

Netwerken met LinkedIn

een naslagwerk van Welzijn 3.0

Inleiding

LinkedIn is het standaardplatform voor zakelijk online netwerken geworden in Nederland. Per week komen er duizenden mensen bij. De kracht van LinkedIn is het delen en uitbreiden van netwerken, van meningen, kennis en ervaring.

Bij het zoeken en vinden van werk is LinkedIn niet meer weg te denken. Het UWV raad werkzoekenden aan een profiel aan te maken als onderdeel van het zoekproces naar nieuw werk. ZZP-ers vergaren er nieuwe opdrachten door. Maar ook wanneer je in loondienst bent is dit de plek waar jij kan laten zien wat je in huis hebt en waar je ambities liggen.

Een heel belangrijk platform dus, wanneer je -ander- werk zoekt of jezelf zakelijk wil tonen. Neem het aanmaken van je profiel serieus en wees eerlijk bij het invullen van alle onderdelen. Jij hebt hier de mogelijkheid om jezelf zakelijk te profileren, dus doe dat goed. Hou dat bij het lezen van deze handleiding altijd in je achterhoofd. Ook als je straks zelf op LinkedIn actief bent.

Ik heb deze handleiding samengesteld omdat er binnen zorg en welzijn veel behoefte is aan kennis over dit platform. In deze sector wordt flink bezuinigd en verliezen collega's hun baan. Zij moeten dus op zoek naar ander werk, misschien ben jij dat zelf ook?

Ik probeer hiermee een begrijpelijk overzicht te geven over wat LinkedIn is, waaruit het is opgebouwd en hoe je er actief mee om kan gaan. Ik behandel daarom niet alle functies en knoppen, maar wel die voor een snelle maar goede start belangrijk zijn. En in willekeurige volgorde omdat je daar zelf op je profiel in kunt schuiven, naar eigen inzicht.

De niet behandelde functies mag je zelf ontdekken, je doet niet snel iets fout. En er zijn talloze publicaties in boekvorm en op internet te vinden over LinkedIn. Kijk dan wel of dat een beetje van recente datum is. Ook LinkedIn verandert nu en dan de opzet en functies.

Ik hoop dat dit jou verder helpt. Veel succes!

Hans Versteegh, de sociaalste social media trainer

Linkedin rust op twee pijlers

Voor het gemak hak ik LinkedIn in twee stukken. Het profiel en je zakelijke netwerk.

1. Het profiel.

Met het profiel laat je de wereld zien wie je bent en waarvoor men bij jou (en jouw connecties) terecht kan. Het nodigt mensen uit contact met je op te nemen. In het eerste deel van deze handleiding neem ik je stap voor stap mee in de verschillende onderdelen van jouw profiel. Met als doel het zo compleet en relevant mogelijk te maken.

2. Het netwerk.

Je LinkedIn netwerk is het tweede belangrijke onderdeel van het platform. Met jouw profiel uit deel 1 ga je de boer op binnen je netwerk en probeer je mensen aan je te binden. In deel twee van deze handleiding leer je waaruit jouw netwerk op LinkedIn ideaal gezien bestaat en lees je over de verschillende manieren waarmee je dit op kan gaan bouwen.

Deel 1. HET PROFIEL

Aanmaken

Ga als eerste op internet naar www.linkedin.com

Vul de velden in bij "nieuw profiel aanmaken" en gebruik een geldig e-mailadres. Je krijgt daar zo meteen een bevestigingsmail op.

Verzin een wachtwoord.

Kies je land.

Beschrijf kort wat je nu doet. Dat kunnen we later nog veranderen.

Kies een industrie die het best bij je past. Dat is nog wel een ding wanneer je ontdekt dat die van jou niet genoemd staat.

Bevestig nu de e-mail die LinkedIn je stuurt op je opgegeven e-mailadres. (2x klikken)

Log in met je wachtwoord.

Maak nu je profiel aan met de volgende onderdelen:

Jouw foto.

Plaats altijd een representatieve foto van jezelf. Maak er geen feest van. Geen vakantie foto met een zonnebril op je hoofd! Of foto's van jou met je beste vriendin. Of foto's waarop je met je hobby bezig bent, of met je (klein-) kind. Hou het zakelijk. LinkedIn is een zakelijk netwerk.

Zorg dat je ogen goed te zien zijn, kijk in de camera. Laat je hoofd en het bovendeel van je borst zien. Zorg voor zakelijke kleding en een rustige achtergrond.

Achtergrondfoto.

Deze komt boven aan je profiel te staan. Zoals Facebook dat al langer heeft. Plaats ook hier geen vakantie foto maar een foto van een zakelijke omgeving. Bijvoorbeeld een waar jij zelf op te zien bent tijdens je werk. Of van je doelgroep. Of je kantoor / werkplek. Of een onderdeel van je huisstijl. Of een foto die jouw persoonlijkheid weerspiegelt.

Koptekst / Professional Headline.

Samen met je foto is dit het eerste dat anderen van je te zien krijgen in overzichten. Dit is ook zichtbaar wanneer jij straks op een ander reageert. Het bepaalt de eerste indruk die anderen van je gaan krijgen via LinkedIn.

Geef hier je naam plus een korte omschrijving van jezelf. Je functie bijvoorbeeld.

Zet hier in ieder geval niet je telefoonnummer bij! Dat staat opdringerig. Daar heeft LinkedIn een andere plek voor, nl. bij je persoonlijke gegevens.

Dit moet je dus zorgvuldig moet invullen. Hoewel het later aangepast kan worden. Let op, LinkedIn verplicht je niet om deze in te vullen maar doe dit altijd! Het is het gedeelte dat mensen zien als ze jouw profiel gevonden hebben. Wie ben je? Kijk hierbij door de ogen van de anderen. Welk probleem kun jij oplossen voor de ander? Of wat zoek jij?

Tip: Gebruik hierbij trefwoorden en verwijs naar een / jouw website.

Tip: Gebruik een URL in de verkorte versie. Die krijg je op www.bitly.com

Status Update.

Het witte gedeelte onder de koptekst is de status update: Waar ben je NU mee bezig? Wat je hier invult, wordt zichtbaar op het activiteitenoverzicht van al jouw eerste-graads contacten.

Je kunt hier ook een vraag stellen. Bijvoorbeeld een vraag over een vacature. Of dat je werk zoekt. Wees hierbij altijd concreet, dus hoe specifieker de vraag, hoe gericht de antwoorden. Er zijn voorbeelden van mensen die zo een huis in de aanbieding hebben gedaan en daadwerkelijk hebben verkocht.

Advies: pas minimaal een keer per week de Status Update aan door een bericht te maken, iets te delen of interessant te vinden van een ander.

Huidig / Current.

Hier beschrijf je welke banen of posities je op dit moment hebt. Noem je werkgever of bedrijf en de functie die jij daarbinnen hebt. Noem ook het startjaar en geef aan dat je er nu nog werkzaam bent.

Vorig / Past.

Hier beschrijf je jouw werkervaring en alle functies die je ooit hebt gehad. Dat kunnen ook tijdelijke klussen of bijbanen zijn. Alles waarmee je een sluitend CV krijgt en wat laat zien dat je bereid bent te werken.

Samenvatting / Summary.

Zelf vind ik dit eigenlijk het belangrijkste onderdeel van je profiel. Hier heb jij de volledige ruimte om te laten zien wie jij bent en wat jij zoekt. Dit is de plek waar jij een persoonlijke boodschap afgeeft voor iedereen die interesse in je heeft.

"Ik ben ..." Probeer door de ogen van mogelijke werkgevers / klanten te kijken. Welke oplossingen kan jij bieden? Wat heb jij in huis? Waar ben je goed in? Wat kenmerkt jou? Wat zijn jouw Unique Selling Points? Gebruik eventueel rijtjes met opsommingstekens om te verduidelijken.

Veel werkzoekenden en ook ondernemers vinden dit lastig een lastig stukje. “Iedereen is toch een potentiële kans?” Maar hier is het belangrijk dat jij focust op jouw ideale werkgever of klant. Laat die voelen dat jij de juiste persoon bent voor hun probleem. Laat zien dat jij de expert bent die zij zoeken. Dat ze jou nodig hebben en niemand anders.

Zet hier ook eventueel nog een keer je contactgegevens in. Maar focus en hou het beperkt.

Vermeld hier ook jouw droomklussen. Laat je ambitie zien. In welke richting wil jij je ontwikkelen? Bij het uitbreiden van je netwerk kan je dan ook gericht personen benaderen die zo’n functie bekleden en lid worden van groepen met die werkkring en wat daar speelt als onderwerp.

Opleiding / Education.

Vul hier in waar je een opleiding hebt doorlopen door de naam van de instelling te noemen. Dan vertel je welke opleiding dat was en vervolgens ook wanneer. Daarna kan je nog iets kwijt over de inhoud van je opleiding, bijvoorbeeld welke studierichting of specialisatie je hebt gevolgd. En misschien wil je je titel vermelden, of je behaalde cijfers of welke activiteiten je in je studietijd nog meer hebt gedaan die enige link hebben met je studie.

Aanbevelingen / Recommendations.

Dit heb je nodig om 100% te scoren. Je wordt hiervoor beloond waardoor je hoger in de search komt.

Vraag anderen wanneer ze iets positiefs over je zeggen of publiceren, om dit ook in je LinkedIn profiel te doen. En het is wel zo aardig als jij vervolgens een aanbeveling terug schijft.

Hoe meer aanbevelingen je hebt hoe beter.

Aanbevelingen vragen doet bij ons wat Amerikaans aan. Doe maar gewoon dan doe je al gek genoeg. Wij zijn geneigd onszelf niet snel op de borst te slaan. En al helemaal niet om aan anderen te vragen jou de hemel in te prijzen. In Amerika doen ze daar veel minder moeilijk over en gunnen anderen elkaar succes. En wij eigenlijk ook wel, wanneer je met iemand prettig hebt samengewerkt. Overwin dus je schaamte en vraag mensen die tevreden over je zijn dat in een aanbeveling op te schrijven.

Websites.

Op je profiel kunnen klikbare links naar websites komen te staan. Ik zou altijd proberen er tenminste eentje te noemen. LinkedIn duid ze standaard aan als My Websites. Ik raad je aan wat anders kiezen via Overig / Other. Daar heb je namelijk de mogelijkheid de omschrijving aan te passen. Kies onderaan voor “anders.” En er verschijnen twee velden. In het eerste schrijf je een hele korte omschrijving van de website. In het tweede de URL van die website.

Plaats hier websites waarmee je verbonden bent, zoals het werk, belangenorganisaties of netwerkverenigingen. Je mag drie websites noemen. En vergeet niet op te slaan.

Tip: Zet hier de link naar je zakelijke bedrijfspagina op Facebook. Die kan je namelijk nergens anders kwijt. Het verschijnt als klikbare link op je profiel waardoor je het anderen makkelijk maakt jouw pagina een like te geven.

Twitter.

Ook hier verschijnen klikbare links naar Twitter-accounts. Bijvoorbeeld je persoonlijke en/ of je zakelijke account. Of een account dat jij beheert. Vul ze in zodat mensen jou ook daar kunnen gaan volgen. Dat is voor nieuwsgierige mensen een extra service waardoor ze jou nog beter leren kennen. Waar tweet jij over? Welke berichten retweet jij? Wie volg jij en door wie wordt jij gevolgd? Het zijn signalen over wie jij bent en wat jou bezig houdt.

Anderen kunnen uit je berichten op Twitter een beeld van je krijgen door jouw “tone of voice.” Wat is de kleur van je berichtgeving? Ben je behulpzaam, deel je informatie, ben jij vriendelijk en heb je veel interactie met anderen? Of ben je een zeurpiet die z'n irritaties over dienstverleners en het nieuws veelvuldig ventileert en nog wel eens anderen met een andere mening afkat?

Tip: Zie LinkedIn dus niet als iets wat op zichzelf staat. Het is een van de online middelen waarmee jij je aan anderen laat zien. Ook wie jij bent als persoon is voor werkgevers, klanten en collega's van belang. Samen met LinkedIn vormen jouw activiteiten op andere sociale media het totaalbeeld dat een ander van je krijgt.

Aanvullende informatie.

Dit gedeelte bestaat uit drie onderdelen:

- Interesses, waarin ben jij geïnteresseerd? Deze ruimte kan je ook gebruiken voor een kijkje in je privéleven te geven, als je dat leuk vindt.
- Persoonlijke gegevens zoals je geboortedatum.
- Aanbevolen contactmethode. Hoe kunnen mensen het beste met jou in contact komen?

Publicaties.

Hier is ruimte voor jouw publicaties. Artikelen die je schreef, boeken van jouw hand, blogartikelen, enzovoorts. Maar misschien ook filmproducties? Het is geen punt wanneer je hier niks in kan vullen.

Openbaar profiel / Public Profile.

Wat zien anderen van jou? Dit kun je zelf aanpassen. Door op de kleine foto rechtsboven te gaan staan met je cursor en het uitklapmenu in te gaan. Laat je profiel zo veel mogelijk open staan. Mensen zien dan alles wat je aanpast en dat zorgt er telkens voor dat je in beeld komt bij je netwerk. En pas hier de URL van je publieke profiel aan met je voor en achternaam.

Tip: Claim jouw eigen naam (voor- en achternaam) op zo veel mogelijk plaatsen op het internet.

Tip: De LinkedIn-button met jouw profiel of je LinkedIn-URL kun je vaak eenvoudig op websites en in je emailhandtekening plaatsen.

Vaardigheden en onderschrijvingen / Specialties.

Bij iemand die je beter wil leren kennen is dit een handig lijstje. Ik kijk er zelf altijd naar, wanneer ik een nieuwe persoon opzoek. Je kan hier je top-vaardigheden kwijt en vaardigheden die je verder nog bezit. Bij de top-vaardigheden kan je het beste de trefwoorden herhalen uit de koptekst. Je krijgt Engelse suggesties maar kan ze ook zelf maken en toevoegen.

Mensen vinden het leuk om spontaan je vaardigheden te onderschrijven. Jij kan dat natuurlijk ook bij jouw netwerkliden doen. De kans is groot dat ze dan iets vergelijkbaars voor je terug doen. En anders ben je wel weer mooi even in beeld geweest bij die persoon.

Onderscheidingen en prijzen / Honors en Awards.

Misschien niet waar je het eerste aan denkt. Maar het kan een opening zijn voor een gesprek. Welke onderscheidingen of titels heb je ooit gekregen of behaald? Waar ben je trots op. Heb je ooit met een project een prijs gewonnen? Is een publicatie van je bekroond?

Vrijwilliger.

Welk vrijwilligerswerk doe je? Of heb je gedaan? Naast je professionele leven is het interessant te weten te komen wat je in je vrije tijd doet en waar jij je nuttig maakt. Vrijwilligerswerk kan een goede opstap zijn naar een betaalde baan in hetzelfde gebied.

Onder dit kopje kan je ook nog aangeven welke liefdadigheden jij belangrijk vindt en welke organisaties jij steunt. Of je nou geld geeft, een rol in het bestuur hebt, sympathiek vindt, het maakt niet uit.

Instellingen / Settings.

Klik hier alles een keer aan zodat je weet wat je ermee kunt. Onder de kleine profielfoto van jou rechts, onder "accounts en instellingen" kan je kiezen wat andere LinkedIn gebruikers zien als jij hun profiel hebt bezocht. Je kan er voor kiezen anoniem de profielen van anderen te bekijken als je niet bekend gemaakt wil worden.

Tip: gebruik voor het hoofd email adres / primary adress jouw prive adres. Het kan je toekomstige werkgever of nieuwe collega zijn die je een mail stuurt! En je kunt van werkgever wisselen waardoor je eigen profiel onbereikbaar wordt wanneer ze daar jouw emailaccount opheffen.

Profielsterkte.

Dit vind je aan de rechterkant van je profiel. Dit is alleen zichtbaar voor jezelf, probeer te groeien naar 100%. Hiervoor heb je drie aanbevelingen / recommendations nodig. Zie hierover verderop meer bij nummer 10. Dat is in het begin nog niet belangrijk.

LinkedIn helpt je van tijd tot tijd om je profiel verder te verbeteren in een groot blauw vak boven je eigenlijke profiel om de 100% status te benaderen. Je krijgt dan op een makkelijke manier de mogelijkheid ontbrekende informatie alsnog in je profiel op te nemen. Je kan dat doen, of je klikt dit blauwe blok weg of je negeert het. Het is geen verplichting en je krijgt geen strafpunten wanneer je het niet doet.

Uw netwerk op de hoogte stellen?

Onder het stuk over je profielsterkte zie je een optie om je netwerk te laten weten dat je wijzigingen aanbrengt in je profiel. Zet dat uit wanneer je je profiel nog gaat opbouwen. Gebruik het later wanneer je bijvoorbeeld een nieuwe opleiding toe gaat voegen, informatie waarvan je graag wil dat je netwerk dat ziet omdat het bijdraagt aan jou beeld bij anderen.

Enkele tips:

- *Print een PDF uit van het profiel, mocht er ooit iets gebeuren met het systeem.*
- *Indien je een tweetalig LinkedIn profiel wilt, dan begin je in het Engels. Taal kan je wijzigen door weer op je kleine foto te gaan staan rechtsboven en te kiezen voor "Taal" en "Bewerk."*
- *Bekijk iedere dag de homepage. Zo blijf je op de hoogte van veranderingen in het netwerk.*
- *Reageer op mutaties, updates van anderen door aan te even dat je iets interessant vindt of door een berichtje te schrijven.*

Deel 2. HET NETWERK.

Contacten.

In deze lijst zie je alle potentiële ambassadeurs van jouw, jouw bedrijf of organisatie. Jouw netwerk bestaat hier uit eerste-, tweede- en derdegraads contacten. LinkedIn zet die cijfers bij de beknopte profielinformatie van personen die jij te zien krijgt.

De eerste lijn bestaat uit je directe collega's, je familie, je vrienden en verder ieder ander die jij hebt geaccepteerd als eerstegraads netwerk contact. Dat moet je dus wel gedaan hebben. Interessant zijn de tweedegraads contacten. Dat is een grote groep waar je slechts een stap vandaan bent. Je kunt je laten introduceren door diegene in je eerstegraads netwerk of je benaderd ze zelf via een uitnodiging.

Het effect van LinkedIn is merkbaar bij zo'n 200 tot 300 contacten. Zoveel collega's of mede studenten heb je waarschijnlijk niet. Het is dan ook niet perse nodig ze allemaal persoonlijk te hebben ontmoet. Maar zorg dat je de meesten wel een keer gesproken hebt of hebt leren kennen op andere sociale media. Er moet wel een verbindende factor zijn, wil je netwerk van waarde zijn.

Laat het netwerk voor jou werken, voeg daarom ook mensen toe met een andere achtergrond en beperk jezelf niet tot de eigen vertrouwde kring of branche. Juist uit deze groep kunnen onverwachte kansen komen.

Tip: boven de 500 personen in je netwerk krijg je op je profiel niet dat exacte aantal te zien, maar zet LinkedIn daar 500+ neer. Er zit geen limiet op het aantal mensen in je netwerk.

Vier manieren om mensen toe te voegen aan het netwerk:

1. Via People Search (het witte zoekvlak helemaal bovenaan) een naam invullen. Wanneer die persoon ook een LinkedIn profiel heeft kan je hem of haar een uitnodiging sturen. Vervang dan wel de standaard zin die LinkedIn toont in het

tekstschermb. Deze is namelijk erg onpersoonlijk. Er zijn mensen die dergelijke kille uitnodigingen uit principe niet zullen accepteren. Maak je uitnodiging dus persoonlijk. Noem iemand bij de naam en zeg waarom jij zo graag een verbinding aan wil gaan. Dan heb je veel meer kans op succes.

2. Geef LinkedIn toestemming om jouw privémail adresboek te doorlopen, dat is zeer effectief. Maar vraag je wel eerst even af of je daar geen problemen mee hebt.
3. Handmatig e-mailadressen invoeren. Beter dan punt 2 is om het zelf te doen en ieder een persoonlijke uitnodiging te sturen om zich aan je te verbinden.
4. Wordt lid van groepen. Lidmaatschap is zichtbaar voor een ander en dat kan een extra reden zijn om met jou een verbinding aan te gaan voor wie ook al lid is van dezelfde groep.

Groepen.

Groepen is een krachtige netwerkfunctie. Je mag maximaal lid zijn van 50 groepen. Zorg dat je in ieder geval lid bent van minstens 10 tot 15 groepen. Beter is de volle 50. Als je lid bent van een groep kunnen anderen jou rechtstreeks een bericht sturen. Anders alleen als ze in je netwerk zitten. LinkedIn laat je geen berichten sturen naar vreemden.

Over alles zijn groepen te vinden. Probeer hier actief mee om te gaan. Dat vergroot je status als expert op jouw gebied. Plaats commentaren, begin een discussie (gesprek) of plaats eventueel filmpjes. Of begin zelf een groep! Je kunt allerlei vragen en opmerkingen plaatsen. Ook vacatures.

In "Instellingen" bepaal je per groep of je dagelijks of wekelijks updates wil ontvangen in je e-mail inbox. Het afmelden bij een groep gaat via de Remove button. Dit geldt overigens ook voor contacten.

Bedenk bij groepen (als alle community's) dat 90% van de leden meeleest, 9 % af en toe wat publiceert en slechts 1% heel actief is in de groep. Dus hoe groter de groep hoe levendiger de discussies. En hoe interessanter om er bij aan te sluiten.

Tip: Je kan een nog niet bestaande groep te creëren. Dat is een boost voor jouw netwerk. Maar kost je wel veel moeite om levendig te krijgen.

Tip: Wordt lid van zo veel mogelijk groepen.

Do's en don'ts.

Do!

- Zorg voor een 100% profiel
- Zorg dat je recommendations geeft aan mensen met een groot netwerk. Dat netwerk ziet dan namelijk dat jij bestaat!
- Wees "top of mind" oftewel, zorg dat je op het netvlies van de ander blijft. Kom iedere keer weer in de aandacht door iets actueels te posten in je statusupdate.

Don't!

- Zeg niet te vaak dat je mensen niet kent, die aan je verbonden willen worden. LinkedIn straft je dan door je profiel tijdelijk te blokkeren.

- Als je Tweets in je statusupdate laat zien, wees er zeker van dat ze geen koffiepraat of onzin bevatten, maar ter zake doend zijn.
- Lieg niet! Veel mensen liegen over hun CV. Doe dat niet, er is zo doorheen te prikken door mensen die je kennen.

Van wie is je profiel?

Jouw LinkedIn profiel is je persoonlijk eigendom. Jouw netwerk op LinkedIn is jouw persoonlijke netwerk. Een werkgever die commentaar heeft op wat jij daarin hebt staan, of hoe jij omgaat met dat netwerk, mag daar natuurlijk wel iets van vinden, maar jij bent verantwoordelijk. Het is aan jou om wijzigingen aan te brengen, zoals een standaard bedrijfsintroduktie in je samenvatting, of niet. Of om in te schatten of belangen van anderen, zoals een werkgever, mee spelen. Formeel heeft een ander niets te vertellen over jouw profiel, maar weeg zelf af hoe star je daarin bent.

Verantwoording.

Deze handleiding is samengesteld op basis van informatie van Laurens Waling, Arjan Burgers, Vincent Smid, Simone Levie, Ivan Barthelomeus en Jeanet Bathoorn. Klinkende namen in de online wereld. Die informatie is vervolgens uitgebreid met eigen ervaringen en inzichten door Hans Versteegh /Welzijn 3.0.

Tips en aanbevelingen in deze handleiding zijn vrijwillig door de lezer toe te passen in zijn of haar profiel. En op eigen risico. De auteur aanvaard geen verantwoordelijkheid voor eventuele nadelige gevolgen van het eigen handelen van de lezer.

Alle informatie uit deze handleiding, en de handleiding zelf, mogen worden gekopieerd en verspreid zonder toestemming, ten behoeve van zelfhulp, onderlinge hulp, studie en training. Maar het is wel fijn dat daarbij de naam Hans Versteegh en het bedrijf Welzijn 3.0 genoemd worden. Bij het maken van publicaties op basis van deze handleiding is dat verplicht, net als het verkrijgen van toestemming vooraf van de auteur.

Hans Versteegh, Welzijn 3.0, Zeist, 19 februari 2015.

Netwerkcafé
voor mensen zonder werk

eens per veertien dagen op
maandag van 10.00 - 12.00 uur
in sociaal-cultureel centrum 'it Koartling'

www.netwerkcafe.frl