



Een compleet profiel op LinkedIn

Als je gevonden wilt worden door andere mensen, waaronder potentiële klanten, moet je een goed LinkedIn profiel hebben. Ook als je anderen wilt uitnodigen tot je netwerk, is het belangrijk dat je profiel compleet is. Zo kunnen andere mensen besluiten of ze wel/niet met je willen connecten.

Daarnaast biedt een compleet profiel je de mogelijkheid om je zichtbaarheid te vergroten. Ik wil nadrukkelijk naar voren komen als onder andere **'social media adviseur'**. Die termen vind je terug in mijn profiel en zodoende wordt mijn profiel goed gevonden door Google. Een goed LinkedIn profiel versterkt je personal brand. Google indexeert je Public Profile, dus je moet er ook voor zorgen dat deze compleet is en klopt.

Toch hebben veel mensen moeite met het opbouwen van een goed profiel. Daarom heb ik deze checklist ontwikkeld, om jouw profiel op LinkedIn op 15 punten na te lopen. Ik zal ze stuk voor stuk behandelen en feedback geven op datgene wat ik geconstateerd heb. Indien er voor een nieuw profiel gekozen wordt, dient het infoveld ingevuld te worden.

Als je alle stappen in de lijst naloopt, zal ook jij een professioneel en pakkend LinkedIn profiel hebben. Op deze manier zul je beter gevonden worden door je doelgroep.

1. Naam:

In dit veld hoef je alleen je naam in te vullen, zonder toevoegingen. Zorg voor de naam die je ook in je professionele omgeving gebruikt.

Naam:	
-------	--

2. Foto:

Kies voor een professionele foto. Gebruik geen feest- of vakantiefoto's, omdat LinkedIn een professioneel netwerk is. Het tonen van je gezicht is hierbij voldoende, met eventueel een gedeelte van de schouders. Zorg dat het een actuele en duidelijke foto is, zodat mensen je in het echt ook kunnen herkennen. Het gebruik van een foto geeft mensen vertrouwen, want op deze manier laat je zien dat je het medium serieus neemt.

Foto: (80x80 pixels)	
----------------------	--

3. Professional Headline:

Het is van belang dat je hier voor woorden kiest, waarop je gevonden wilt worden op internet. Je kunt er hier voor kiezen om je functie te vermelden, maar je kunt ook keywords opnemen. Dit mag je zelf bepalen. Wil je bijvoorbeeld gevonden worden op *'communicatieadvies'*, dan is het belangrijk dat je deze keywords hier opneemt. Maar je kunt ook kiezen voor *'Marketing Manager bij KPN Nederland'* bijvoorbeeld. Onthoudt wel dat de headline erg belangrijk is, omdat dit het eerste is wat mensen zien als ze zoeken in LinkedIn. Daarnaast wordt dit getoond als je

antwoord geeft in een Group. De headline kan een reden zijn om door te klikken naar je profiel, of juist niet!

<i>Professional Headline:</i> (120 karakters)	
--	--

4. Status update:

Heb je geen Twitter, maar wil je jouw netwerk wel graag op de hoogte houden van wat je doet? Gebruik dan de Status Update. Het is een leuke en interactieve manier om andere mensen te vertellen wat je aan het doen bent. Je hebt 100 tekens om dit te doen. Wat kun je hier vermelden? Denk aan een nieuw interessant artikel, een interessante gebeurtenis of iets anders wat relevant is voor jouw netwerk. Vergeet niet om hierbij te kiezen dat het zichtbaar is voor een ieder.

<i>Status update:</i>	
-----------------------	--

5. Public Profile:

Het is belangrijk dat je jouw eigen naam gebruikt in de Public Profile URL van je account. Dit kun je personaliseren door je eigen naam te gebruiken. Dit zal jouw online zichtbaarheid veel goeds doen en je positie in Google verstevigen. Ook kun je de URL gebruiken in je e-mail handtekening. Mijn Public Profile is: <http://www.linkedin.com/in/marvindereuver>

<i>Public Profile:</i>	
------------------------	--

6. Summary:

De Summary bied je de mogelijkheid om een vrije tekst in te vullen. Zorg er voor dat het er overzichtelijk uitziet, gebruik bijvoorbeeld bulletpoints of andere tekens. Dit maakt het makkelijk leesbaar voor de bezoekers van jouw profiel. Te veel tekst is ook niet goed, want mensen scannen je profiel. Schrijf ook in de 'ik' vorm, want het verhaal gaat over jou! Geef hier antwoord op minimaal de volgende vragen:

<i>Wat doe je?:</i>	
<i>Wat zijn jouw drijfveren?:</i>	
<i>Wat heb je mensen te bieden?:</i>	
<i>Wie is jouw doelgroep?:</i>	
<i>Hoe kunnen mensen jou bereiken?:</i>	

7. Specialties:

Dit is de plek om jouw vaardigheden en kennis te delen, die je in de loop der jaren hebt opgebouwd. Deel hier je expertise en geef aan, waar jij goed in bent. Maak hier een goede en overzichtelijke opsomming.

<i>Specialties:</i>	
---------------------	--

8. Experience (werkervaring)

Je kunt hier zoveel bedrijven als je wilt. Alle bedrijven waarvoor je hebt gewerkt kunnen hier ingevuld worden en dat zou ik ook doen. Op deze manier is het gemakkelijk om met ex-collega's in contact te komen en kunnen andere mensen je vinden. Heb je meerdere functies gehad, vul dan je hoogst genoten functie in. Vermeld kort in de omschrijving:

<i>Wat zijn de werkzaamheden van het bedrijf?:</i>	
<i>Wat was jouw rol?:</i>	
<i>Wat zijn de door jouw behaalde resultaten?:</i>	
<i>Indien geoorloofd: voor welke klanten werkte dit bedrijf?</i>	

9. Education (opleidingen)

Hier moet je alle scholen en opleidingen die je hebt gevolgd invullen. Zodoende kunnen oud-klasgenoten van dezelfde school jou weer vinden. Als je bijvoorbeeld samen met iemand hebt gestudeerd en tegelijk ook actief was in een vereniging, dan hebben jullie een band. Het is iets gemeenschappelijks. Dit kan een sterke of een iets zwakkere band zijn, maar jullie kennen elkaar wel. Deze relatie kan nog een keer van pas komen. Geef hier antwoord op:

<i>Naam van de opleiding?:</i>	
<i>Periode?:</i>	
<i>Omschrijving van de opleiding?:</i>	
<i>Bijzondere activiteiten?:</i>	

10. Personal information/contact settings

In deze velden kun je er voor kiezen om persoonlijke contactgegevens te vermelden. Wanneer contacten je pagina raadplegen, kunnen ze precies zien hoe ze contact met je op kunnen nemen. Vermeld hier je telefoonnummer, e-mail adres, Skype naam en geboortedatum. Ook is het verstandig om aan te geven waarin je geïnteresseerd bent. Wanneer je openstaat voor 'job offers' kunnen recruiters contact met je opnemen.

<i>Persoonlijke informatie?:</i>	
<i>Contact informatie?:</i>	

11. Websites

Vul hier bij voorkeur 3 websites in. Kies bijvoorbeeld voor je zakelijke website of andere websites waarop je actief bent. Is dat geen optie? Kies dan voor projecten waaraan je hebt meegewerkt, dit is ook nuttige informatie. Tip: werk met de knop 'other' en geef dan een eigen omschrijving.

<i>Website 1?:</i>	
<i>Website 2?:</i>	
<i>Website 3?:</i>	

12. Recommendations

Om een 100% profiel te kunnen krijgen heb je minimaal 3 recommendations nodig. De kunst hierbij is om, om recommendations te vragen bij klanten waarmee je reeds hebt samengewerkt. Na een project zijn mensen je dankbaar, vraag hen om hun dankbaarheid te uiten middels een aanbeveling. Vraag ze antwoord te geven op wat jullie hebben gedaan en waarom ze zo tevreden over je zijn?

Beveel zelf ook andere mensen binnen je netwerk aan. Doe dit wel oprecht met mensen waarmee je succesvol samen hebt gewerkt en je ook tevreden over bent. Richt je hierbij vooral op mensen met een groot netwerk of een voor jou relevant netwerk, want dit vergroot jouw zichtbaarheid.

<i>Vraag om 3 recommendations bij:</i>	1
	2
	3

13. Twitter

Heb je al een account op Twitter? Koppel deze dan met je LinkedIn account. Het geeft je de mogelijkheid om je Twitter berichten door te sturen naar link. Denk hier wel over na, want niet elk bericht op Twitter is relevant voor je professionele netwerk op LinkedIn. Stuur maximaal 1 relevant bericht per dag door naar LinkedIn, via de optie #in.

<i>Twitteraccount?:</i>	
-------------------------	--

14. Groups

De LinkedIn Groups bieden je de mogelijkheid om te discussieren over onderwerpen met andere LinkedIn gebruikers. Het lid worden van Groups biedt jou als gebruiker meerdere voordelen. Wordt lid van grote groepen en vergroot je zichtbaarheid. Zoek naar relevante groepen en kies voor de grootste. Zo kun je jouw expertise tonen, discussieren en leren van andere gebruikers, berichten versturen naar groepsleden en makkelijk connecten met leden uit dezelfde Groups. Hier mijn advies van welke groepen je lid kunt worden:

<i>Groepen waar je klanten zich begeven?:</i>	1 2 3
<i>Groepen waar je brancheleden zich begeven?:</i>	1 2 3
<i>Andere relevante groepen?:</i>	1 2 3 4 5 6

15. Applications

LinkedIn biedt een hoop extra mogelijkheden onder de optie 'applications'. De applications Box.net, Slideshare presentations, Wordpress en Events zijn zeer interessant.

Box.net

Dit biedt jou de mogelijkheid om interessante documenten met je netwerk te delen. Wanneer je deze applicatie vult met bestanden, dan kunnen bezoekers aan je profiel deze bestanden downloaden. Hier kunnen zij weer voordeel uit halen en jouw expertstatus doen stijgen.

Slideshare presentations

Ergens een zakelijke presentatie gegeven, die ook gedeeld mag worden met de buitenwereld? Slideshare biedt haar gebruikers de mogelijkheid om presentaties met de buitenwereld te delen. Slideshare plaatst de presentaties automatisch door naar het gekoppelde profiel. Op deze manier kunnen de gebruikers de presentaties direct bekijken en kennis vergaren.

Wordpress

Ben je actief op een Wordpress blog of heb je een eigen Wordpress blog? Koppel deze dan met de Wordpress applicatie. Dan worden alle artikelen automatisch verstuurd naar je profiel en kunnen bezoekers zien, waar jij over schrijft. Uiteraard gaat dit over je vakgebied.

Events

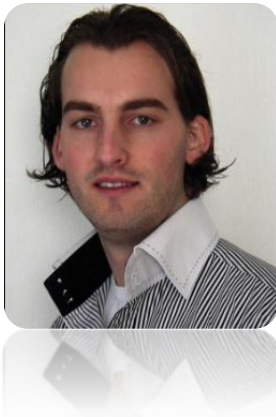
In de categorie Events kun je aangeven welke evenementen jij bezoekt. Een ander voordeel is dat je kunt zien, waar jouw netwerk naartoe gaat. Welke evenementen bezoeken brancheleden en waar kun je klanten ontmoeten. Zo ben je altijd op de hoogte van nieuwe interessante evenementen.

<i>Box.net:</i>	
<i>Slideshare:</i>	
<i>Wordpress:</i>	
<i>Events:</i>	

Nadat alle 15 stappen zijn doorlopen en volledig zijn ingevuld, zal het profiel een percentage van 100% vertonen. Nu dat het profiel compleet is, zal je voorrang krijgen op andere gebruikers en hoger in de zoekopdrachten verschijnen. Ook kan Google het profiel beter indexeren en sneller weergeven.

Een compleet profiel draagt ook bij aan de kennis- en vertrouwensfactor. Een bezoeker aan jouw profiel kan voldoende kennis op doen over jouw expertise, behaalde resultaten, genoten opleidingen en werkervaring. Daarnaast krijgt hij vertrouwen in jouw, omdat hij ziet dat je het netwerken op LinkedIn serieus neemt. Zodoene kan er een beter keuze gemaakt worden om wel of niet met je te connecten. Daarbij nodigt een compleet en aantrekkelijk profiel, eerder uit om met iemand te connecten.

De lijst '[Een compleet profiel op LinkedIn](#)' is opgesteld door en eigendom van



[Marvin de Reuver](#)
Social media adviseur bij

De Reuver Consultancy

Website: www.marvindereuver.nl
E-mail: info@marvindereuver.nl
Tel: 06 - 21 55 15 95