PROFIELFOTO

1- Gebruik geen al te oude foto van jezelf. Niets is erger dan dat iemand je niet herkent op een eerste afspraak. Ook een foto met zonnebril, pet of hoed is niet aan te bevelen.

2- Gebruik een foto waar je zelf op staat. En niet samen met je vrouw of je kind of zeilboot of van jezelf in de verte terwijl je een berg beklimt. LinkedIn is een zakelijk platform en dat vraagt om een zakelijke presentatie.

3- Zorg dat je lachend of vriendelijk ogend op de foto staat. Een lach zorgt ervoor dat je warmte uitstraalt en dus makkelijker benaderbaar bent. Kijk ook bij voorkeur recht in de camera.

4- Je profielfoto op LinkedIn is op het scherm maar een kleine foto. Zorg er dus voor dat je niet te ver weg staat. Het meest geschikt is een goede portretfoto, waarbij je nog net een klein stukje van de schouders ziet.

5- Geen selfie! Maak nooit een foto van jezelf waarbij je je mobiele telefoon voor je houdt. Omdat je de camera nogal dicht bij je gezocht houdt, krijg je vervorming en het levert over het algemeen niet de meest charmante foto's op.

- **Specialismen**

Je kunt hier een aantal van jouw vakinhoudelijke specialiteiten benadrukken. Daarnaast kun je informatie vermelden als; artikelen waar je aan hebt meegewerkt, bijzondere projecten, ervaring als spreker/gastdocent en dat soort zaken.

- **Werkervaring**

Bij het overzicht van je werkervaring mogen de jaartallen, de functie en de naam van de werkgever uiteraard niet ontbreken. Veel mensen vergeten te vermelden wat het bedrijf doet en hoeveel mensen er werken. Als je niet bij een grote bekende organisatie werkt, is het bedrijf wellicht niet bij iedereen bekend. Wees kort en concreet bij het omschrijven van je werkzaamheden en verantwoordelijkheden. Geef aan of je leiding geeft en aan hoeveel medewerkers. Beschrijf bij voorkeur bij iedere functie een paar mooie resultaten die je hebt bereikt. Gebruik bij al je omschrijvingen de trefwoorden die cruciaal zijn om op jouw vakmanschap gevonden te worden.

- **Opleiding(en)**

Dit helpt om gevonden te kunnen worden door oud-klasgenoten en studenten.

- **Vaardigheden**

Voeg relevante vaardigheden toe en wees selectief; Minstens 6 relevante vaardigheden toe (Skills) Als je teveel vaardigheden toevoegt, wordt het lastig voor mensen om te zien waarin je echt uitblinkt. Je kunt vaardigheden toevoegen door bij jezelf na te gaan waar je goed in bent of in welke werkzaamheden je veel ervaring hebt. Je netwerk kan je hierbij een handje helpen door je voor bepaalde vaardigheden te 'endorsen'. Als een collega vindt dat je goed bent in bijvoorbeeld projectmanagement kan hij of zij dat aangeven. LinkedIn vraagt je vervolgens of je deze vaardigheid wilt toevoegen aan je profiel".

(Talenkennis voeg je toe aan de sectie 'Languages' (of 'Talen'). Dit is geen vaardigheid;)

- **Minimaal 3 referenties, maakt je profiel 100% compleet**

Jouw profiel op LinkedIn is pas 100% compleet als je drie Recommendations van andere LinkedIn gebruikers hebt. Een recommendation is te vergelijken met een referentie. Het wekt vertrouwen om te kunnen lezen wat anderen over jou schrijven; dat je goed werk hebt geleverd of dat je een prettig persoon bent om mee samen te werken.

Op LinkedIn is het heel gewoon om recommendations te vragen. Je moet er over het algemeen wel om vragen, want er zijn weinig mensen die spontaan een aanbeveling schrijven. Als je echter weet dat iemand heel tevreden was, over de wijze waarop je een project hebt gedaan of hoe je in een opdracht tot mooie resultaten bent gekomen, kun je vrij zeker zijn van een goede aanbeveling. Verras zelf ook eens iemand met een recommendation!

Hoe krijg je een aanbeveling?

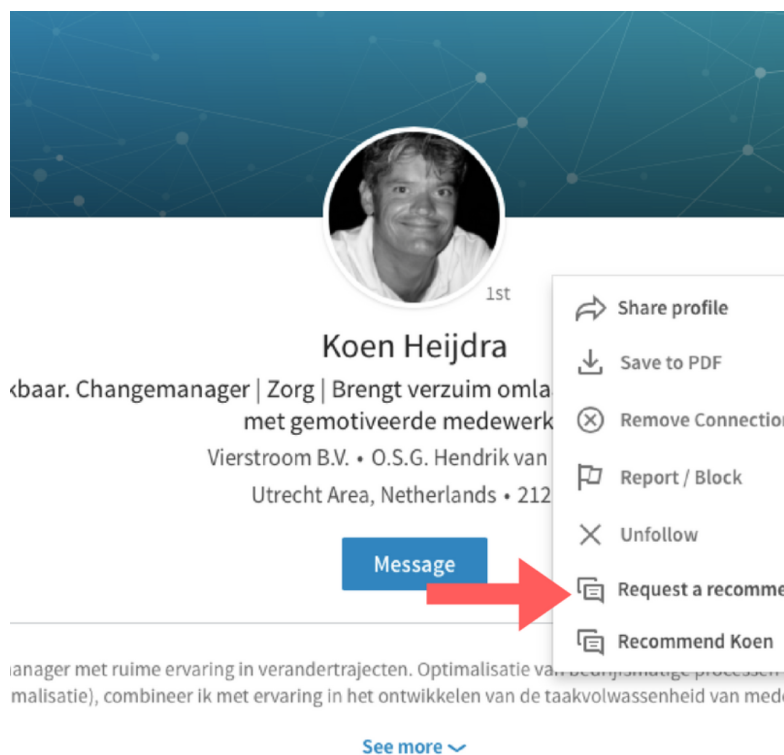
Een aanbeveling is te vergelijken met een referentie. Het wekt vertrouwen om te kunnen lezen wat anderen over jou schrijven; dat je goed werk hebt geleverd of dat je een prettig persoon bent om mee samen te werken. Het is gek dat veel mensen nog steeds schroom voelen om een aanbeveling te vragen.

Het is op LinkedIn heel normaal om aanbeveling te vragen. Je moet wel even de moeite nemen om er zelf om te vragen, want er zijn weinig mensen die spontaan een aanbeveling schrijven

Maak gebruik van deze aanbevelingen. Geef zelf mensen met wie je prettig hebt samengewerkt een mooie aanbeveling en vraag er zelf actief om

Hoe vraag je om een aanbeveling?

Als je een aanbeveling wilt vragen, ga je naar het profiel van degene bij wie je de aanbeveling wilt vragen. De persoon aan wie je een aanbeveling wilt vragen, moet je wel met jou gelinkt zijn. Ga dan naar het profiel van deze persoon en klik op de drie puntjes rechts boven in het verkorte profiel. Kies voor 'Om een aanbeveling vragen'. (zie afbeelding). Je komt dan in het scherm waarin je de aanbeveling kunt vragen.



Als je deze drie items op je LinkedIn profiel op orde hebt, ben je vindbaar en krijgen mensen een goed beeld van wat je te bieden hebt.

Het is aan degene die de aanbeveling schrijft wat er in moet komen te staan. Je kunt echter wel met een begeleidend tekstje verzoeken om bepaalde kwaliteiten te benadrukken. Vooral managers en directieleden hebben vaak gebrek aan tijd en hoe gemakkelijker je ze het maakt, hoe sneller ze het voor je doen. Klanten kun je van te voren al vragen of ze bereid zijn je een aanbeveling te geven zodat ze het ook eerder voor je zullen schrijven.

Als je verzoek ingewilligd wordt, krijg je een berichtje op LinkedIn in je inbox (en in je e-mail als je dat zo ingesteld hebt). Je kunt het accepteren of je kunt vragen het aan te passen, bijvoorbeeld als er een typefout in staat.

- **Links naar externe websites**

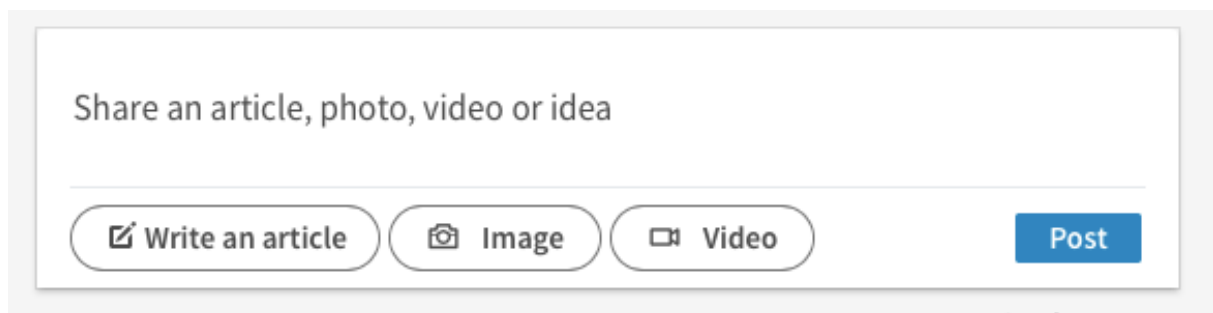
Voeg 1-3 links naar je websites toe, zoals Twitter, persoonlijke website en zakelijke (recruitment)site. Vermijd deze links Company Website / Bedrijfswebsite of Personal Website / Persoonlijke website te noemen en maak deze specifiek (kies de optie Other / Anders).

- **Kies een herkenbare openbare URL profiel**

LinkedIn maakt automatisch een URL aan voor je LinkedIn-profiel. Lena: "Een gepersonaliseerde URL vergroot je vindbaarheid. Voeg de aangepaste link vervolgens toe aan je e-mailhandtekening, Twitter-bio, blog en je visitekaartje". Je openbaar LinkedIn adres kun je netjes en uniek maken via URL van uw openbare profiel aanpassen, zoals www.linkedin.com/in/jacco. Deze URL kun je personaliseren via Account & Settings -> Privacy & Settings -> Edit Public Profile.

- **Gebruik Status updates regelmatig**

LinkedIn is een netwerk en bij netwerken horen acties. De status update laat zien waar jij nu mee bezig bent op LinkedIn. Je nieuwe contacten, je reactie op berichten van anderen, je nieuwe connecties en update van je profiel. Sinds kort heeft LinkedIn ook de optie ingevoerd dat je een kort filmpje kunt toevoegen (waarschijnlijk is dit voorlopig alleen beschikbaar voor de mensen die hun taalinstelling op Engels hebben staat.)



- **Voeg eventueel een bedrijfspresentatie toe of andere zaken die interessant kunnen zijn voor jouw doelgroep.**

Maak je profiel nog veel meer visueel aantrekkelijk door het toevoegen van afbeeldingen, presentaties, audio en publicatie:

Opties hierin zijn:

- Bestand uploaden (folders, presentaties, CV, foto's filmpjes etcetera).
- Projecten, publicaties
- Vrijwilligerswerk

Bijgaand een voorbeeld van Ineke die een foto toevoegt en een CV dat je als PDF kunt downloaden door het aan te klikken.



Uitblinken! | inspirerende lezingen, workshop...



CV Ineke Walravens

Voeg een foto toe aan de achtergrond van je profiel

Hiervoor klik je op het penseeltje bij EDIT BACKGROUND (zie voorbeeld). Je krijgt dan de opties Change Image. LinkedIn biedt je vervolgens een aantal foto's aan die je voor je achtergrond kunt gebruiken maar je kunt zelf ook een passende foto uploaden.

- Je gaat hiervoor naar **EDITH BACKGROUND**
- En je kiest **CHANGE IMAGE**

En dan kies de foto die je wilt uploaden. Zelf heb ik hier gekozen voor een foto waarbij ik spreek voor een grote groep.



Saskia Postma

Helpt adviseurs en interim-managers zichzelf door een sterke Personal Branding te profileren voor meer klanten en omzet

3) LINKEDIN ALS ZAKELIJK PLATFORM BENUTTEN

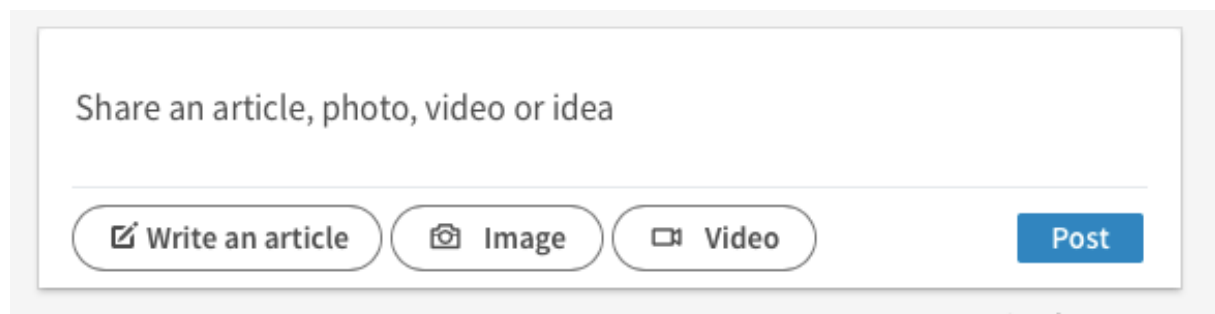
LinkedIn wordt een steeds belangrijker platform om kennis te delen en te bouwen aan jouw personal brand. Je kunt hier zichtbaarheid zijn met de dingen waar jij je mee wilt laten zien. En je kunt actief contact zoeken met mensen.

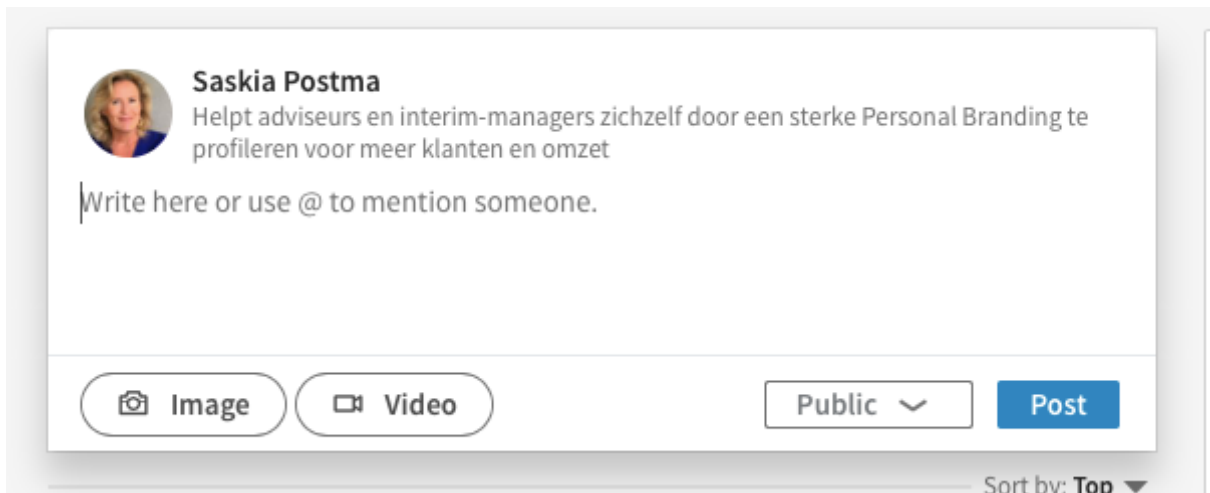
Jezelf laten zien/waar ben je mee bezig:

De status update laat zien waar jij nu mee bezig bent op LinkedIn. Bij de update box die op jouw LinkedIn homepage staat, heb je de beschikking over 4 opties:

- Een update plaatsen
- Een foto plaatsen
- Een artikel posten
- Een video posten (dit is een nieuwe optie van LinkedIn die nog niet voor iedereen beschikbaar is maar ik noem hem toch maar vast)

Met jouw update kom je terecht in de tijdlijn van jouw contacten. Zij kunnen jouw bericht op LinkedIn 'liken' en er ook nog iets van eigen commentaar aan toevoegen. En dat kun jij ook doen bij berichten van mensen uit je netwerk. Je ziet in eerste instantie alleen de optie om een artikel, foto (en eventueel een video) te posten). Als je dit echter open klikt, kom je in het volgende scherm en kun je ook alleen een tekst invullen.





Nog wat voorbeelden:

Deel waar je mee bezig bent of bijvoorbeeld links naar interessante artikelen op relevante websites.. Maak jezelf dermate boeiend dat mensen jou blijven volgen en jouw artikelen en tips doorspelen naar mensen uit hun netwerk.

Zo kun je ook fungeren als een soort digitale knipselmap waarbij je onderwerpen die jou interesse weerspiegelen deelt je met netwerk. Het is dan leuk als je nog wat van jezelf toevoegt, bijvoorbeeld waarom je het een interessant artikel vond. Zo zet jij jezelf intern en extern op de kaart. De update over hoe de Rabo startups helpt, had ik zelf van de site <http://www.banken.nl>

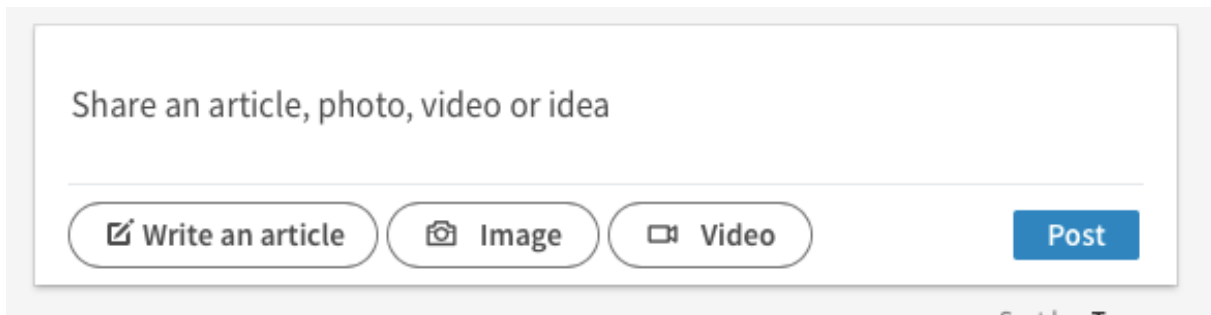


Leuk initiatief voor startups.



Startups mogen product testen in Rabobank UX Center
banken.nl

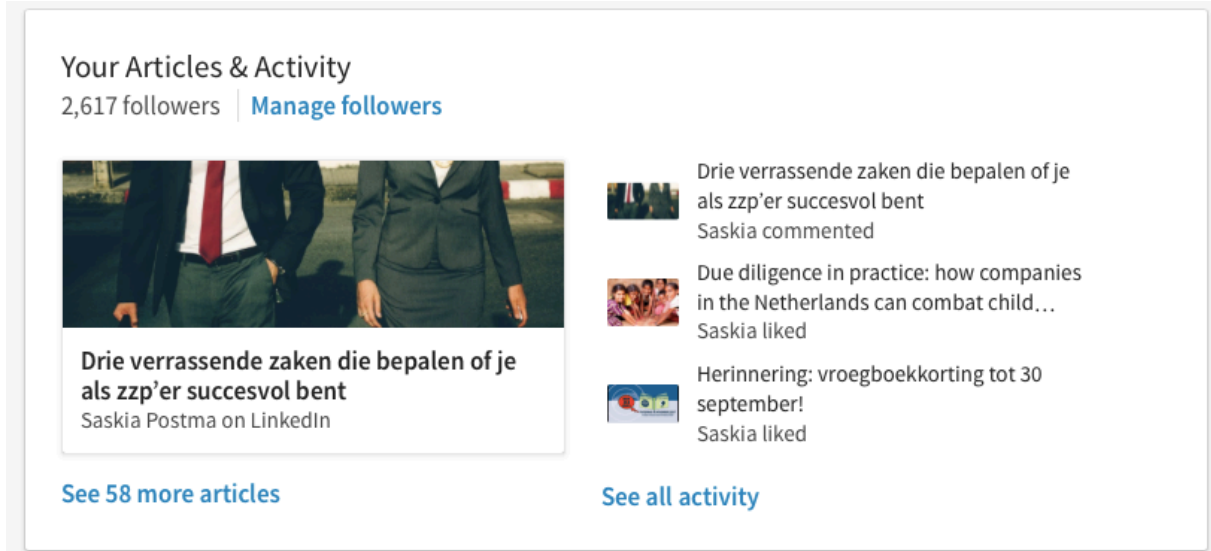
Bloggen via LinkedIn (voor wie het leuk vindt om te schrijven)



Als je kiest voor **Write an article** verschijnt er een scherm waarop je jouw tekst kunt invoeren. Deze tekst kun je ook nog opmaken en van een foto voorzien.

Vervolgens kun je deze blog publiceren (met de knop Publish) en jouw artikel verschijnt op de startpagina van jouw netwerk en komt dit artikel ook bij jouw eigen profiel te staan.

Jouw artikelen komen dan bij je profiel te staan. Bijgaand een voorbeeld van mijn eigen LinkedIn:



Moet je over veel kennis beschikken om actief te zijn op social media?

Veel mensen denken dat ze niets te melden hebben. Maar zelfs een 'schoolverlater' kan zichzelf nog op de kaart zetten. Een leuk voorbeeld van personal branding via het internet, gaat over Tom Gouman een net afgestudeerde socioloog die zichzelf op de kaart zette.

Tom is in 2010 afgestudeerd als socioloog en hij heeft in 2011 een informatief boek uitgebracht over personal branding en social media. Met zijn studie sociologie, die kijkt naar de mens in relatie tot anderen, heeft Tom een bepaalde kijk op de ontwikkelingen binnen social media. Die visie is hij gaan delen op Twitter en via artikelen in de vorm van een blog.

Op deze wijze is Tom opgevallen bij SDU uitgevers die hem benaderden om een boek te schrijven en ook vond hij al snel na zijn afstuderen een interessante baan bij een gerenommeerde consultancyfirma. Tom heeft zijn personal branding via social media dus bijzonder goed gedaan

Nog een voorbeeld hoe je door middel van een blog zichtbaar wordt als expert

Blog van Peter van den Berg (ex Rabo-medewerker)

De rol van Business Control bij High Performance Organisaties

Published on February 9, 2017



Peter van den Berg | ✓ Following
Financieel Manager | Business Controller | Energiek | V...
[7 articles](#)



34



7



7

Wat is toch de succesfactor van organisaties die excelleren? Organisaties die FD Gazellen winnaar zijn, ondernemersprijzen winnen of als non profit organisatie een kwaliteitskeurmerk ontvangen? Wat kunnen organisaties van hen leren?

Volgens de publicaties van dr. Andre de Waal en Marco Buschman in zijn boek “Verbindend Vermogen” worden High Performance Organisaties (HPO’s) gekenmerkt door vijf factoren:

En de reactie:

Show previous comments



Maarten Verheul
Exchanging knowledge and experience about Finance

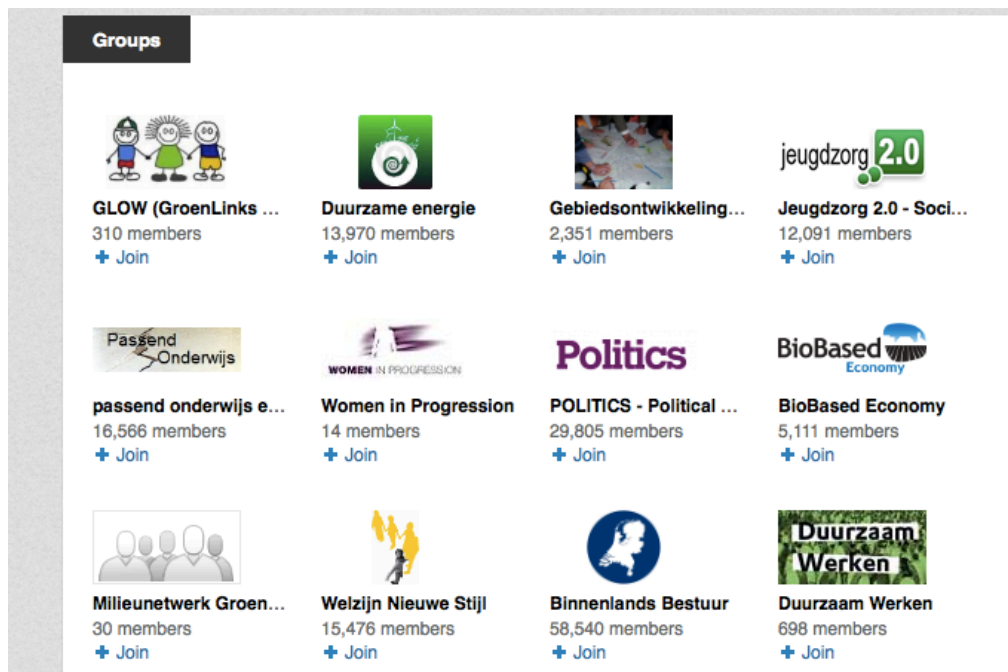
7mo ...

Peter van den Berg Zou je dit weer eens in onze groep kunnen plaatsen? De grootste LinkedIn groep voor Finance Executives in Nederland is onze groep Finance Executives Netherlands. Wil je lid worden kijk dan naar de volgende link: <https://www.linkedin.com/groups/3930381>

Like Reply | 1 Like · 1 Reply

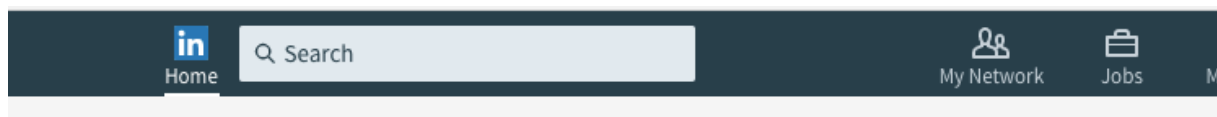
Deelnemen in LinkedIn-groepen

Het is leuk om lid te worden van groepen en hier deel te nemen in de discussies met vakgenoten. Een makkelijke manier om te zien van welke groepen mensen lid zijn is door bij iemand onderaan zijn profiel zijn groepen te bekijken. Je kunt dan zelf ook lid worden van de groepen die je interessant vindt, door te klikken op [+ join](#).

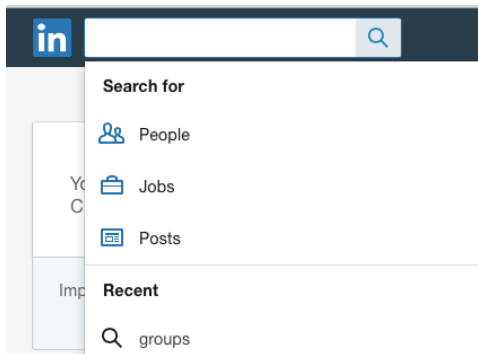


Hoe zoek je naar interessante groepen in LinkedIn?

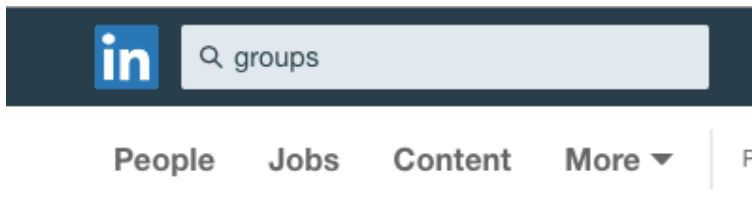
- Kijk bovenin de balk bij **Search**



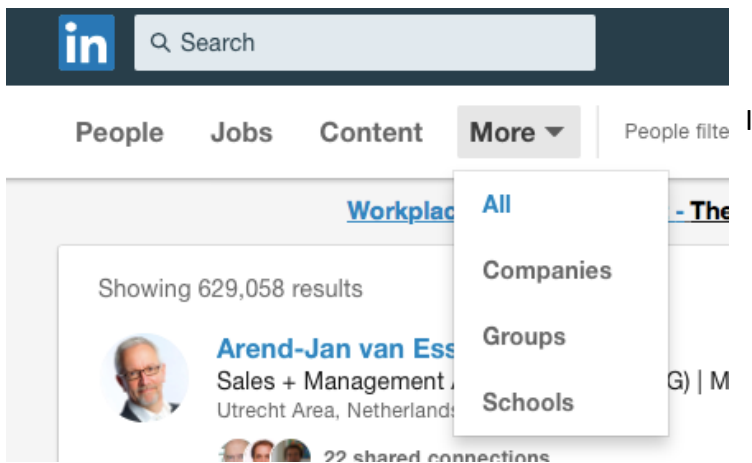
- Klik dit open en scroll naar beneden.
- Klik op **Groups**



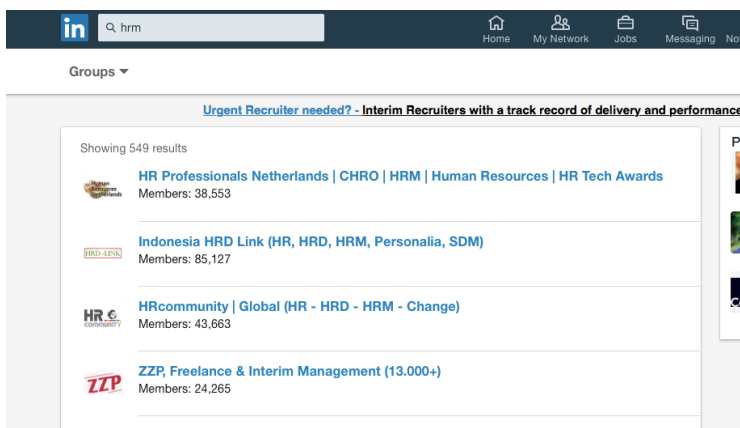
➤ Vervolgens krijg je dan een scherm met de optie **MORE**

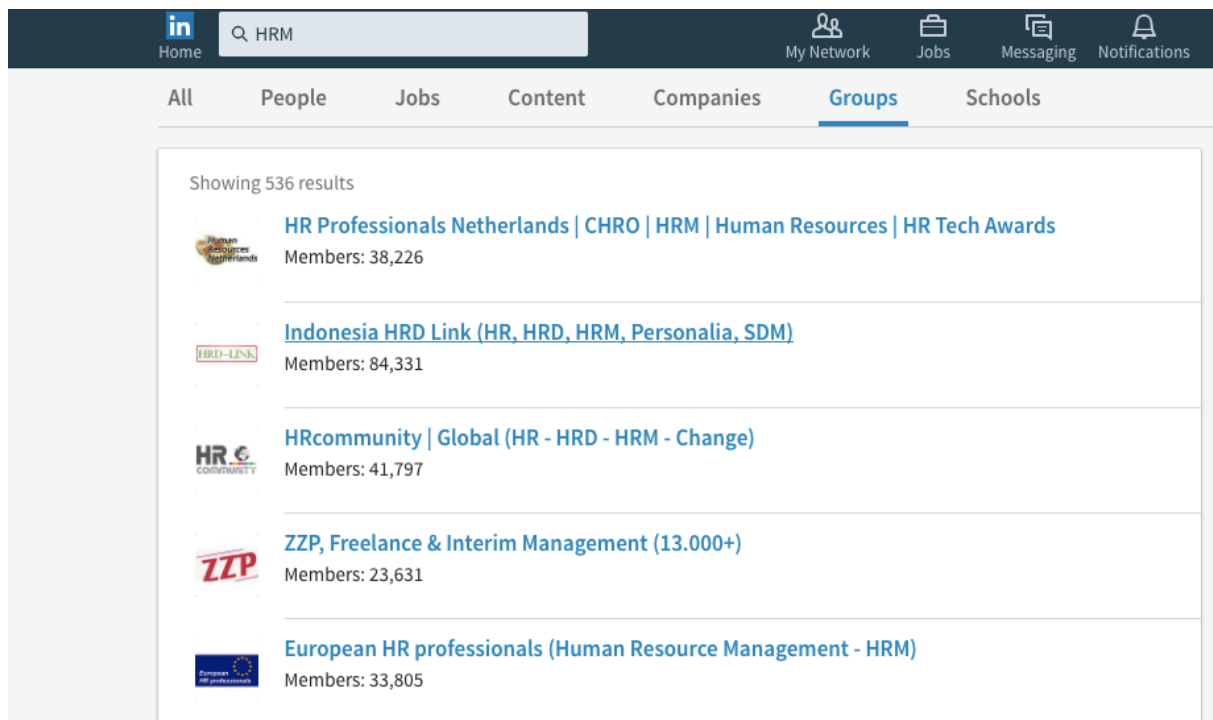


➤ Klik dit aan en vervolgens kies je weer **Groups**

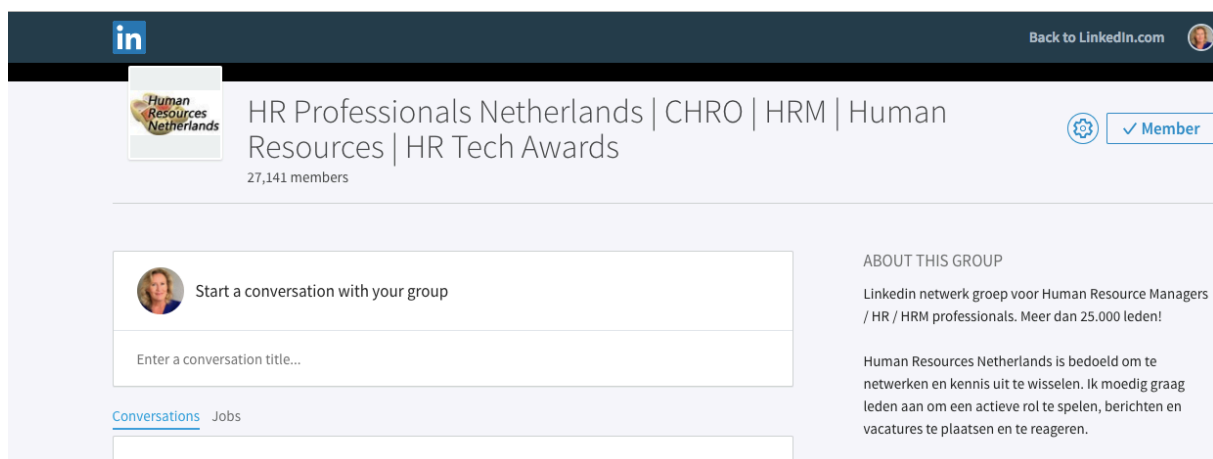


Kies nu het item waarop je wilt zoeken. Bijvoorbeeld groepen waar HRM managers zitten.





Als je een groep aanklikt kun je zien hoeveel leden de groep heeft en wat de groepsregels zijn etc. Je kunt vervolgens aangeven dat je lid wilt worden. Vaak duurt het even voordat je als lid wordt geaccepteerd.



Je kunt daarna de discussies in een groep volgen en er zelf op reageren.

Bijgaand twee voorbeelden van discussies in een groep.

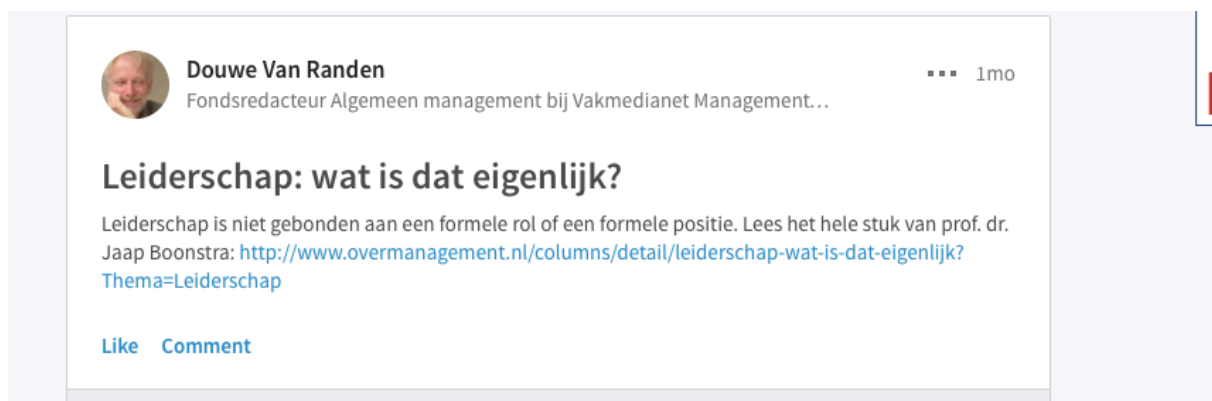


Martin van Staveren 1mo
Enthusiastic risk management consultant & trainer: supports organizat...

Risicogestuurd Werken - Wat is hier nieuw aan?

'Wat is er nieuw aan dat genomineerde boek van je?' Die vraag werd me onlangs gesteld, bij een kennissessie waarin ik over Risicogestuurd werken in de praktijk vertelde. Er zijn immers al de nodige boeken over risicomangement. Dat klopt. En toch ver... Show more

Like Comment



Douwe Van Randen 1mo
Fondsredacteur Algemeen management bij Vakmedianet Management...

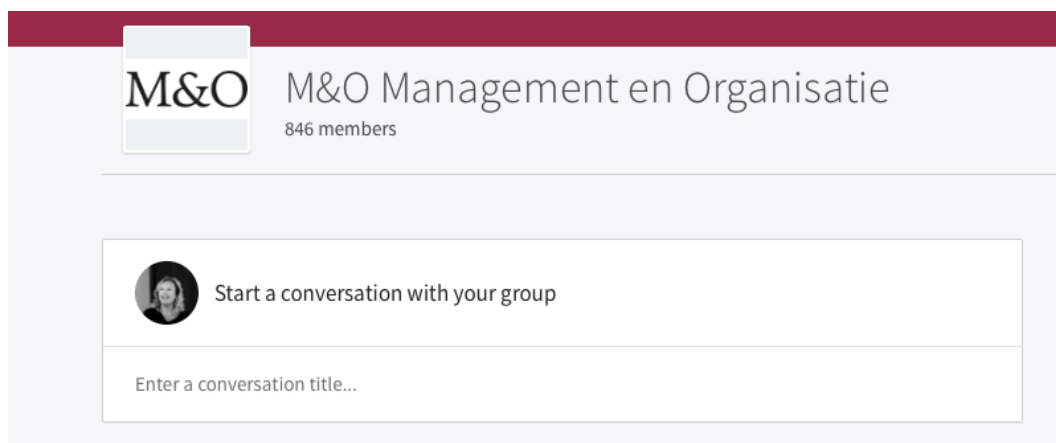
Leiderschap: wat is dat eigenlijk?

Leiderschap is niet gebonden aan een formele rol of een formele positie. Lees het hele stuk van prof. dr. Jaap Boonstra: <http://www.overmanagement.nl/columns/detail/leiderschap-wat-is-dat-eigenlijk?Thema=Leiderschap>

Like Comment

Je kunt ook zelf een discussie in een groep starten.

Je krijgt dan het schermje: Start a conversation:



M&O M&O Management en Organisatie
846 members

Start a conversation with your group

Enter a conversation title...

Wat doe je als iemand jouw Linkedprofiel heeft bekeken?

Dan stuur je natuurlijk even een leuk mailtje. Bijvoorbeeld iets als :

Beste [Naam],

Bedankt voor het bezoeken van mijn profiel, Ik ben altijd even benieuwd hoe je op mijn profiel terecht bent gekomen. Was dat via een artikel? Ik zie op jouw profiel[persoonlijke touch]. Het lijkt mij leuk om met je te connecten'.

Ik help[onderwerp]. Is dit iets wat voor jullie momenteel belangrijk is?

Groeten,

[jouw naam]

TIP:

Wanneer je een zeer complete handleiding over het gebruik van LinkedIn zoekt, ga dan naar de website van Corinne Keijzer. Je kunt hier een zeer uitgebreide actuele handleiding downloaden:

<https://www.corinnekeijzer.nl>

BIJLAGE: NOG WAT VOORBEELDEN VAN SAMENVATTINGEN:

Voorbeeld profiel HR manager

Hoe werk je met plezier aan je duurzame inzetbaarheid, als verandering de enige constante factor is? Ik ben een HR manager met een passie voor groei en ontwikkeling: ik daag mensen graag uit het beste uit zichzelf te halen om goed te functioneren in deze snel veranderende maatschappij!

RUIME ERVARING OP GEBIED VAN:

Ruim 15 jaar ben ik werkzaam op HRM-gebied, zowel in leidinggevende als uitvoerende functies. Hierbij verzamelde ik expertise op het gebied van veranderingsmanagement, loopbaanbegeleiding, en re-integratie op. In het speelveld tussen directie, afdelingen, vakbonden en OR ben ik goed thuis. In de afgelopen 16 jaar heb ik bij reorganisaties honderden mensen gecoacht bij hun loopbaan en hun persoonlijke ontwikkeling. Een grote uitdaging was het opzetten van een Loopbaancentrum (2x) om de mobiliteit in de organisatie te stimuleren, zodat managers en medewerkers de volgende stap in hun carrière konden maken.

WAT MIJKENMERKT: Mijn omgeving typeert mij als een zelfstarter die graag netwerkt en op verbindende wijze samenwerkt. Iemand die weet hoe de hazen binnen een organisatie lopen. Stevige gesprekspartner en (positief) kritische vragensteller die over overtuigingskracht beschikt. Snelle denker die ambitieuze doelstellingen vertaalt naar praktische oplossingen en resultaten behaalt.

SPECIALTIES: HR management | HR consulting | projectcoördinatie | loopbaanbegeleiding en coaching | duurzame inzetbaarheid en vitaliteit | performance management | learning & development | strategische personeelsplanning | arbeidsmarktbeleid

Voorbeeld profiel ICT Programma-/Projectmanager

Als er IT-projecten spelen waar onder grote tijdsdruk ambitieuze resultaten bereikt moeten worden, word ik enthousiast. Er moet resultaat geboekt worden onder bijzondere omstandigheden.

■ Verandermanagement van business & ICT.

Sinds 1986 ondersteun ik organisaties met een frisse kijk op IT en business vraagstukken. Vaak kom ik binnen als de koers gewijzigd moet worden omdat de organisatie niet meer weet hoe het (project) verder moet. Er is behoefte aan iemand die vertrouwen en rust uitstraalt, iemand die een duidelijk koers uit kan zetten en die op een heldere logische manier kan uitleggen. Complexe zaken begrijpelijk maken, ook voor niet-ICT-ers. Mijn bemoeienis varieert van advies tot interventie en van second opinion tot het voorbereiden en uitvoeren van projecten. Het liefst werk ik voor organisaties die maatschappelijk het verschil willen maken en waar gedreven mensen werken. Dit alles wel met een zakelijke insteek.

■ Commitment voor succes

Wat ik vaak van opdrachtgevers hoor: “In no-time geef jij weer richting en daarbij doe je als het moet ook zware ingrepen. Je hebt een groot talent om gelijktijdig in je opdracht taken, doelen, belangen, risico's en financiën onderling in samenhang af te wegen. Je doorgrondt theorieën en vormt het om in voor jou en anderen begrijpelijke stappen, structuren en processen.”

■ Voorbeelden van recente projecten

- Inrichten IT-governance en ICT-regieorganisatie.
- Europese aanbesteding ICT-dienstverlening via methode Best Value (Prestatie-inkoop).
- Pilot inzet van blockchain en big data voor de (jeugd)strafrechtketen.
- Inrichten IT-governance en CIO-office.

Voorbeeld profiel Adviseur voor ondernemers

► Met mijn bedrijfskundige / financiële achtergrond én meer dan 16 jaar ondernemerservaring, help ik dagelijks ondernemers met hun financiële, operationele of commerciële vraagstukken.

Ik ben een ondernemer die jou antwoord kan geven op vragen als:

- Hoe zet ik een bedrijf op?
- Hoe organiseer ik mijn bedrijf beter?
- Mijn omzet loopt terug. Hoe moet ik dit aanpakken?
- Welke groeistrategie moet ik hanteren? Franchise, licentie, anders?
- Ik ga mijn aandelen verkopen, waar moet ik op letten?
- Ik wil graag samenwerken met andere partijen, maar hoe moet ik dit vormgeven?
- Ik heb meer werkkapitaal nodig. Op welke manier kan ik dit regelen?
- Hoe krijg ik meer bezoekers naar mijn website?
- Hoe richt ik mijn processen beter in zodat ik inzicht en rust krijg?

Naast mijn eigen expertise maak ik tevens gebruik van de expertise van de professionals uit mijn LinkedIn-netwerk. Inmiddels meer dan 9.000 connecties.

► INTERESSE?

Bel, mail of link met mij! In een vrijblijvend (telefonisch) overleg, ga ik graag met je in gesprek over jouw business en kom altijd wel met een suggestie of idee dat jou verrast, inspireert of motiveert.

Voorbeeld profiel bedrijfsjurist met een concreet voorbeeld van een project

Bij veel organisaties worden juridische zaken geassocieerd met saai, lastig, tijdrovend en kostbaar. Juridisch advies wordt dan meestal te laat ingewonnen waardoor niet meer het beste resultaat voor de organisatie kan worden bereikt. Het is mijn passie om juridische uitdagingen **tijdig** op een praktische wijze te identificeren, **hanteerbaar te maken en op te lossen**. Hoe groot of klein de zaak ook is.

Door mijn jarenlange ervaring als bedrijfsjurist en manager van een juridische afdeling van Center Parcs, ben ik een praktisch ingestelde, no-nonsense bedrijfsjurist. Ik ben gewend om in complexe situaties het overzicht te houden en altijd een werkbare oplossing te vinden waarbij commerciële en juridische argumenten in balans zijn. Legal management van projecten en contracteren (verbintenissenrecht en ondernemingsrecht) zijn mijn expertises.

Zo heb ik de juridische projectbegeleiding gedaan bij de uitbesteding van de catering in meerdere landen (± 5.000 werknemers). Naast de coördinatie van een internationaal team met gespecialiseerde advocaten, zorgde ik dat de inhoud van de contracten klopte. De directie werd dagelijks van een praktische update voorzien met alleen de juridische en commerciële kernpunten waarover hun besluitvorming nodig was. Men kon zo snel en weloverwogen besluiten nemen. Dit zorgde ervoor dat de tijdsplanning werd gehaald met solide en werkbare contracten.

Voorbeeld van het profiel van een manager Finance

Mijn intrinsieke motivatie en maatschappelijke betrokkenheid is groot. Ik voel me thuis in een organisatie “waar werk aan de winkel is” en die op het snijvlak van klant/medewerker/kwaliteit, de organisatie wil verbeteren.

Met accountancy als achtergrond heb ik vanuit de financiële rapportage opzet en analyse snel door heb wat er moet gebeuren, veranderen of verbeteren. Ik heb veel ervaring in de opzet van de planning en control en begrotingscyclus en weet KPI's om te zetten in een begrijpelijke rapportage. Bij alle vraagstukken zorg ik dat de klant centraal staat, zijn de medewerkers het belangrijkste kapitaal en de kwaliteit van de dienstverlening van het hoogste niveau. Met mijn ervaring op het gebied van Lean Agile werkmethoden (Green / Black Belt, Scrum Master) en interim projecten, weet ik hoe je met veranderende omstandigheden omgaat en wat continu verbeteren is. Ik ben gewend om leiding te geven aan een organisatie of afdeling. Ik ben daarnaast een natuurlijke partner voor management en stakeholders.

Mijn omgeving ziet mij als een echte people manager. Mijn werkstijl is gebaseerd op samenwerken en verbinden, organiseren en structuur aanbrengen, vooruitgang en prestaties boeken. Dat doe ik op een sportieve en speelse manier. Ik sport veel, ben energiek. Met humor en een positieve kijk op het leven kan ik mensen enthousiasmeren en motiveren.