

55 Een LinkedIn-profiel aanmaken

Aaltje Vincent

Een compleet en actueel LinkedIn-profiel is voor iedere manager onmisbaar. Ten eerste zal iedereen met wie je direct of indirect samenwerkt je zoeken op internet. Een door jou zelf gemaakt profiel op LinkedIn is voor hen een betrouwbare bron. Ten tweede is het een fundamentele investering in je loopbaan om jezelf te profileren in je vakmanschap binnen je netwerk, het zogenaamde *personal branding*, voor nu en later.

Een goed profiel is de basis, vervolgens kun je LinkedIn actief gaan gebruiken voor onder andere:

- **acquisitie via je netwerk;**
- **kennis vergaren en delen door actuele vakontwikkelingen te volgen in de groepen, mee te doen aan polls en vragen te stellen en te beantwoorden;**
- **het werven van nieuwe collega's (zie checklist 35, Online werving van personeel).**

In deze checklist wordt uitgelegd hoe je een compleet profiel ontwikkelt.

Naam

Vul hier je naam in met je titel, zoals mr. of drs. Zo maak je meteen een goede eerste indruk. Extra aanvullingen zoals je 06-nummer of e-mailadres zijn niet toegestaan.

De foto

Een goede foto is een professionele, zakelijke portretfoto met een rustige achtergrond waarin je de kleding draagt die hoort bij jouw dagelijks werk. Gebruik je meerdere sociale media, zoals Twitter, gebruik dan overal dezelfde foto.

Functietitel

Vermeld een functietitel zoals die in je vakgebied gangbaar is. Meerdere functietitels kunnen versterkend werken, bijvoorbeeld:

- werving-en-selectieadviseur, recruiter;
- IT-consultant, CRM-consultant;
- teamleider zorg, manager Care.

Je kunt hier ook creatief te werk gaan, door bijvoorbeeld jezelf als volgt te profileren: 'Hebt u ondersteuning nodig bij het versneld nieuw werk vinden door boventaligheid? Ik bespreek graag met u hoe ik u kan ondersteunen.'

Websites

Vermeld hier in elk geval de website van je werkgever, dat maakt snel de 'context' duidelijk waarin je nu werkt. Daarnaast is een link naar een professioneel filmpje op YouTube en bijvoorbeeld een link naar een www.werkenbijx.nl ook mogelijk, waarbij de 'x' staat voor de naam van het bedrijf. Selecteer bij het pijltje 'other' en je kunt de site zelf een naam geven in plaats 'Company Website'.

Twitter

Als je twittert, neem je hier je twitteraccount op in je profiel.

Publiek profiel

Iedereen krijgt van LinkedIn een nummer, bijvoorbeeld: <http://nl.linkedin.com/pub/peter-carels/11/b29/9ac> en dat wil je niet. Maak hier een mooi, eigen adres met bijvoorbeeld 'petercarels' aan het eind. Je kunt dit publieke adres goed gebruiken in de handtekening van je e-mail en op je visitekaartje.

Samenvatting

De samenvatting is dé plek om jezelf te profileren. Vertel waar je met plezier aan werkt, zoals projecten, innovaties, naar wens aangevuld met de rode draad in je werkervaring. Toon hier je vakmanschap.

Specialismen

Dit is de plek om een aantal specialiteiten van jouw werkervaring te benadrukken, zoals:

- je ervaring in het spreken op conferenties (noem de conferenties);
- de artikelen waaraan je hebt meegewerkt, bijvoorbeeld in vakbladen.

Vaardigheden en Taal

Onder vaardigheden kun je je eigen competenties, het niveau en het aantal jaar ervaring benoemen. Bij Taal kun je je taalvaardigheid voor het voetlicht brengen.

Publicaties

Als je boeken hebt geschreven kun je die hier uitgebreid benoemen.

Certificaten

Hier noem je de certificaten op waarmee je jouw vakmanschap ondersteunt.

Werkervaring

Vermeld alle werkervaring na je studie. Je werkervaring bestaat altijd uit twee, even belangrijke, onderdelen, namelijk:

- de context: beschrijf kort wie je werkgever is, hoe groot het bedrijf is, hoeveel mensen er werken, wat het doet, waar jij werkt (hoofdkantoor, een vestiging);
- de werkdag: ook hier verplaats je je in de lezer. Maak kort en beeldend helder wat je ervaring is. Wat heb je bereikt? Aan welke projecten heb je gewerkt? Leg de nadruk op wat je exact hebt gepresteerd. Vertel aan hoeveel mensen je leiding gaf. Bij budget- of omzetverantwoordelijkheid geef je de bedragen aan. Kortom: vermeld nauwkeurig en beknopt wat voor de lezer het belangrijkste is. Gebruik hiervoor actiewoorden zoals 'geleid', 'bezuinigd', 'gereduceerd', 'gerealiseerd' en 'gereorganiseerd'. Leg de nadruk op wat je exact hebt gepresteerd.

NB Gebruik hiervoor een opsomming met streepjes of bullets. Maak eerst een versie in Word en kopieer dat vervolgens naar je LinkedIn-pagina.

Als je naast je werk een deeltijdstudie volgt of hebt gevolgd, vermeld deze dan ook bij je werkervaring; dat versterkt je profiel enorm. Deze opleiding kun je nog een tweede maal noemen bij het onderdeel Opleidingen.

Opleiding

Beschrijf de inhoud van de opleiding en bijvoorbeeld wat je erin aansprak of, indien relevant, op welk onderwerp je afstudeerde.

Contactinformatie

Hier mag je telefoonnummer en je professionele e-mailadres niet ontbreken. Je maakt het zo voor iedereen eenvoudig om je te benaderen. Het staat je vrij om je verjaardag en je burgerlijke staat in te vullen. Slechts weinigen hebben hun geboortjaar ingevuld.

Aanbevelingen

Je hebt jezelf nu goed en professioneel gepro-

fileerd, nu is het zaak om jezelf extra voor het voetlicht te brengen met drie aanbevelingen. De ervaring leert dat je persoonlijk om aanbevelingen moet vragen, anders krijg je ze niet. Bespreek met degene die jou aanbeveelt welke kwaliteiten van jouw vakmanschap jij graag terugziet in zijn of haar aanbeveling. Verwoord deze zo concreet mogelijk, bijvoorbeeld: 'Patricia heeft ervoor gezorgd dat de omzet met 25 procent werd verhoogd.' Eerst wissel je per e-mail uit hoe de tekst moet luiden en pas als je er samen uit bent, plaatst de ander deze op jouw LinkedIn-pagina.

Groepen

In je dagelijks werk neem je deel aan zakelijke netwerken, bedrijfsborrels, conferenties, evenementen, studie-, alumni- en universiteitsverenigingen om (nieuwe) zakelijke contacten op te doen en te onderhouden. Dat gebeurt ook op LinkedIn; mensen vinden elkaar en gaan met elkaar 'in gesprek' via de vele groepen op LinkedIn. Er zijn drie redenen waarom groepen een van de meest waardevolle onderdelen van LinkedIn zijn:

1. Groepen staan met logo/naam bij jouw profiel (optioneel); het is een middel om jezelf te profileren op je vakgebied.
2. In groepen worden discussies gevoerd over thema's op jouw vakgebied. Deze zijn actueel en scherp, en onmisbaar om te volgen en aan deel te nemen.
3. Je kunt zien wie er nog meer op jouw vakgebied actief zijn en contact met hen leggen!

Sta stil bij de vraag welke groepen relevant zijn voor jouw professionele ontwikkeling en profilering op LinkedIn. Je kunt van maximaal vijftig groepen lid zijn, een minimum van tien is aan te bevelen.

Je hebt je profiel nu compleet en actueel, je bent er trots op, iedereen mag het zien! De volgende stap is LinkedIn actief te gebruiken, netwerkcontacten uit te nodigen en hen op de hoogte te houden van de ontwikkelingen in je vakmanschap. Ook kun je bedrijven gaan volgen en actief zijn in groepen.

Verder lezen

A. Vincent & J. Valkenburg, *Solliciteren via LinkedIn*. Spectrum, 2009.

A. Vincent, *Jobmarketing. Werk vinden, zo pak je het aan*. Spectrum, 2007.