

Judith de Pagter 

Mensen Online
met elkaar verbinden



JANUARI
2021

Gefeliciteerd met het verkrijgen van mijn e-boek!

Persoonlijk gebruik

Je krijgt van mij een licentie voor het gebruik van mijn e-boek. Je mag het op meerdere pc's, e-readers en andere apparaten downloaden en lezen voor persoonlijk gebruik. Doorverkopen of verdere verspreiding door mijn e-boek te uploaden naar internet of op een andere manier digitaal of in papieren vorm te verspreiden, is niet toegestaan.

Niet tevreden?

Ben je zo enthousiast over mijn e-boek en zou je deze wel graag willen verspreiden of voor eigen trainingen willen gebruiken, dan kan dat. Het is dan goed om te weten dat ik daarvoor aangepaste gematigde tarieven hanteer. Schroom niet en bel of mail mij op 06 22 43 73 35 of info@judithdepagter.nl

Veel leesplezier!

Judith de Pagter, expert en zelfstandig trainer in LinkedIn
Ik ben niet verbonden aan LinkedIn

www.judithdepagter.nl

Auteur: Judith de Pagter

Redacteur: Esther Molenaar

Versie 11.0 januari 2021

Het programma LinkedIn en de in dit boek opgenomen beeldmerken van LinkedIn zijn eigendom van LinkedIn.com.

INHOUDSOPGAVE

1. Inleiding E-boek

§ 1.1 Goede voorbereiding is het halve werk

2. Nu lid worden

§ 2.1 Oeps een dubbel account en wat nu?

3. Aan de slag

§ 3.1 Een eerste blik op je profiel

§ 3.2 Je profiel toevoegen in een andere taal

§ 3.3 Maak het onderscheid: je achtergrondfoto

§ 3.4 Vul in wat leeg is (Ervaring & Opleiding)

§ 3.5 Uitgelicht

§ 3.6 De URL van je profiel bewerken

§ 3.7 Je digitale naamkaartje en meer functionaliteit

§ 3.8 Vaardigheden

§ 3.9 Prestaties toevoegen aan je profiel

§ 3.10 Aanvullende informatie

§ 3.11 Profiel herschikken

§ 3.12 #Opentowork

§ 3.13 #Opentobusiness of Open voor bedrijven

4. Communicatie via LinkedIn

§ 4.1 Schrijf een artikel via LinkedIn Publicaties

§ 4.2 Een bijdrage schrijven

§ 4.3 (Overige) Communicatie via HOME

§ 4.4 Meldingen

§ 4.5 Het gebruik van de hashtag (#)

§ 4.6 Het gebruik van taggen

§ 4.7 Evenementen aanmaken

5. Voor ondernemers

§ 5.1 De bedrijfspagina

§ 5.2 De onderwijspagina

§ 5.3 Soorten betaalde LinkedInaccounts

6. Zichtbaarheid

§ 6.1 Instellingen

§ 6.2 Wie heeft je profiel bekeken?

7. Je bent uitgenodigd

§ 7.1 Berichten versturen

§ 7.2 Connecties toevoegen

§ 7.3 Connecties verwijderen of niet meer volgen

§ 7.4 Zoeken

§ 7.5 Introductie

8. Je wordt van harte aanbevolen

§ 8.1 Aanbevelingen: maken, ontvangen en vragen

§ 8.2 Aanbevelingen verbergen

§ 8.3 Vaardigheden onderschrijven in je netwerk en vaardigheden toevoegen

9. Groepen: Mag ik erbij?

§ 9.1 Groep zoeken

§ 9.2 Voordeel van een groep

§ 9.3 Groep verlaten

§ 9.4 Start je eigen groep

§ 9.5 Verwijderen van groepen

§ 9.6 Instellingen in groepen

10. Wat kun je nog meer met LinkedIn?

§ 10.1 Adverteren

§ 10.2 Beveiliging

§ 10.3 Social Selling

11. Strategie

§ 11.1 Strategieën voor het vinden van een nieuwe baan

§ 11.2 Strategieën voor het vinden van meer relaties

12. Nog even dit

§ 12.1 Nog een paar laatste tips

§ 12.2 Wie is Judith de Pagter?

§ 12.3 Judith de Pagter aanbevelen

1. INLEIDING E-BOEK

Voor je ligt het e-book **MENSEN ONLINE MET ELKAAR VERBINDEN** geschreven door Judith de Pagter. Judith is sinds februari 2010 bezig met het geven van workshops en trainingen op het gebied van LinkedIn voor ondernemers voor individuele gebruikers (met name werkzoekenden). Zij heeft in bijna 11 jaar tijd meer dan 5.000 mensen wegwijs gemaakt op LinkedIn.

Wat is de toegevoegde waarde van LinkedIn?

Als je een profiel op de juiste wijze aanmaakt, de juiste contacten toevoegt aan je netwerk en werkt aan het vergroten van je zichtbaarheid, dan gaan relaties op een gegeven moment jou vinden in plaats van andersom.

Hoe doe je dat? Daar gaat **MENSEN ONLINE MET ELKAAR VERBINDEN** over.

Denk van te voren na wat je wilt bereiken met LinkedIn.

Wat is jouw doel?

§ 1.1 GOEDE VOORBEREIDING IS HET HALVE WERK

Voordat je met het invullen van je profiel op LinkedIn begint, zorg je voor een goede voorbereiding.

DOEL

Welk doel wil je bereiken met LinkedIn? Het is goed om daar van tevoren over na te denken. Stel jezelf daarbij een paar vragen.

- ✓ Wil je je contacten uitbreiden?
- ✓ Zoek je een nieuwe baan?
- ✓ Wil je meer zichtbaarheid?
- ✓ Wil je nieuwe klanten uit LinkedIn halen?

TAAL

Met je LinkedIn profiel presenteer jij jezelf aan de buitenwereld. De taal die je spreekt, staat daarbij voorop. In welke taal ga jij je profiel maken? Heb je alleen maar klanten en connecties in Nederland, maak dan een profiel aan in het Nederlands. Sinds januari 2012 zijn de sjablonen van LinkedIn in het Nederlands beschikbaar.

Zie pagina 13 voor het maken van een profiel in het Nederlands (voor het instellen van je profiel in een andere taal ga je naar pagina 36).

FOTO

Met je persoonlijke foto geef je al een eerste indruk van jezelf. Zorg ervoor dat de foto op je profiel een duidelijke maar ook zakelijke foto van jezelf is. Heb je die niet? Laat die dan alsnog maken door een professionele fotograaf.

Plaats het fotobestand ook op het bureaublad van de PC, zodat je er steeds gemakkelijk bij kunt.

CV

LinkedIn ziet er een beetje uit als een CV. Je vertelt over jezelf (**INFO**), geeft aan welke ervaring je hebt en welke opleidingen en cursussen je hebt gevolgd, welke talen je spreekt en welke diploma's je hebt behaald. Anders dan op een reguliere CV kun je bij LinkedIn nog veel meer invullen. Daar later meer over.

Zorg ervoor dat je CV up-to-date is met alle data van opleidingen, cursussen, dienstbetrekkingen en ervaring. Zorg dat als je met je profiel aan de slag gaat, je hier makkelijk op je PC bij kunt.

BESCHRIJVING

Op LinkedIn plaats je op je profiel een samenvatting onder het kopje **INFO** met informatie over jezelf. Denk daar van tevoren al over na. Schrijf deze tekst en zet de tekst op je bureaublad, zodat je er gemakkelijk bij kunt. In deze tekst kun je maximaal 2.600 tekens aan tekst kwijt. Vertel heel kort iets over het bedrijf waar je voor werkt (kan ook onder **ERVARING**), maar met name iets over jou als persoon. Lees de tekst nog eens rustig terug met de ogen van de klant of een nieuwe werkgever. Bedenk je dat als je wordt gevonden door iemand die je niet kent, je tekst in **INFO** het verschil kan maken. Zorg dat het prettig leest! En realiseer je dat alleen de eerste paar regels zichtbaar zijn, voor de rest van de tekst moet je op **MEER WEERGEVEN** klikken. Dus "verleid" de lezer om verder te lezen!

In mijn trainingen heb ik het erover dat je op **INFO** wordt: "gekocht" als werknemer, ondernemer of als werkzoekende. Hier kun je een stukje over jezelf kwijt. Wat is je missie, wat zijn je sterkte karaktereigenschappen, waarom vind je dat wat je doet het allerleukste, waar komt die passie vandaan,

Zet 'profielwijzigingen delen' functie uit als je niet wilt dat je netwerk ziet dat je aanpassingen aan je profiel aan het maken bent. Zie § 6.1

waarom moet de bezoeker van je profiel bij jou zijn? Als je werkzoekend bent, maak een goede beschrijving van je droombaan.

Als werknemer en/of als ondernemer kun je je specialiteiten kwijt of je doelmarkten beschrijven.

Sluit af met je contactgegevens. Voor de een is dat een e-mailadres voor de ander een combinatie met een telefoonnummer of een mobiel nummer.

Waarom? Tot voor kort hadden alleen je 1^e graad connecties toegang tot je contactgegevens, maar sinds mei 2018 kun je dat zelf aanpassen. Niet iedereen is daarvan op de hoogte dus liever dubbel, dan niet.

Hoe doe je dat? Ga naar [IK | INSTELLINGEN EN PRIVACY | ZICHTBAARHEID \(LINKS IN DE MARGE\) | ZICHTBAARHEID VAN UW PROFIEL EN NETWERK | WIE UW E-MAIL ADRES KAN ZIEN OF DOWNLOADEN](#)

Daar kun je kiezen voor:

- ✓ Alleen u
- ✓ 1^e graad connecties (staat standaard ingesteld)
- ✓ 1^e en 2^e graad connecties
- ✓ Iedereen op LinkedIn (dus 722 miljoen LinkedIn leden)

ZOEKTERMEN

Ook LinkedIn werkt met zoektermen. Denk daarom goed van tevoren na, waar je op gevonden wilt worden. Deze zoektermen gebruik je in je hele profiel en in je samenvatting onder **INFO**. Wellicht heb je voor het maken van je website al eens zoekwoordenonderzoek laten doen. Gebruik die woorden ook in je LinkedIn profiel.

TIJD

Een goed profiel maken op LinkedIn kost tijd. Trek er zeker 1,5 uur voor uit. Het lijkt veel, maar die 90 minuten zijn zo voorbij.

RELATIES

Voeg pas relaties toe wanneer je profiel helemaal klaar is. Nodig eerst relaties uit die je goed kent. Daarna ga je relaties uitnodigen die je minder goed kent, om je netwerk op die manier uit te breiden. Dit is afhankelijk van het doel dat je op LinkedIn hebt.

PERSOONLIJKE UITNODIGING

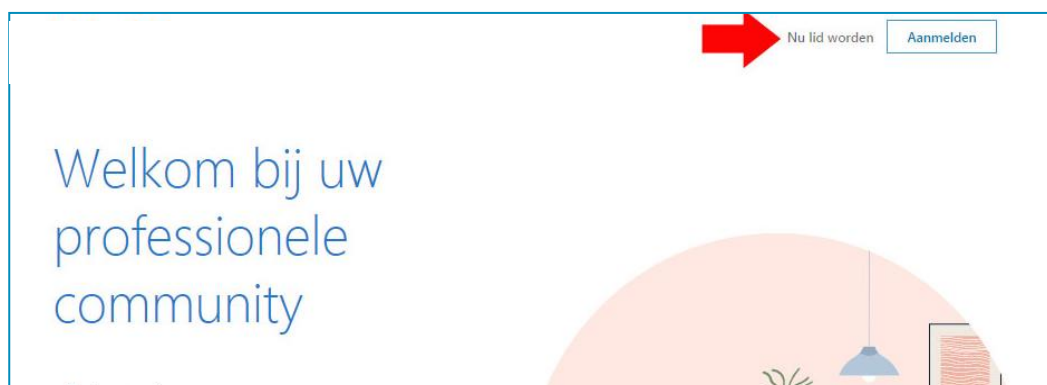
Maak voor het uitnodigen van relaties een persoonlijke uitnodiging. Overigens kun je het meest eenvoudig persoonlijke uitnodigingen maken vanaf een laptop of een PC. Het kan sinds kort ook op de LinkedIn APP, maar de beschrijving hiervoor valt buiten deze handleiding.

Overigens is het zo dat LinkedIn steeds meer faciliteert dat je geen persoonlijke uitnodigingen hoeft te maken ook met je PC. Ik vind dat persoonlijk jammer.

Uiteraard kun je altijd, nadat je een contact hebt uitgenodigd om te linken en die persoon heeft hierop positief gereageerd, een persoonlijk bericht sturen.

2. NU LID WORDEN

Als je de voorbereidingen hebt getroffen, ga je naar [LinkedIn](#). Ik ga er in dit e-boek van uit dat je nog geen profiel hebt aangemaakt (Heb je al wel een profiel aangemaakt, ga dan naar pagina 27).



Klik op de knop **NU LID WORDEN** (zie blokpijl) en vul de gevraagde gegevens in.



Zorg ervoor dat je het wachtwoord goed onthoudt of ergens veilig registreert. Naar dit wachtwoord wordt regelmatig gevraagd. Maak het wachtwoord niet te makkelijk en

gebruik zeker niet voor elke internetapplicatie hetzelfde wachtwoord.

Vul onderstaande gegevens in:

A screenshot of the LinkedIn registration form. At the top, the LinkedIn logo is displayed in white on a teal background. Below the logo, the text "Haal het meeste uit uw professionele leven" is written in white. The form itself is a white box with a light gray border. It contains two input fields: "Voornaam" (First name) and "Achternaam" (Last name). Below these fields is a blue button labeled "Doorgaan" (Next).

Nu volgt een snelle beveiligingsverificatie dat jij geen robot bent.

LinkedIn loodst je door de aanmeldprocedure heen. Dit is het eerste scherm dat je tegenkomt: “**WELKOM, (VOORNAAM)!**”.

A screenshot of the LinkedIn welcome screen. The background is white. At the top, the text "Welkom, Joanne J.!" is displayed in a large, dark gray font. Below this, a smaller line of text reads: "Maak en profiel aan, maak connecties met bekenden en discussieer over onderwerpen die u interessant vindt." There are two input fields: "Land/regio" (Country/region) with a dropdown menu showing "Nederland" and "Postcode" with the value "1004". Below these fields is a blue button labeled "Volgende" (Next).

Voer je postcode (alleen de 4 cijfers is voldoende) in (mag van je huisadres zijn of van je werk):

PS de postcode is niet zichtbaar op je profiel, wel woonplaats die gekoppeld is aan de postcode.

In het scherm dat volgt **UW PROFIEL STELT U IN STAAT DE JUISTE MENSEN EN KANSEN TE VINDEN** vraagt om de recentste functietitel, recentste bedrijf. Daarna krijg je de vraag welke afdeling je werkt (je hebt maar 1 keuze uit de lange lijst). Ook kun je hier aangeven of je STUDENT bent. LinkedIn laat meteen zien hoeveel mensen in dezelfde functie op LinkedIn staan. Wees specifiek, om minder concurrentie te hebben! Datzelfde geldt voor de afdeling. Je ziet meteen hoeveel personen ook in diezelfde afdeling werken. Als je alle gegevens hebt ingevuld, klik je op **DOORGAAN**.

Uw profiel stelt u in staat de juiste mensen en kansen te vinden

Recentste functietitel *

Recentste bedrijf *

Bedrijfsafdeling *

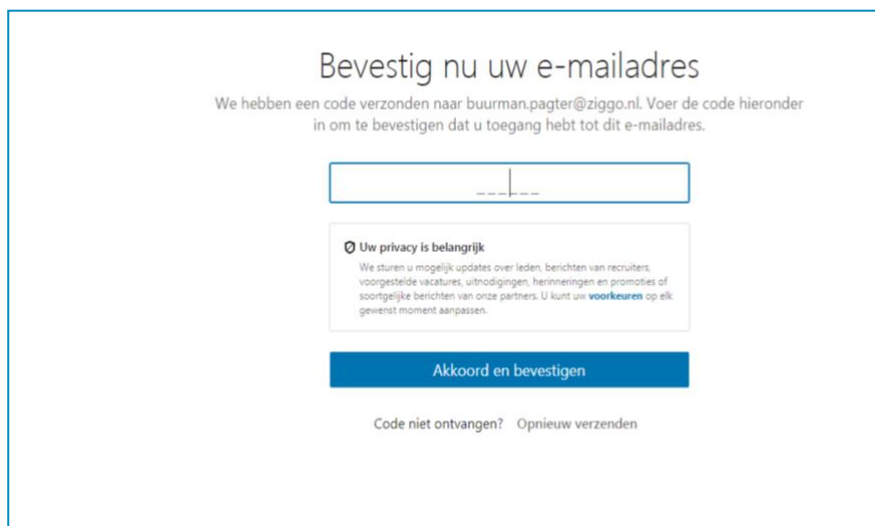
  Er zijn 2223482 leden in dezelfde afdeling lid van LinkedIn.

Ik ben student

Doorgaan

In het volgende scherm **BEVESTIG NU UW E-MAIL ADRES** lees je dat je een code in moet vullen die je via e-mail van LinkedIn hebt gekregen ter bevestiging dat jij toegang hebt tot dit e-mailadres. Soms duurt het even voordat het bericht in je mailbox zit. Als het te lang duurt, kun je klikken op **OPNIEUW VERZENDEN**.

Als je de code hebt ingevuld, dan klik je op de grote blauwe knop: **AKKOORD EN BEVESTIGEN**. Of je kunt ervoor kiezen om in de bevestigingsmail te klikken op de knop **AKKOORD EN E-MAIL ADRES BEVESTIGEN**.



The screenshot shows a verification page with the following elements:

- Header: **Bevestig nu uw e-mailadres**
- Text: We hebben een code verzonden naar buurman.pagter@ziggo.nl. Voer de code hieronder in om te bevestigen dat u toegang hebt tot dit e-mailadres.
- Input field: A text box with a dashed line indicating where to enter the code.
- Privacy notice: **Uw privacy is belangrijk**. We sturen u mogelijk updates over leden, berichten van recruiters, voorgestelde vacatures, uitnodigingen, herinneringen en promoties of soortgelijke berichten van onze partners. U kunt uw **voorkeuren** op elk gewenst moment aanpassen.
- Button: **Akkoord en bevestigen**
- Link: [Code niet ontvangen? Opnieuw verzenden](#)

Je ontvangt via e-mail een ‘welkom bij LinkedIn bericht’ met een uitnodiging om meteen aan de slag te gaan of om een LinkedIn profiel aan te maken of de LinkedIn app te downloaden.

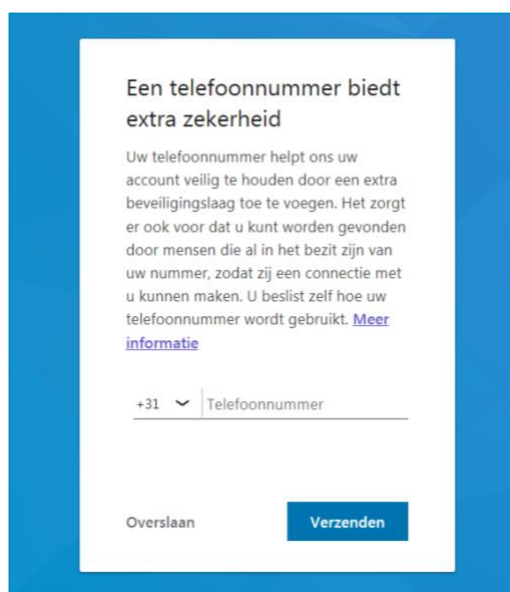
Als je op **AAN DE SLAG** of op **MAAK EEN LINKEDIN PROFIEL** klikt in de e-mail dan vraagt LinkedIn nogmaals je wachtwoord:



The screenshot shows a login page with the following elements:

- LinkedIn logo
- Header: **Welkom terug!**
- Text: Welkom terug, J.J.. Meld u aan om personen, vacatures en meer te vinden.
- Profile picture: A placeholder for the user's profile picture.
- Name: **J.J. de Pagter**
- Link: [Bent u dit niet?](#)
- Form: A text box labeled 'Wachtwoord' with a **Weergeven** button.
- Button: **Aanmelden**
- Link: [Meld u aan met de link voor eenmalige aanmelding](#)
- Link: [Wachtwoord vergeten?](#)

Klik daarna op **AANMELDEN**, daarmee krijg je toegang tot de volgende pagina.



The screenshot shows a white registration form with a blue border. At the top, it says 'Een telefoonnummer biedt extra zekerheid'. Below this, there is a paragraph explaining that a phone number helps keep the account safe and prevents unauthorized access. A link labeled 'Meer informatie' is provided. The form includes a dropdown menu for the country code (currently set to '+31') and a text input field for the phone number. At the bottom, there are two buttons: 'Overslaan' and 'Verzenden'.

LinkedIn vraagt toestemming om je telefoonnummer te registreren. Als je klikt op de link **MEER INFORMATIE** dan zegt LinkedIn Hulp daarover het volgende:

Meer informatie over hoe LinkedIn uw telefoonnummer gebruikt

Als u uw telefoonnummer hebt ingevoerd, zouden we dit op de volgende manieren kunnen gebruiken:

Het beveiligen van uw account indien we verdachte activiteiten opmerken - als u uw telefoonnummer hebt toegevoegd voor **HET INSCHAKELEN VAN DUBBELE VERIFICATIE**, sturen we een verificatiecode naar uw telefoon als we een ongebruikelijke aanmeldingspoging opmerken.

Het voorkomen van misbruik - Als we mogelijk misbruik opmerken, kunnen we u om een telefoonnummer vragen als een aanvullende verificatie om te bewijzen dat u een daadwerkelijke persoon bent. Meer informatie over **BEVEILIGINGSVERIFICATIE**.

Voor het wijzigen van uw wachtwoord - Als u een **MOBIEL NUMMER AAN UW ACCOUNT TOEVOEGT**, zullen we het automatisch inschakelen voor dit doel.

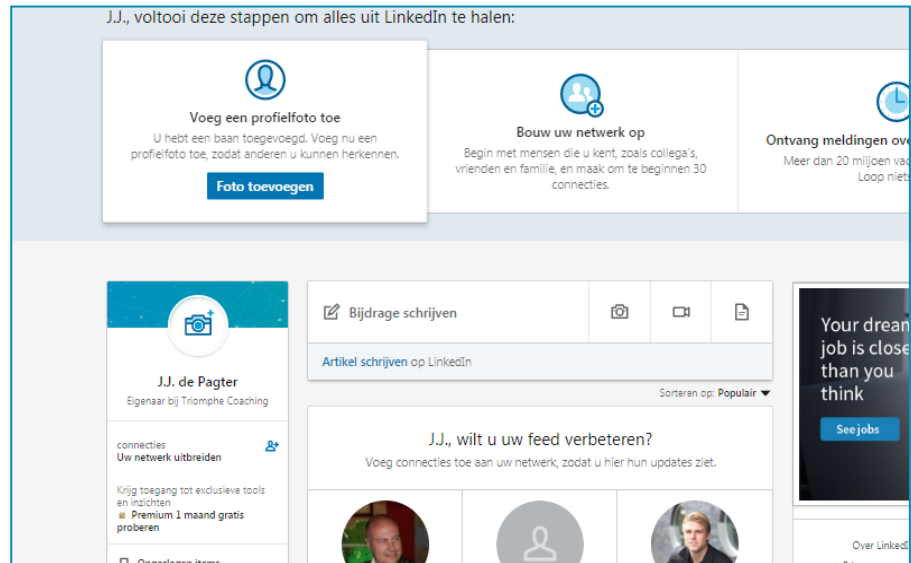
Hulp bij het vinden van mensen die u kent - Als iemand zijn/haar adresboek uploadt en uw telefoonnummer komt hierin voor, dan kunnen we deze persoon voorstellen als een mogelijke connectie. Andere toegestane services kunnen uw profiel ook opzoeken met uw e-mailadres of telefoonnummer. U beslist altijd zelf **HOE UW TELEFOONNUMMER WORDT GEBRUIKT**.

Opmerking: uw telefoonnummer verschijnt niet op uw profiel tenzij u het toevoegt aan de **CONTACTGEGEVENS** op uw profiel. Er zullen mogelijk providerkosten worden aangerekend. Neem contact op met uw mobiele provider voor meer informatie.

Besluit je dat je dit niet wil, klik dan in het bovenstaande scherm op **OVERSLAAN**. Wil je het wel, voer dan je telefoonnummer in en klik op **VERZENDEN**.

Nu kun je met behulp van het programma van LinkedIn aan de slag om stap voor stap je profiel in te vullen. Mijn advies is om eerst alle stappen te doorlopen voor het compleet maken van je profiel, voordat je aan de slag gaat met uitbreiden van je netwerk.

Eerst vraagt LinkedIn de datum in te vullen sinds wanneer je de functie uitoefent die je eerder hebt ingevuld, en daarna ga je aan de slag met het toevoegen van een foto. Klik op **FOTO TOEVOEGEN**.



De foto is een belangrijk onderdeel van je profiel. Je connecties zien direct wie jij bent. Een eerste indruk maak je nooit een tweede keer. Zorg dus voor een duidelijke zakelijke profielfoto. Een vakantiekiekje met een zonnebril op of met een glas wijn in je hand is niet representatief. Ook een selfie is geen goed idee. Een portretfoto in kleur wordt het meest gebruikt. Zorg dat je gezicht duidelijk in beeld is. Als je via LinkedIn gaat communiceren bijvoorbeeld in groepen wordt je foto namelijk behoorlijk verkleind. Het meest sympathiek komt een foto over waarin je je publiek aankijkt. Maak contact!

Wist je dat 40% van de bezoekers op LinkedIn klikt op een profiel op basis van een leuke profielfoto? Profielen zonder foto's zijn niet interessant en worden nauwelijks open geklikt.

Je kunt de **FOTO BEWERKEN** of de **FOTO TOEVOEGEN**. Je kunt met de knop **LIJSTEN** kiezen voor origineel, #hiring of #opentowork om op te vallen bij recruiters. Zorg dat je gezicht goed in beeld is. Je kunt ook je foto **VERWIJDEREN**.



Boven het knopje **BEWERKEN** in bovenstaande afbeelding zie je een knopje met een oogje met **OPENBAAR**. Als je daarop klikt dan krijg je vier opties te zien waaruit je kunt kiezen hoe jouw foto zichtbaar moet zijn. Bij mij staat deze op **OPENBAAR**. Zo wordt altijd je foto als je communiceert via LinkedIn getoond aan iedereen die op LinkedIn staat en via de zoekmachines. Jouw foto is belangrijk, je bent immers 24 uur per dag 7 dagen in de week op LinkedIn aanwezig en dus zichtbaar voor anderen.

Het staat je uiteraard vrij om voor een andere zichtbaarheidskeuze te gaan:

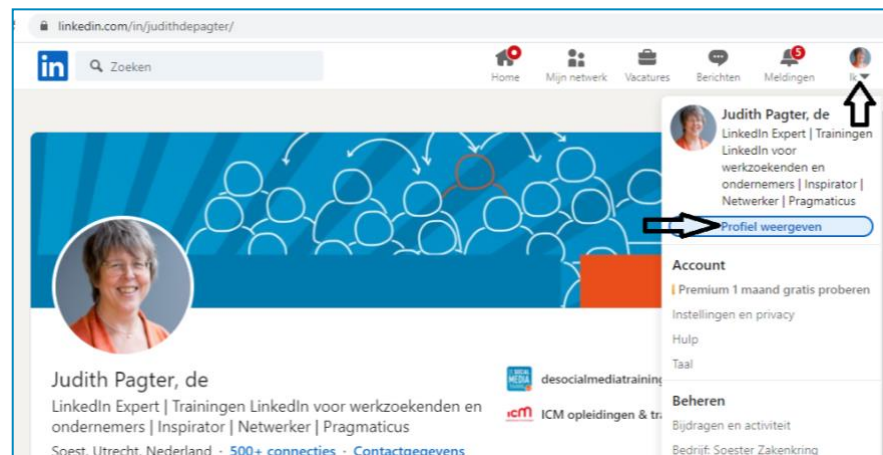
- **UW NETWERK**: dan zien alleen de mensen in jouw 1^e, 2^e en 3^e graad netwerk jouw foto.
- **ALLE LINKEDIN-LEDEN**: alleen alle LinkedIn-leden (ten tijde van deze versie zijn dat er ruim 722 miljoen in 200 landen).

Klik op **OPSLAAN**. LinkedIn meldt nu **GEWELDIGE FOTO** en je kunt klikken op de blauwe knop **DOORGAAN**.

LET OP: de maximale grootte van een foto is 8 MB. Ideale formaat ligt tussen de 400 x 400 pixels en 7680 (b) x 4320 (h) pixels. Bestandstype is JPG of PNG. Foto's die zwaarder zijn dan 8 MB of niet het juiste formaat hebben, worden niet geüpload.

Daarna komt de vraag **BOUW UW NETWERK OP**. Mijn advies is om eerst je profiel verder in orde te maken voordat je je netwerk gaat uitnodigen. Zij gaan op je profiel kijken en nu staat er alleen in welke functie je nu hebt en een foto van jezelf. Dat is een smalle basis naar mijn mening. Je kunt beter investeren in een goed profiel en dan daarna je netwerk gaan uitnodigen.

We gaan we nu beginnen met het invullen van je profiel. In de menubalk ga je naar **IK** en daarna naar **PROFIEL**



WEERGEVE

De voorbereiding heb je gedaan (zie § 1.1):

- ✓ Doel bepaald
- ✓ Taal bepaald
- ✓ Bijgewerkt CV
- ✓ Beschrijving samenvatting
- ✓ Zoektermen
- ✓ Tijd gereserveerd
- ✓ Relaties in kaart gebracht
- ✓ Persoonlijke uitnodiging geschreven

In het volgende hoofdstuk ga je aan de slag met het vullen van de ontbrekende informatie.

§ 2.1 OEPS EEN DUBBEL ACCOUNT EN WAT NU?

In mijn workshops hoor ik vaak dat mensen een dubbel account hebben. Het komt regelmatig voor dat in het verleden iemand al eens een account had aangemaakt, maar dat niet meer weet of het e-mailadres is niet meer actief en er wordt dan een nieuw account aangemaakt. Men wil dan vaak wel de contacten van het eerste (oude) account overzetten.

LinkedIn heeft in het voorjaar 2017 daarop geanticipeerd en heeft een nieuwe instelling gemaakt. Om deze instelling te kunnen gebruiken dien je wel over het e-mailadres en het wachtwoord van het account dat je over wil zetten (dus het oude account) te beschikken. Anders werkt dit niet. Kijk dan op pagina 23 voor een work around.

Als je naar je LinkedIn profiel gaat dat je wil behouden en je gaat in de zwarte menubalk bovenin naar **IK** en daarna naar **INSTELLINGEN EN PRIVACY**. Ga dan naar **ACCOUNTVOORKEUREN** en scroll helemaal naar beneden tot je bij **ACCOUNTBEHEER | ACCOUNTS SAMENVOEGEN** komt. Daar klik je op.

The screenshot shows the LinkedIn 'Accountvoorkeuren' (Account Preferences) page. On the left, a navigation menu lists various settings, with 'Accountbeheer' (Account Management) highlighted. The main content area is titled 'Twitter' and 'Accountbeheer'. Under 'Accountbeheer', there is a section 'Accounts samenvoegen' (Merge accounts) with a sub-heading 'Zet de connecties van een dubbel account over en sluit het account'. Below this, there is a profile picture of Judith Pagter, de, and a form to enter the email address and password of the account to be merged. The form has two input fields: one for the email address (info@reciproc.eu) and one for the password (represented by dots).

Je ziet in beeld: *“Dit is het account waarbij u momenteel bent aangemeld. Dit account blijft behouden en de connecties van het dubbele account worden overgezet naar dit account.”* En je ziet je huidige foto in beeld.

Daarna staat: *“Voer het e-mailadres en wachtwoord van het dubbele account in.”*

Dit laat ons weten dat u de eigenaar van het account bent.

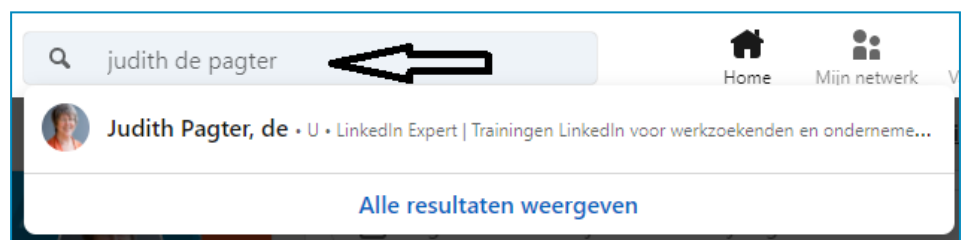
De connecties van het account zullen worden overgezet. Nadat u dit controleert en bevestigt, zal het account worden gesloten.”

Daaronder type je het e-mailadres van het oude account dat je wil samenvoegen en geef je het bijbehorende wachtwoord op. Daarna klik je op de blauwe knop **VERZENDEN**.

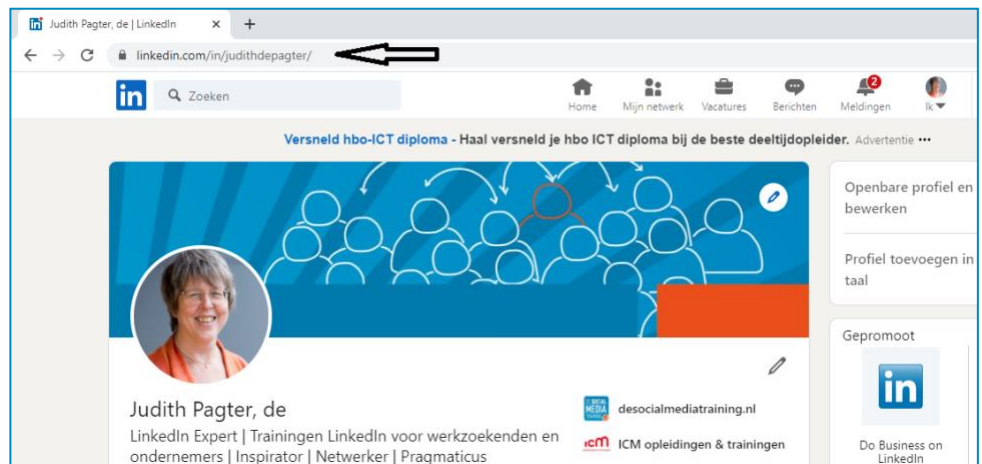
IK HEB EEN DUBBEL ACCOUNT, MAAR HET E-MAIL ADRES IS NIET MEER WERKZAAM. WAT NU?

Dit komt heel vaak voor, maar dan werkt bovengenoemde werkwijze niet.

Ga in je huidige account naar de zoekbalk en type daar je eigen naam in:



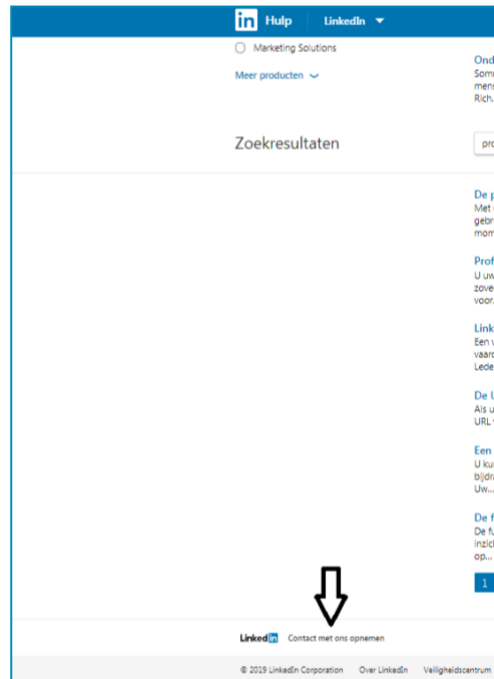
Daarna klik je op het profiel dat je zou willen sluiten. Boven de zoekbalk vind je de URL van dit profiel.



Dit adres klik je aan met je linker muisknop en daarna kopieer je dit adres met je rechter muisknop.

Daarna ga je terug naar de menubalk en naar **IK** en daarna naar **HULP | KLIK OP: HULP OPENEN OP NIEUW TABBLAD**. Daarna type je een zoekwoord in bijvoorbeeld **DUBBEL PROFIEL**.

Daarna scroll je helemaal naar beneden en kom je links onderaan de pagina naast het LinkedIn logo tegen **CONTACT MET ONS OPNEMEN**. Daar klik je op.



Dan kom je in de LinkedIn Hulp. Kies voor de optie **WORD DOOR ONS GEHOLPEN**. Daarna klik je op de optie **ANDERS**. Bij de vraag **WAAR HEB JE HULP BIJ NODIG** vul je kort het onderwerp in en scroll je naar onderaan de pagina naar **MAAK EEN TICKET AAN** en vul de informatie in de velden in. En in het vak **UW VRAAG** schrijf je: dat je een dubbel account hebt waarvan je geen werkend e-mailadres meer hebt en ook geen wachtwoord. Je vraagt om de contacten van dit oude account waarvan het adres (hier plak je het adres (URL) dat je net gekopieerd hebt) is samen te voegen met je huidige account.

LinkedIn maakt een helpdeskticket aan. Daarvan krijg je een bevestiging. Over het algemeen wordt er binnen 24 uur gereageerd en is je account samengevoegd en is het oude account verwijderd.

Het kan zijn dat LinkedIn vraagt om identiteitspapieren op te sturen om te controleren of jij inderdaad degene bent die je zegt te zijn.

3. AAN DE SLAG

§ 3.1 EEN EERSTE BLIK OP JE PROFIEL

Het is tijd om je profiel in te vullen, zodat mensen kunnen lezen en zien wie jij bent. LinkedIn is niet zoals Facebook. Een grappige vakantiefoto en je bent klaar met je profiel. Een beetje tekst, want het is toch een online CV. Toch?

Tot op zekere hoogte wel. LinkedIn is er voor professionals. Voor mensen die een baan hebben en contacten zoeken en willen onderhouden, voor bedrijven die op zoek zijn naar personeel, voor mensen die een stage of een baan zoeken, voor ondernemers die op zoek zijn naar nieuwe contacten/nieuwe klanten.

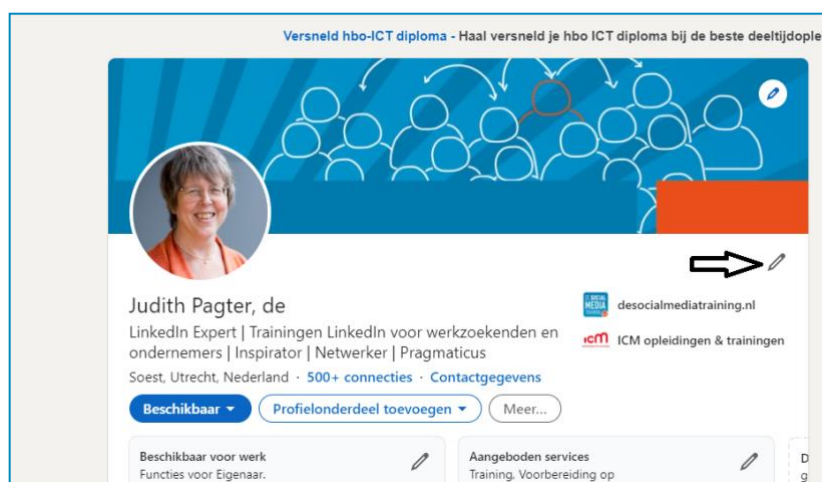
Bepaal van tevoren waar je LinkedIn voor wilt gebruiken. Geef je profiel een professionele uitstraling. Je kunt maar een keer een goede indruk achterlaten!

In de onderstaande beschrijving ga ik uit van het Nederlandse sjabloon en een Nederlands profiel.

Op de menubalk bij **IK** kies je voor **PROFIEL WEERGEVEN**. In de rechter bovenhoek, zie je een soort “pen”, als je daarop klikt, dan kom je bijvoorbeeld in een scherm zoals onderstaand en dat kun je dan invullen of wijzigen.

Je gaat je profiel invullen van boven naar beneden, te

Voor het invullen van je achtergrondfoto verwijs ik naar § 3.3



beginnen met je persoonlijke **FOTO**. Check vanaf pagina 18 om te leren hoe je dat doet.

Als je nog geen account had en je hebt § 2 gevolgd, dan kun je dit stukje overslaan over het uploaden van de foto. Dat heb je immers al gedaan.

Daarna gaan we naar het veld **NAAM**. Klik in de bovenste menubalk op **IK** en dan op de knop **PROFIEL WEERGEVEN**. LinkedIn is een Amerikaans programma en daar zijn tussenvoegsels nauwelijks bekend. Je zou als je een tussenvoegsel hebt, je achternaam zo kunnen schrijven: **Pagter, de**. Dan word je gevonden onder de “P” in plaats van onder de “d”. Het is een keuze. Het moet niet. Ik laat je – als trainer in LinkedIn – de mogelijkheid alleen even zien.

Ben je een getrouwde vrouw, dan kun je bij **NAAM** ook nog kiezen voor **VOORMALIGE NAAM** (dat is je meisjesnaam).

LinkedIn laat dan beide namen zien, gescheiden door een streepje. Waarom is dat belangrijk? Voor mensen die je kennen onder je meisjesnaam ben je zo eenvoudig te vinden. Je kunt ook nog aangeven wie je meisjesnaam kunnen zien (mijn connecties, mijn netwerk of iedereen). Ik zou voor die laatste optie gaan.

In de LinkedIn App zie je bij **NAAM** staan **+UITSPRAAK NAAM OPNEMEN**. Handig als je een achternaam hebt, waar iedereen moeite mee heeft of die iedereen fout uitspreekt.

Daarna ga je naar **KOPREGEL**. LinkedIn vult hier automatisch je huidige functie en je huidige werkgever in. Beoordeel of dat voor jou goede termen zijn. Je hebt in totaal 220 karakters tot je beschikking, door komma's, streepjes of verticale balkjes gescheiden (op de meeste toetsenborden boven de ENTER-knop: SHIFT en \).

Ben je **op zoek naar een nieuwe baan**, gebruik dan het woord "beschikbaar". Zet erbij per wanneer, dus "per direct" of "in overleg" of "per juli 2021" (houd de datum wel actueel!). En zet er de functie of functies achter waarvoor je beschikbaar bent. Bedrijven die op zoek zijn naar personeel willen een vacature snel opvullen, dus als je beschikbaar bent, dan is dat vaak een pré. Je profiel wordt veel persoonlijker als je er één of twee sterke karaktereigenschappen aan toe kunt voegen, of vaardigheden of een interessante hobby. Daarmee maak je het persoonlijk en valt je profiel op tussen al die profielen die dat niet hebben.

Ben je in loondienst, dan is je functie en het bedrijf waarvoor je werkt vaak de meest gebruikte combinatie. Stel je werkt voor een bedrijf dat niet door elke Nederlander meteen herkend wordt, dan is het wellicht een idee na te

denken over welke toevoeging je kunt gebruiken om beter gevonden te worden. Stem dit wel even af met de communicatieafdeling of directie van het bedrijf waar je werkt. Wellicht kun je collega's ook enthousiasmeren om dezelfde toevoeging te gebruiken.

Ben je ondernemer dan kan een leuke insteek zijn om daar in die kopregel antwoord te geven op de vraag “welk probleem los jij op voor je klant”? of je zet daar een aantal van je diensten/ producten neer en één of twee belangrijke karaktereigenschappen om het persoonlijk te maken. Zo ben je ook meteen onderscheidend ten opzichte van de concurrent.

WAAROM IS DEZE KOPREGEL ZO BELANGRIJK?

Als je op het profiel van iemand anders kijkt, wordt (als de instellingen daarvoor goed zijn ingesteld, waarover later meer) je foto, naam en kopregel meegestuurd. Dus die ander krijgt meteen een indruk wie je bent en wat je doet. Als dat maar voldoende prikkelt, dan ga je vanzelf op het profiel van die persoon kijken. De kopregel wordt overigens veel vaker meegestuurd, waarover later meer informatie.

In het volgende veld heb je ruimte om de vier cijfers van de postcode in te voeren (als je dat al niet bij aanmelding hebt gedaan). Vaak krijg ik de vraag “moet ik hier mijn persoonlijke postcode of mijn zakelijke postcode invoeren?” Die keuze is aan jou. Overigens geeft LinkedIn deze informatie niet prijs. LinkedIn maakt sinds kort de woonplaats zichtbaar horende bij de door jou opgegeven postcode. De woonplaats is wel zichtbaar voor iedereen. Zie onderstaande afbeelding.

In grote steden leidt de postcode die uit 4 verschillende cijfers bestaat soms tot het benoemen van de wijk waarin je woont. Wil je dat niet, wijzig dan het laatste cijfer van je postcode in een “0”. Vaak zie je dan wel alleen de plaatsnaam.

LinkedIn deelt je (op basis van informatie die je hebt opgegeven waar je werkt) in, in een bepaalde **BEDRIJFSTAK**. Als dit niet juist is, dan kun je dit wijzigen. Je klikt op het “driehoekje” achter **BEDRIJFSTAK** en past het aan. Je kunt overigens alleen kiezen uit de bedrijfstakken die beschikbaar zijn. En je kunt maar één bedrijfstak kiezen.

Sla eerst bovenstaande informatie op voordat je hieronder verder gaat, anders ben je die informatie kwijt!

Klik op het blauwe pennetje achter **CONTACTGEGEVENS** en vul de velden voor verschillende website links in door op **+WEBSITE TOEVOEGEN** te klikken. Dit kan de website

van het bedrijf, waarvoor je werkt zijn of een persoonlijke website of bijvoorbeeld een LinkedIn of Facebook bedrijfspagina, maar ook een link naar een specifieke pagina als bijvoorbeeld een branchevereniging waarvan je lid bent. Bepaal welke website je als eerste wilt laten zien. Daar begin je mee. Let goed op of de domeinnaam met `http://` of `https://` begint!

WAAROM ZOU JE EEN WEBSITE TOEVOEGEN?

Eigenlijk ben je met het aanmaken van je LinkedIn profiel bezig met het maken van een eigen persoonlijke website. Met het toevoegen van een andere externe website creëer je de zogenaamde backlinks. Een link van een website in een website. Dat is goed voor de zoekresultaten in de zoekmachines als Google of Bing. Je krijgt er van LinkedIn drie cadeau! Ik zou zeggen, gebruik ze als je de mogelijkheid hebt. Als je op zoek bent naar een andere baan en al niet meer in dienst bent bij je vorige werkgever, dan gaat dat niet lukken. Ben je weer opnieuw aan het werk, voeg dan de website van je nieuwe werkgever toe.

Kies je bij **WEBSITES** voor **BEDRIJFSSITE** in het pull down menu (standaard staat deze op privé), zie hieronder:

Contactgegevens

Profiel-URL
linkedin.com/in/judithdepagter

URL
https://www.desocialmediatraining.nl/ Bedrijfsite Website verwijderen

+ Website toevoegen

Telefoonnummer
+31355881717 Werk

Adres

E-mailadres
info@reciproc.eu

Twitter
DeLinkedIn

+ Instant messenger toevoegen

Verjaardag
20 oktober Verjaardag zichtbaar voor: Uw connecties

Opslaan

Plaats de belangrijkste website bovenaan.

OVERIGE CONTACTGEGEVENS

Voer gegevens als telefoonnummer in (geef ook aan of het werk, thuis of mobiel is). Is overigens niet een verplicht veld.

Voeg eventueel adresgegevens in. Ik zou altijd kiezen voor zakelijke adresgegevens en niet privé. Het is niet verplicht.

Voer eventueel je Twitter-account in. Daarvoor ga je naar **IK | INSTELLINGEN EN PRIVACY | ACCOUNTVOORKEUREN | PARTNERS EN SERVICES | TWITTER**. Daar kun je je Twitter-adres koppelen aan je LinkedIn account om zo bijdrages ook met je Twitter volgers te kunnen delen.

Je kunt ook je verjaardag invullen. Geef aan of je wil dat je netwerk of je connecties je verjaardag ziet. Dit kun je ook uitzetten of gewoonweg niet invullen.

Overigens is het e-mailadres en telefoonnummer standaard alleen zichtbaar voor je 1^e graad connecties. Sinds 2018 kun je daarin wel zelf aanpassingen doen. Zie voor uitleg hierover pagina 34/35.

Je Twitter-account en je websitevermeldingen zijn wel zichtbaar voor de 2^e en 3^e graad bezoekers van je profiel.

Het een na laatste onderdeel in dit blok is **INFO** (voorheen heette dit Samenvatting).

Vaak denkt men bij Samenvatting dat daar een stukje tekst moet komen over wat je allemaal in je werkzame leven hebt gedaan. Een soort kort CV. Nee, in **INFO** komt een stukje tekst over jou als persoon. **LET OP:** alleen de eerste paar regels zijn meteen zichtbaar voor de bezoeker op je profiel. Via de knop **MEER WEERGEVEN** lezen de bezoekers de rest van de tekst.

Eindig in je samen-vatting met je contactgegevens als je op zoek bent naar een nieuwe baan of als je benaderd wil worden door

Vaak krijg ik de vraag: “wat is de maximale lengte van samenvatting?”. Recent is de maximale lengte uitgebreid tot 2.600 tekens. Uiteraard hoef je die ruimte niet volledig te benutten.

De lezer wil een indruk krijgen met wie hij te maken krijgt als hij je gaat ontmoeten voor een zakelijke afspraak of als hij je wil benaderen om klant bij je te worden of je wil uitnodigen voor een sollicitatiegesprek. Dus hier kun je jezelf goed neerzetten. Overigens is dit het moeilijkste stuk. Een goed beeld van jezelf geven, is voor veel mensen heel lastig. Vraag hulp van familie, collega’s, loopbaancoach of huur een goede tekstschrijver in.

Je sterke karaktereigenschappen, waarom vind je wat je nu doet het allerleukste of de beschrijving van een droombaan als je op zoek bent naar een nieuwe job. Ben je ondernemer, ga dan in op waarom je ondernemer geworden bent, wat is jouw passie, wat is jouw missie? wat maakt jou uniek ten opzichte van andere collega’s? Alles is mogelijk. Bekijk eens een aantal INFO-teksten van mensen om je heen om inspiratie op te doen. Kijk ook eens op YouTube naar filmpjes over de ‘The Golden Circle’ of ‘Why’ van Simon Sinek. Bijvoorbeeld [deze verkorte versie](#) ondertiteld in het Nederlands. Beschrijf in samenvatting je eigen ‘Why’. Dat vinden mensen vaak erg inspirerend. Hiermee onderscheid jij je weer van anderen.

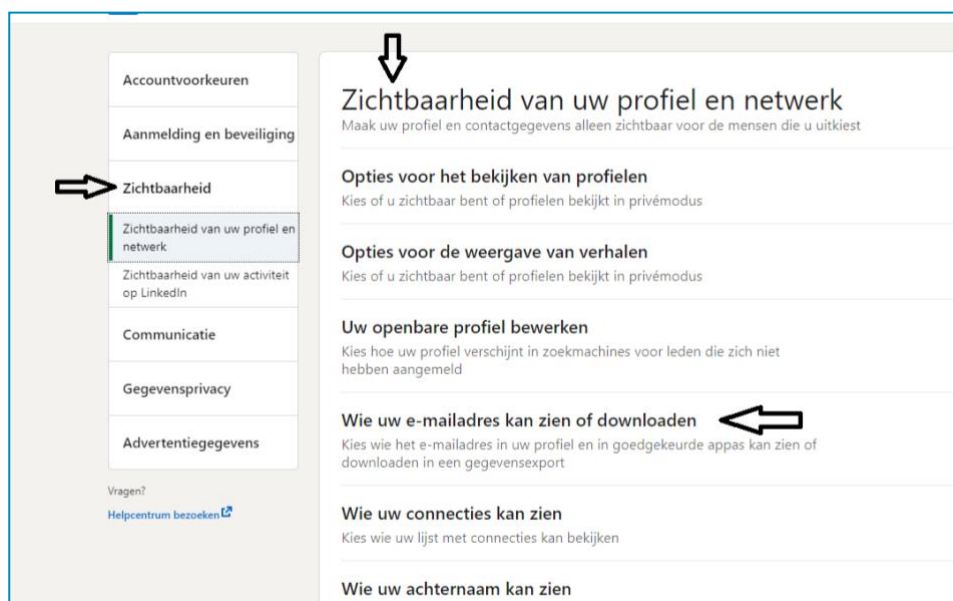
TIP: Realiseer je dat mensen die geen connectie van je zijn, niet zonder jouw toestemming bij je contactgegevens (e-mailadres en telefoonnummer) kunnen. Die zijn namelijk standaard alleen zichtbaar voor je 1^e graad contacten. Openbare gegevens als een website of een Twitteraccount zijn voor iedereen zichtbaar. Dus wil je benaderd worden omdat je op zoek bent naar meer klanten als ondernemer of

naar een nieuwe baan als werkzoekende, zorg dat je onderaan je samenvatting je contactgegevens (e-mailadres en/of een telefoonnummer) opgeeft.

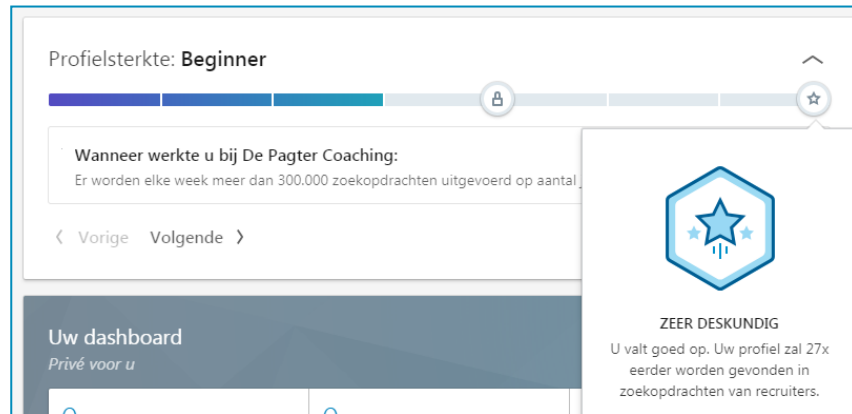
HOE KUN JE CONTACTGEGEVENS OPEN ZETTEN VOOR JE NETWERK?

Ga naar **IK | INSTELLINGEN EN PRIVACY | ZICHTBAARHEID | ZICHTBAARHEID VAN UW PROFIEL EN NETWERK | WIE UW E-MAIL ADRES KAN ZIEN OF DOWNLOADEN**

Je kunt dan kiezen voor verschillende opties. Zie onderstaand voorbeeld.



Terug in het hoofdscherm van je profiel kun je alle andere velden gaan invullen. Links in je scherm – onder **INFO** - wordt door LinkedIn bijgehouden wat je profielsterkte is. Minimale profielsterkte is **BEGINNER** en maximale profielsterkte is **ZEER DESKUNDIG**.



Om **ZEER DESKUNDIG** te worden moet je de volgende velden hebben ingevuld: locatie, bedrijfstak, foto, functie, opleiding, vaardigheden (5+), info (samenvatting).

Naarmate je meer content toevoegt, stijgt je profielsterkte. Daarmee bedoel ik dat je zoveel mogelijk relevante informatie op je LinkedIn profiel zet.

Aanbevelingen zijn belangrijk, maar spelen al geruime tijd geen rol meer in het verkrijgen van de hoogste status: zeer deskundig. Daarover straks onder **AANBEVELINGEN** meer.

§ 3.2 JE PROFIEL TOEVOEGEN IN EEN ANDERE TAAL

Je kunt je profiel in meer talen maken. Dit is relevant als je veel connecties buiten Nederland hebt of van plan bent internationaal te gaan werken. Hiermee kunnen leden die LinkedIn gebruiken in een andere taal jouw profiel zien in de taal die voor hen het meest relevant is. Je kunt zoveel profielen in een andere taal maken als er talen beschikbaar zijn.

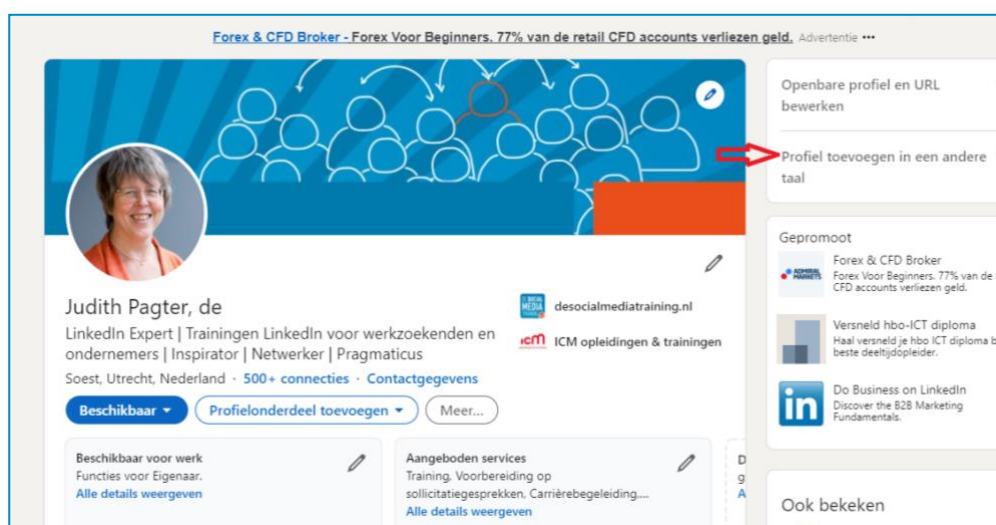
Mensen die jouw profiel bekijken, zullen het te zien krijgen in de taal die overeenkomt met de taal waarin zij de site bekijken. Als ze de site in een taal waarin jij geen secundair profiel hebt aangemaakt gebruiken, zullen ze jouw profiel in de taal van jouw primaire profiel zien.

HOE MAAK JE EEN PROFIEL AAN IN EEN ANDERE TAAL?

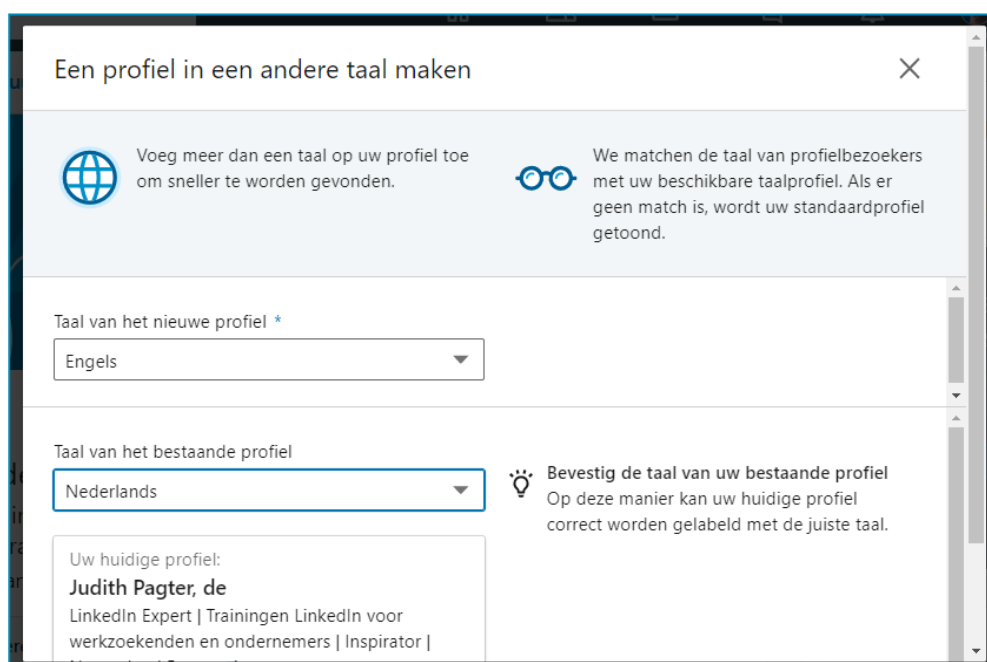
Even een tip vooraf: ga pas een profiel in een andere taal maken als je profiel in het Nederlands helemaal gereed is.

Op de menubalk bij **IK** kies je voor **PROFIEL WEERGEVEN**.

Aan de rechterkant van je profiel zie je **PROFIEL TOEVOEGEN IN EEN ANDERE TAAL**



Klik op deze knop en je komt in het volgende scherm:



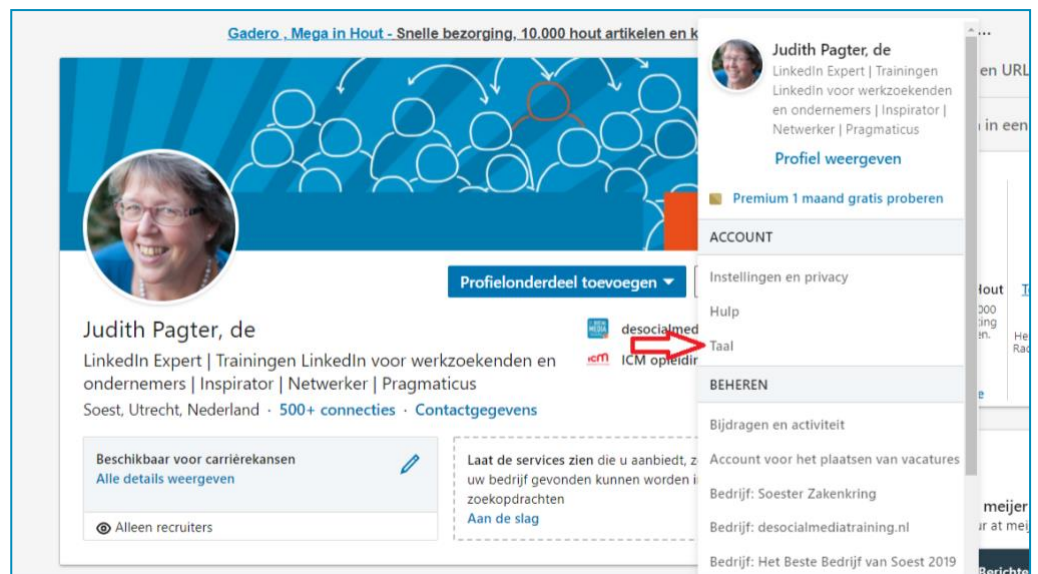
Je maakt de keuze voor de buitenlandse taal waarin jij je profiel wil maken. Stel je keuze is ENGELS. Dus dat vul je in bij **TAAL VAN HET NIEUWE PROFIEL**.

Je huidige profiel is in het Nederlands, dus je vult bij **TAAL VAN HET BESTAANDE PROFIEL** in NEDERLANDS.

Je ziet meteen de tekst van de onderdelen die je in LinkedIn al hebt ingevuld in het Nederlands. Jij maakt zelf de vertaling van de tekst in het Engels.

Nog een tip: voor het aanpassen van teksten in je Nederlandse profiel zet je de 'omgevingstaal' van je LinkedIn profiel in het Nederlands en wil je in het Engelse profiel aanpassingen doen, dan zet je jouw 'omgevingstaal' in het Engels.

Dat doe je via **IK | TAAL |**



§ 3.3 MAAK HET ONDERSCHIED: JE ACHTERGROND-FOTO

Het is mogelijk om in je persoonlijke profiel een achtergrondfoto te uploaden.

Waarom zou je dat doen? Een achtergrondfoto zorgt ervoor dat jouw profiel onderscheidend is ten opzichte van andere profielen. Plaats er geen afbeelding als een groot logo met letters, want dat komt niet goed over. Tenzij je dat professioneel op laat maken. Kies liever voor een eigen foto of een stockfoto die vrij is van rechten. Iets dat bij je past als persoon of bij je beroep.

Voor suggesties van stockfoto's kijk eens op de volgende websites:

- [Pixabay](#)
- [Unsplash](#)
- [Canva](#)
- [Shutterstock](#) (betaald)

Als werkgever zou je - in overleg met je personeel - voor een corporate foto kunnen kiezen eventueel met het logo rechts, dat komt de professionaliteit ten goede. Niet elke werknemer ziet het zitten om een corporate foto te gebruiken. Neem de tijd om daar met je personeel over van gedachten te wisselen. Mijn ervaring is als je het bespreekt en faciliteert (centraal beschikbaar stelt), personeel daar wel gebruik van maakt. Geef eventueel een paar keuzemogelijkheden.

HOE VOEG JE EEN ACHTERGRONDFOTO TOE AAN JE PROFIEL?

Via **IK** op de menubalk en dan naar **PROFIEL WEERGEVEN**. Daarna ga je naar het blauwe pennetje rechts naast je persoonlijke foto. Daarna klik je op het pennetje rechts bovenin de blauwe balk (zie blokpijl hieronder). Het kan ook zijn dat je geen ‘pennetje’, maar een ‘fotoestelletje’ in beeld ziet. Klik daar dan op.



Klik op het ‘pennetje’ en dan zie je dat je een foto uit je eigen bestand of via ‘downloads’ van een eerder gedownloade stockfoto kunt uploaden.

LET OP: het aanbevolen formaat van de achtergrond foto is 1584 (b) x 396 (h) pixels. De foto dient in JPG of PNG-format te zijn en mag niet groter zijn dan 8 MB. Anders wordt de foto niet geüpload.

§ 3.4 VUL IN WAT LEEG IS (ERVARING + OPLEIDING)

Nu kun je alle andere items op je profiel gaan invullen. Klik steeds op het ‘pennetje’, nadat je steeds via **IK** op de menubalk en dan naar **PROFIEL WEERGEVEN** gaat.

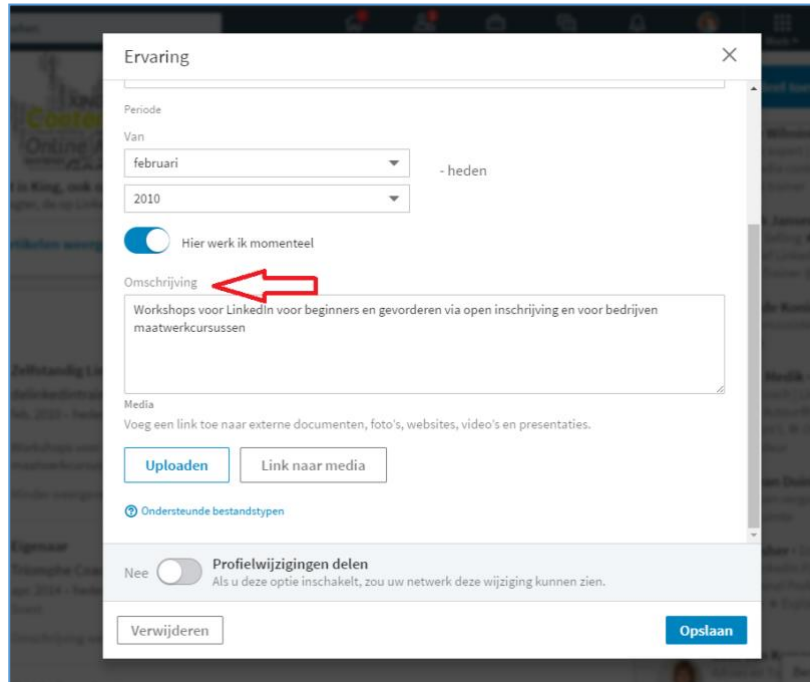
Vul zoveel mogelijk details in. Hoe meer je invult, hoe beter je gevonden kunt worden door ex-collega’s of voormalige

klas- of studiegenoten, recruiters of andere netwerkcontacten. LinkedIn heeft een krachtige zoekmachine waarin je op elk gewenst woord kunt zoeken, dus niet alleen op een voornaam en een achternaam. Zie voor meer informatie § 7.4.

✓ **ERVARING**

Klik bij **ERVARING** (onder **INFO**) op het 'plusje' om een nieuwe ervaring toe te voegen en vul je vorige functie in. Voeg ook zeker een **OMSCHRIJVING** toe. Op de woorden die je gebruikt, kun je gevonden worden. Met name als je op zoek bent naar een nieuwe baan, is deze beschrijving van belang. Geef daarin aan waar je verantwoordelijk voor bent c.q. was. Ook als ondernemer is de omschrijving belangrijk. Daarin kun je een opsomming geven van de door jou geleverde diensten en/ of producten.

Nog een tip voor werkzoekenden die lange tijd bij één werkgever in dienst zijn, zorg dat als je verschillende functies bij deze werkgever hebt gehad, je dan ook die verschillende functies met verschillende omschrijving van werkzaamheden en de daarbij behorende data invult. Daarmee laat je zien dat je een loyale werknemer bent, maar dat je ook ontwikkeling hebt doorgemaakt.



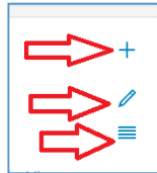
Je kunt boven in je scherm ook gebruik maken van de grote knop **PROFIELONDERDEEL TOEVOEGEN** en dan op het 'plusje' achter **WERKERVARING** klikken.

Zie onderstaand screenshot:



Vul alle eerdere functies in, inclusief jaartallen (en eventueel maanden) door elke keer op het 'plusje' te klikken. Wil je wijzigingen aanbrengen, klik dan op het 'pennetje' achter de functie waarin je iets wil aanpassen. Wil je het hele blok verschuiven klik dan op 'de 4 regeltjes', zie afbeelding

hieronder ter verduidelijking. Dat kan overigens alleen maar bij functies die je nog 'tot heden' uitvoert. Zodra een functie een einddatum heeft, kan er niet meer mee geschoven worden. Eigenlijk is dat ook logisch.



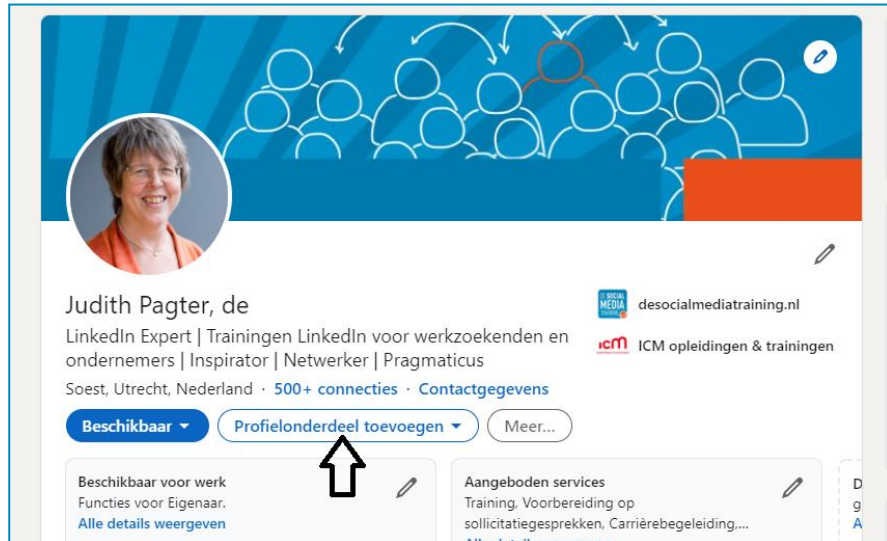
✓ **OPLEIDING**

Vul bij **OPLEIDING** alle gevolgde opleidingen in. Je reguliere CV is hierbij een handig hulpmiddel.

LET OP: een opleiding heeft een bepaalde duur en je hebt er een diploma voor behaald. Alles dat kortdurend is met een certificaat van deelname, kun je vermelden onder het nieuw toe te voegen kopje **LICENTIES EN CERTIFICATEN** (zie hieronder) of **CURSUSSEN** zie voor uitleg paragraaf § 3.8.

✓ **LICENTIES EN CERTIFICATEN**

Je kunt via de menubalk **IK** en daarna op **PROFIEL WEERGEVEN** en daarna op de grote knop **PROFIELONDERDEEL TOEVOEGEN | WERKERVARING** het kopje **LICENTIES EN CERTIFICATEN** toevoegen. Dus naast Opleidingen waar je een diploma voor hebt, kun je ook Certificaten via deze mogelijkheid invullen. Een andere mogelijkheid is **CURSUSSEN** toevoegen. Zie hiervoor § 3.8.



✓ ERVARING ALS VRIJWILLIGER

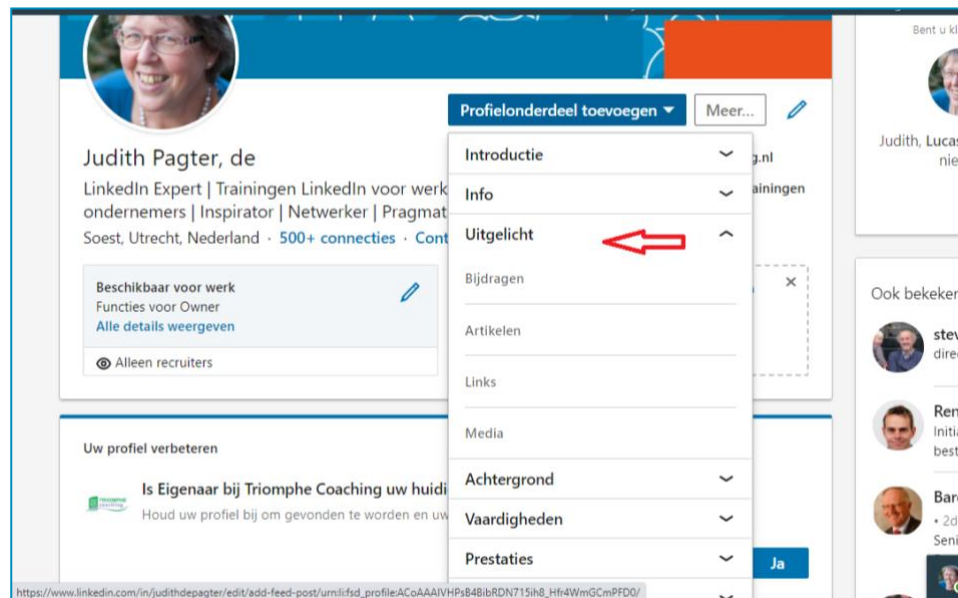
Je kunt via de menubalk **IK** en daarna op **PROFIEL WEERGEVEN** en daarna op de grote knop (zie afbeelding hierboven) **PROFIELONDERDEEL TOEVOEGEN | WERKERVARING** het kopje **ERVARING ALS VRIJWILLIGER** toevoegen. Bezoekers van je profiel vinden het over het algemeen interessant om te lezen wat je nog meer naast je werk doet. Er is geen land in de wereld waar zoveel vrijwilligerswerk wordt gedaan als in Nederland. Of je nu voorleesmoeder bent op de basisschool, collectant voor een goed doel of een bestuursfunctie hebt, dat wat jij belangrijk vindt, kun je hier kwijt.

§ 3.5 UITGELICHT

Via **UITGELICHT** kun je een geplaatste bijdrage, artikel of een link of media (film) in de ‘etalage’ zetten op je LinkedIn profiel.

Het werkt als volgt: ga naar **IK | PROFIEL WEERGEVEN** en daarna op de grote blauwe knop **PROFIELONDERDEEL TOEVOEGEN | UITGELICHT**

Als voorbeeld kies ik voor een **ARTIKEL** die ik in **UITGELICHT** wil plaatsen. Klik op **ARTIKEL** en je komt in dit scherm:



Kies het artikel uit dat je wil plaatsen door op **UITLICHTEN** te klikken en daarna op **GEREED**.

Tip: er is ruimte voor twee uitgelichte items. Dan zijn ze goed leesbaar. Als je voor drie kiest, dan is de 3^e maar voor het helft zichtbaar.

§ 3.6 DE URL VAN JE PROFIEL BEWERKEN

Ieder profiel heeft een eigen URL. Het is je webadres in LinkedIn. Dit is handig wanneer je je profiel naar anderen wilt communiceren en anderen direct naar je profiel wilt

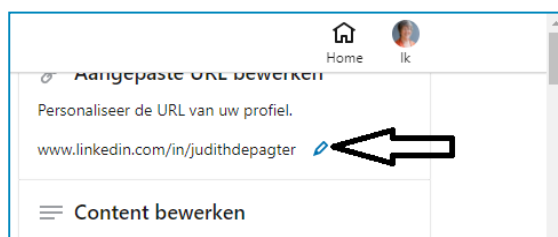
verwijzen, bijvoorbeeld in een CV. De URL van je openbare profiel is een combinatie van je voornaam-tussenvoegsels-achternaam en een nummer soms ook letters/cijfers toegewezen aan jou door LinkedIn. Die combinatie ga je niet onthouden en iemand anders al helemaal niet. Bovendien zorgt deze naam ervoor dat je LinkedIn profiel niet optimaal wordt gevonden. Deze profiel URL kun je bewerken. De cijfers en letters kun je vervangen door alleen je voornaam, tussenvoegsels en achternaam met kleine letters aan elkaar vast (dus zonder tussenstreepjes). Veel handiger voor jezelf en voor een ander om te onthouden.

LET OP: de aanpassing van je URL zorgt ervoor dat het huidige adres niet meer geldig is. Dus had je dat adres onderaan je handtekening in LinkedIn staan, op je visitekaartje of in je digitale CV, dan zul je die daar moeten aanpassen.

Klik op de menubalk op **IK** en daarna op **PROFIEL WEERGEVEN** en daarna op **OPENBAAR PROFIEL EN URL BEWERKEN**.



Je krijgt onderstaand scherm te zien.



Klik rechts bovenin je scherm op het ‘pennetje’ van **URL BEWERKEN** en haal je de door LinkedIn gegeven naam in het zwarte kadertje helemaal weg. Daarna typ je voornaam, eventueel tussenvoegsels en achternaam aan elkaar vast in (let op met kleine letters, geen spaties of leestekens). Klik daarna op **OPSLAAN**.

Het kan voorkomen dat jouw naam al is geclaimd op LinkedIn door een naamgenoot. LinkedIn bestaat namelijk al sinds 2003. Experimenteer met het omdraaien van je achter- en voornaam. Of gebruik de 1^e letter van een doopnaam (voeg die dan daarna ook toe aan je profiel bij ‘voornaam’, zodat het voor bezoekers herkenbaar blijft: zoals Peter R. de Vries. LinkedIn helpt je ook door suggesties te geven van combinaties die nog wel beschikbaar zijn. Bijkomend voordeel van de aanpassingen van de URL van je openbare profiel is, dat je eenvoudiger te vinden bent via de zoekmachines omdat jouw LinkedIn profiel altijd bovenaan de pagina verschijnt. Het duurt wel even voordat deze nieuwe URL door de zoekmachines is geïndexeerd.

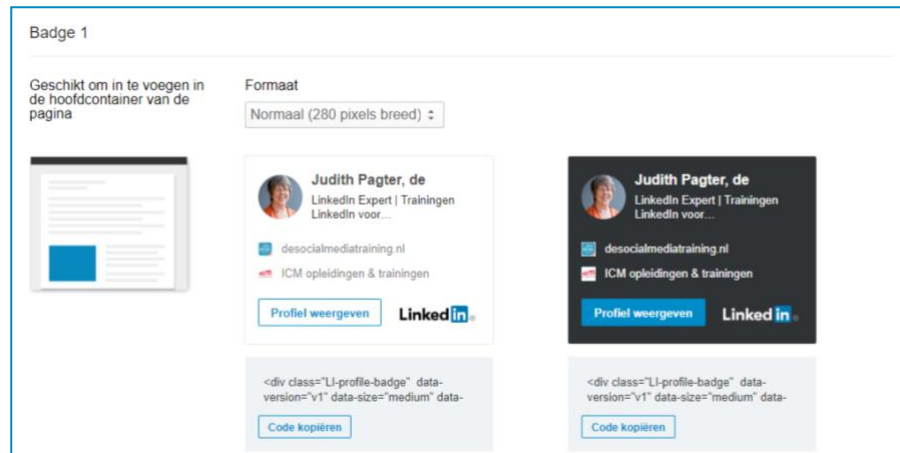
§ 3.7 JE DIGITALE NAAMKAARTJE EN MEER FUNCTIONALITEIT

De URL kun je ook gebruiken in je een digitaal document als een blog, online CV of website. LinkedIn heeft daarvoor een zogenaamde **PROFIEL BADGE** ontwikkeld.

HOE WERKT DAT?

Als het goed is zit je nog steeds in het scherm **OPENBARE PROFIEL**. Hier heb je net je URL van openbare profiel gewijzigd en vind je helemaal onderaan deze pagina de optie **OPENBARE PROFIELBADGE** en klik daarna op **BADGE MAKEN**.

In totaal zijn er twee badges met elk 2 varianten (een witte en een zwarte variant). Hieronder vind je een voorbeeld.



Badge 1 is geschikt voor de hoofdcontainer van de pagina.

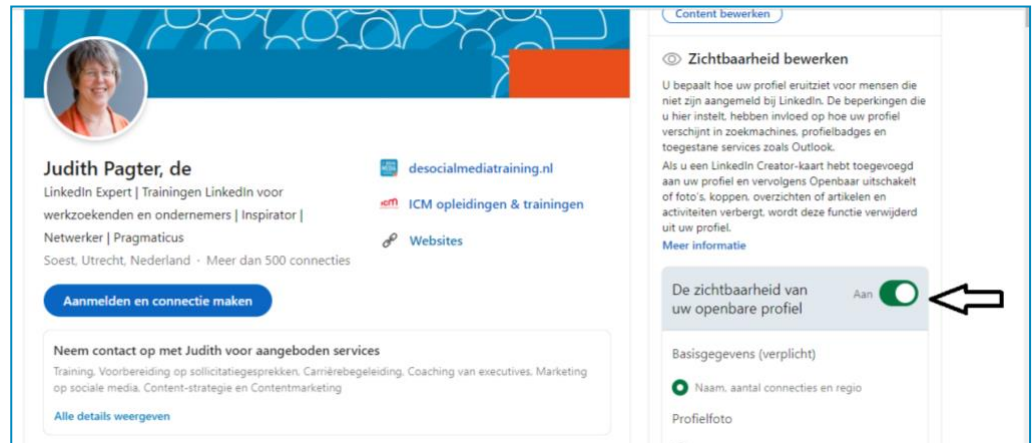
Badge 2 is geschikt om in te voegen in de zijbalk van de pagina.

STAP 1: kopieer en plak het volgende script in uw pagina (je hoeft dit slechts één keer te doen).

STAP 2: kies een badge uit de opties en kopieer en plak de code (bevat een link naar uw openbare profiel).

Als het goed is zit je nog steeds in het scherm **OPENBAAR PROFIEL AANPASSEN**. Hier heb je ook je URL gewijzigd en een **PROFIEL BADGE** opgehaald.

Je kunt nog meer via deze functionaliteit aanpassen, o.a. bij **ZICHTBAARHEID BEWERKEN** kun je precies aangeven wat van jouw profiel voor mensen die jou zoeken via de zoekmachines als Google, Yahoo en Bing zichtbaar mag zijn en wat niet.



Hoe meer kopjes je hebt geactiveerd in je profiel hoe groter je kansen zijn om gevonden te worden ook via de zoekmachines.

§ 3.8 VAARDIGHEDEN

Ik wil even speciaal stilstaan bij **VAARDIGHEDEN & ONDERSCHRIJVINGEN**. Als je hier je professionele vaardigheden invult, dan kunnen recruiters er vervolgens ook op zoeken (en kun je erop gevonden worden!). Een extraatje die jouw vindbaarheid op LinkedIn vergroot. Let er wel op, de vaardigheden zie je in het Nederlands als je de taal van je profiel in het Nederlands hebt staan.

Staat de taal van je profiel ingesteld in het Engels, dan zie je alleen de Engels beschikbare vaardigheden staan.

LET OP: Vaardigheden worden niet vertaald als je een tweetalig profiel hebt. Dus maak een keuze in welke taal je jouw vaardigheden wil aanmaken of aanvullen.

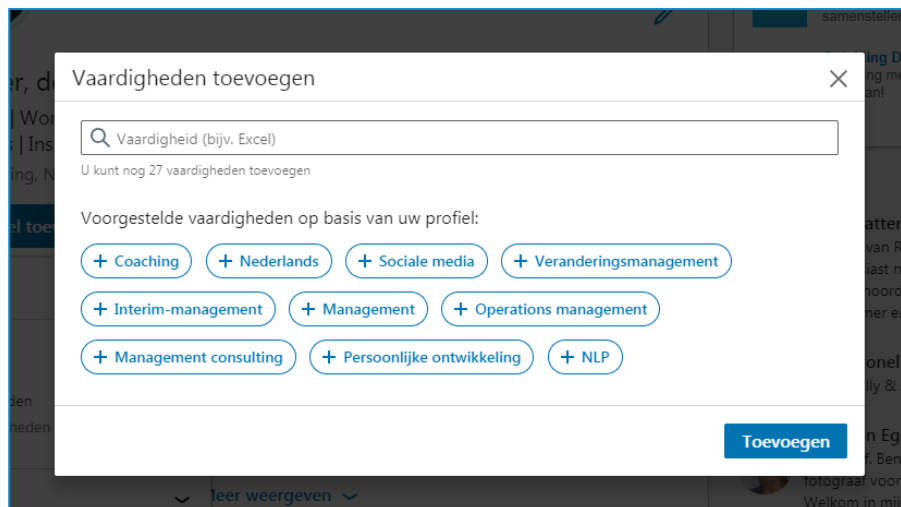
Overigens kun je ook zelf bedachte vaardigheden die niet in de lijst voorkomen opslaan. En je kunt ook competenties (soft skills) in de lijst kwijt. Bijvoorbeeld: accuraat, organisator, netwerker, pragmaticus, etc.

Recent is toegevoegd dat als je via **VACATURES** solliciteert, LinkedIn laat weten of jouw vaardigheden wel voldoen aan

de door de werkgever aangegeven beschrijving. Nog niet elke vacature is zo ingericht, maar je ziet het wel steeds vaker. Het is wel slim om als je toch vacatures aan het bekijken bent, je leest over welke vaardigheden je moet beschikken. Denk je bij het lezen: dat kan ik ook, voeg deze vaardigheid dan toe aan je profiel.

VAARDIGHEDEN is een veld waarmee je jouw profielsterkte kunt verhogen (je hebt er minimaal 5 nodig). En het geef ook nog eens aan dat je netwerk/ jouw ambassadeurs vinden dat jij goed bent in die vaardigheden.

Ervaring leert dat als je deze vaardigheden niet zelf invult, LinkedIn op basis van informatie uit je profiel zelf vaardigheden gaat toevoegen. Die zijn vaak heel algemeen zoals NEDERLANDS of MICROSOFT. LinkedIn komt zelf met suggesties:



Door op een blauw plusje te klikken en op **TOEPASSEN** wordt deze vaardigheid aan je profiel toegevoegd. Overigens kun je er zeker van zijn dat deze suggesties nog niet zijn opgenomen in je LinkedIn profiel.

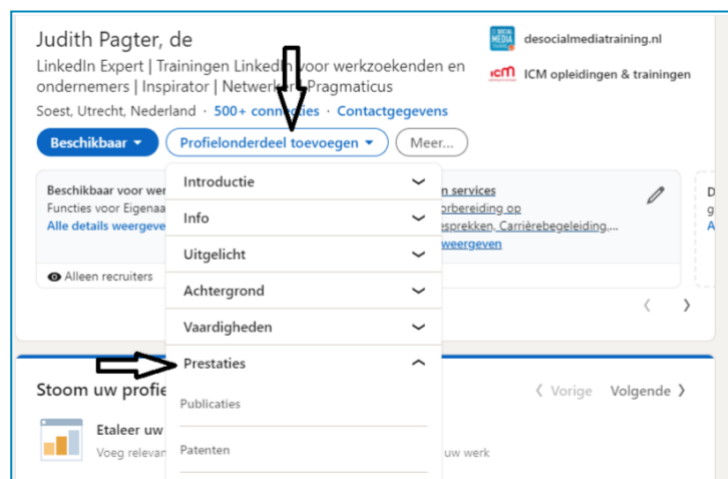
Kijk eens bij profielen van collega's en doe suggesties op welke vaardigheden bij jou passen.

Kijk in § 8.3 hoe je vaardigheden toevoegt en hoe het werkt.

§ 3.9 PRESTATIES TOEVOEGEN AAN JE PROFIEL

Je kunt in LinkedIn naar behoeven **EXTRA KOPJES** toevoegen aan je profiel. Je kunt daarmee je profiel zo uitgebreid maken als je wilt. Je kiest er zelf voor wat je toevoegt en wat niet.

Wanneer je in het menu weer teruggaat naar **IK | PROFIEL WEERGEVEN**, dan zie je onder de knop **PROFIELONDERDEEL TOEVOEGEN | PRESTATIES** (even klikken op het driehoekje) de volgende voorbeelden van kopjes die je kunt toevoegen aan je profiel.



✓ PUBLICATIES

Een boek op je naam hebben staan of een hele reeks artikelen onderschrijven je expertise op je vakgebied. Schroom niet en noem ze vooral. Vermelding onder dit kopje zorgt er volgens LinkedIn voor dat je tot 7x meer gevonden wordt!

✓ **PATENTEN**

Het kan interessant zijn voor bedrijven en potentiële klanten om te zien welke patenten je hebt. Wie weet leidt dit tot een mooie samenwerking of een geldschieter.

✓ **CURSUSSEN**

Hier geldt hetzelfde als bij diploma's. *Relevant* is hier het sleutelwoord.

Belangrijk voor werkzoekenden om te laten zien dat je je permanent ontwikkeld hebt.

Er wordt onder dit kopje ook gevraagd naar een cursusnummer. In sommige branches hebben cursussen nummers (bijvoorbeeld in de gezondheidszorg). Het is geen verplicht veld.

✓ **PROJECTEN**

Projecten waar je aan hebt meegewerkt, kun je hier beschrijven. Dit is erg handig voor zelfstandige professionals die op urenbasis aan projecten werken, dan hoef je niet onder **ERVARING** alle opdrachten te beschrijven. Voor werkzoekenden is het handig als je ervaring hebt in projectmatig werken, het hier op te nemen. Veel werkgevers vinden ervaring met projectmatig werken een pré.

LET OP: je kunt voor informatie die je onder dit kopje zet geen aanbeveling vragen. Wil je dat wel, voeg deze informatie dan aan beschrijving toe van de functie die je had toen je dit project deed onder **ERVARING**.

Kijk voor aanbevelingen onder § 8.1.

✓ **ONDERSCHEIDINGEN EN PRIJZEN**

Ben je voor je werk onderscheiden? Heb je in je vakgebied meegedaan aan een wedstrijd? Laat zien wat je hebt gewonnen en waarvoor je bent onderscheiden.

✓ **TESTSCORES**

Welk cijfer je hebt gescoord op je examen, kun je hier laten zien.

✓ **TALEN**

Laat je talenkennis zien en voeg toe over welke taalvaardigheid je beschikt. Is het je moedertaal, heb je een professionele vaardigheid of niet. Vergeet dus niet het niveau van je talenkennis toe te voegen.

✓ **ORGANISATIES**

Waar ben je lid van? Noem branche organisaties, vakorganisaties, maar ook netwerkorganisaties geef je hiermee een plek.

Met het toevoegen van **KOPJES** krijg je onderverdelingen in je profiel waardoor het er overzichtelijk uitziet. Afhankelijk van het doel dat je hebt met LinkedIn kun je je profiel zo uitgebreid maken als nodig is voor jou. Als je op zoek bent naar een baan, helpt het om veel van jezelf te laten zien. Later zou je als je dat wil bepaalde informatie kunnen afschermen (zie onder § 3.7).

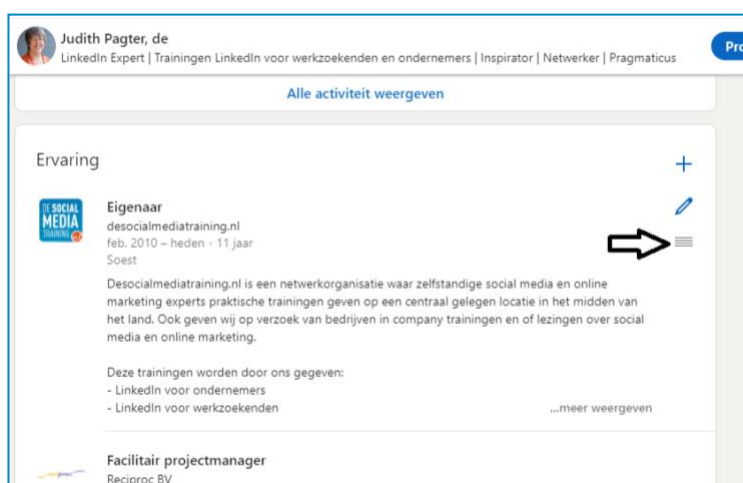
Wil je je laten inspireren door een aantal voorbeelden van toegevoegde kopjes, bekijk dan mijn [LinkedIn profiel](#).

§ 3.10 AANVULLENDE INFORMATIE

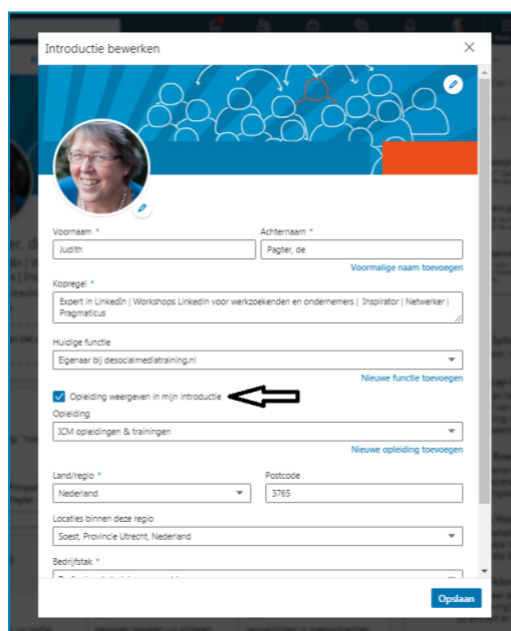
Recent is deze functionaliteit toegevoegd. Via **AANVULLENDE INFORMATIE** kun je om een aanbeveling vragen. Alles hierover vind je in § 8.1.

§ 3.11 JE PROFIEL HERSCHIKKEN

Als je klaar bent met het invullen van je profiel, dan kun in het blok **ERVARING** de informatie herschikken. Dat wil zeggen alleen voor de functies die je tot heden vervult. Voor functies die een einddatum hebben, geldt dit niet.



Door op het tekenetje met de '4 lijntjes' te klikken kun je met de ervaring schuiven.



Dat wat het meest belangrijk is, zet je bovenaan. Daarmee komt die werkgever in de kop van je profiel te staan.

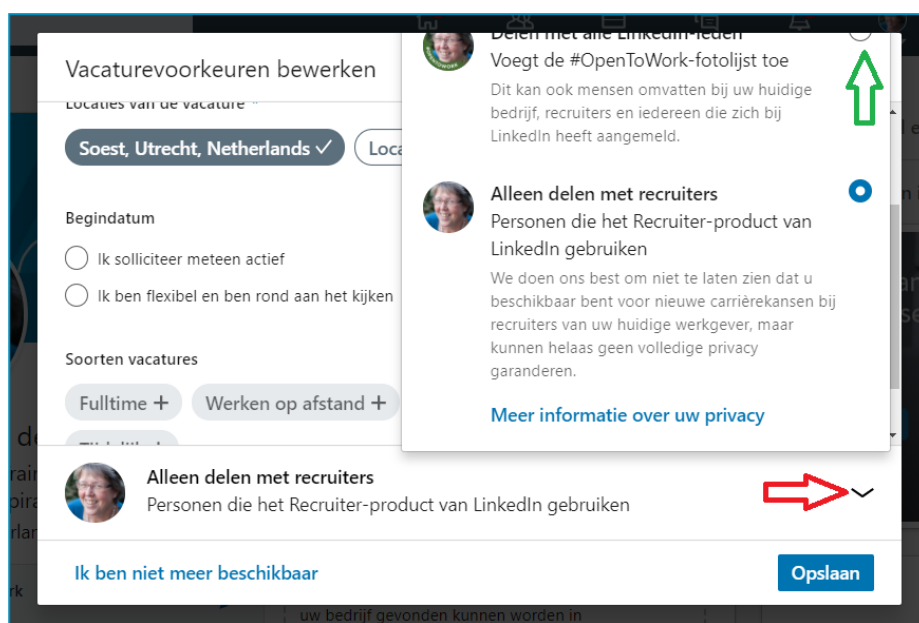
Ditzelfde kun je doen bij **OPLEIDING**. Je kunt een andere opleiding dan je laatstgenoten opleiding verschuiven. Het bovenste

opleidingsinstituut wordt in de kop van je profiel getoond. Overigens kun je dat ook uitzetten. Ga hiervoor naar **IK | PROFIEL WEERGEVEN | 'PENNETJE' RECHTS VAN JE**

FOTO | KLIK HET GROENE VINKJE UIT BIJ 'OPLEIDING WEERGEVEN IN MIJN INTRODUCTIE

§ 3.12 #OPENTOWORK (NIEUW)

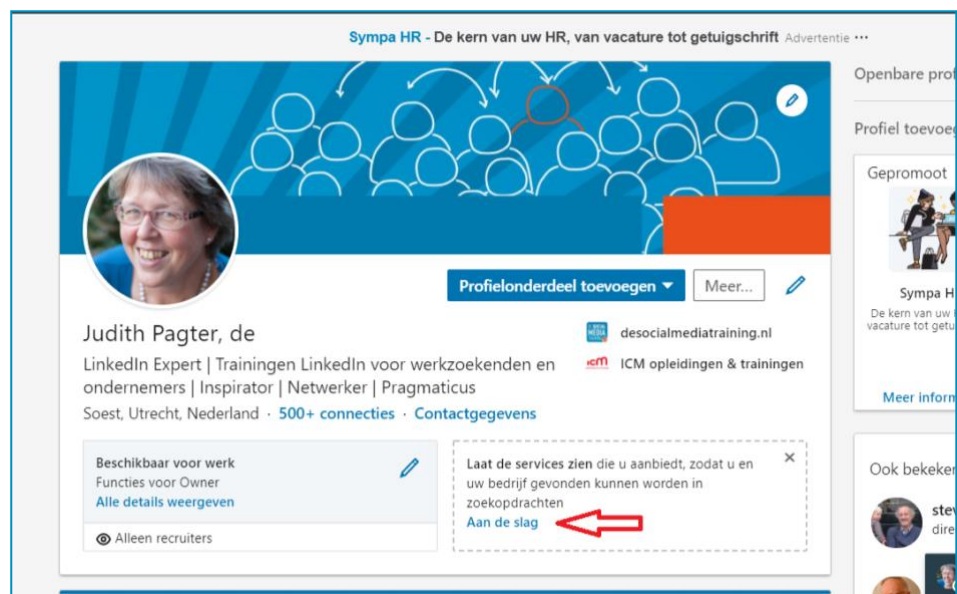
De nieuw functie **#OPENTOWORK** maakt het mogelijk dat de hele wereld in een oogopslag kan zien dat jij op zoek bent naar een opdracht, project, tijdelijk werk of vaste baan. Want waar kijk jij het eerst naar als je een profiel opent op LinkedIn? Juist! De foto. Dus heeft LinkedIn daar sinds kort een optie aan toegevoegd door, als je dat wilt, er voor de helft een groen kader aan toe te voegen met de tekst: #Opentowork.



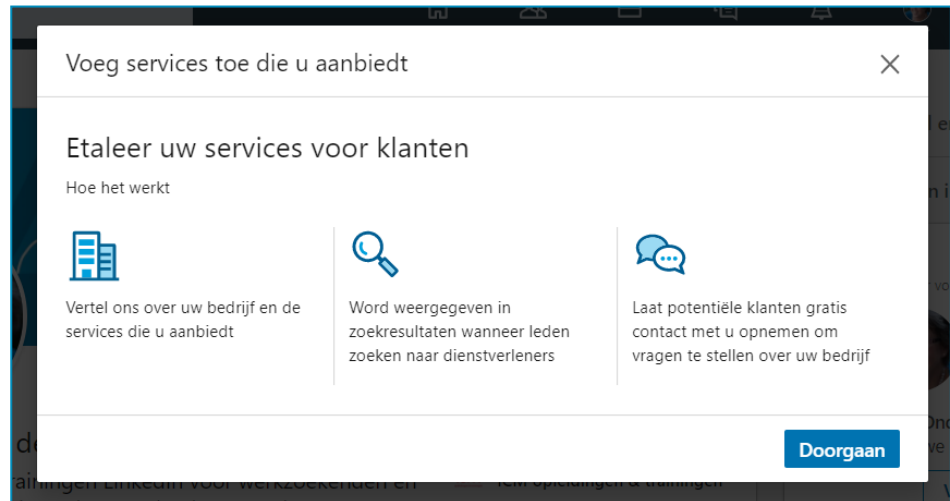
Dus als jij dit op je profiel wil laten zien dat je op zoek bent naar werk, ga dan naar **IK | PROFIEL WEERGEVEN**. Net onder de kop van je profiel vind je een blokje met **BESCHIKBAAR VOOR WERK**. Klik op het 'pennetje' en daarna op het 'driehoekje' achter **ALLEEN DELEN MET RECRUITERS** (rode blokpijl) en kies daarna voor **DELEN MET ALLE LINKEDIN LEDEN** (groene blokpijl) en klik daarna op **GEREED**.

§ 3.13 #OPENTOBUSINESS OF OPEN VOOR BEDRIJVEN (NIEUW)

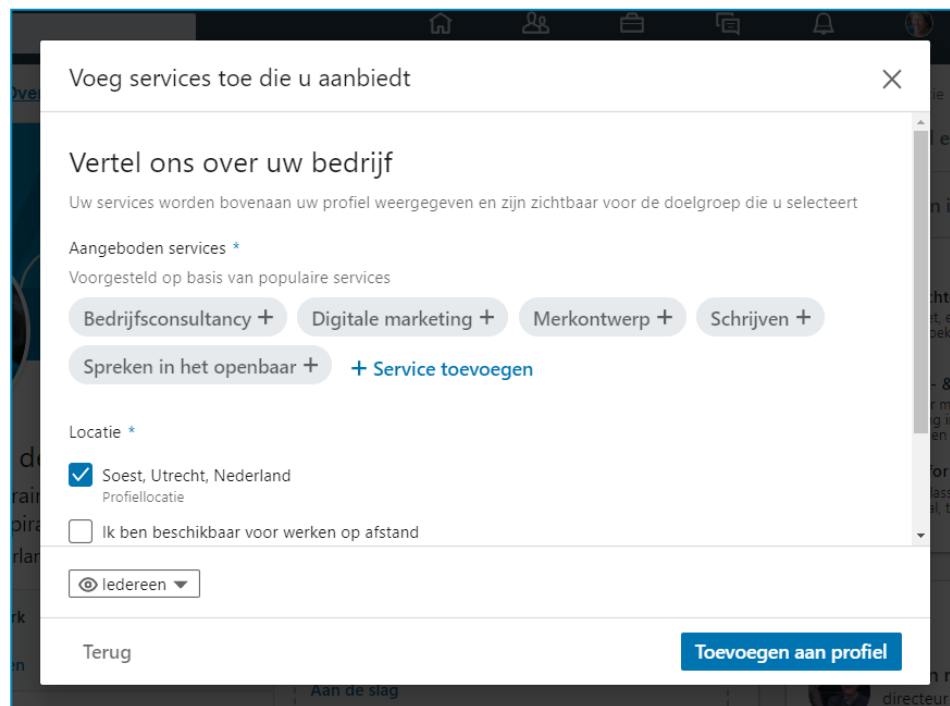
Als jij op je LinkedIn profiel wil laten zien dat je open staat voor klanten, dan kun je dat op je profiel laten zien; ga dan naar **IK | PROFIEL WEERGEVEN**. Net onder de kop van je profiel vind je een blokje met **LAAT DE SERVICES ZIEN DIE U AANBIEDT ZODAT U EN UW BEDRIJF GEVONDEN KUNNEN WORDEN IN DE ZOEKMACHINES**. Klik op **AAN DE SLAG**.



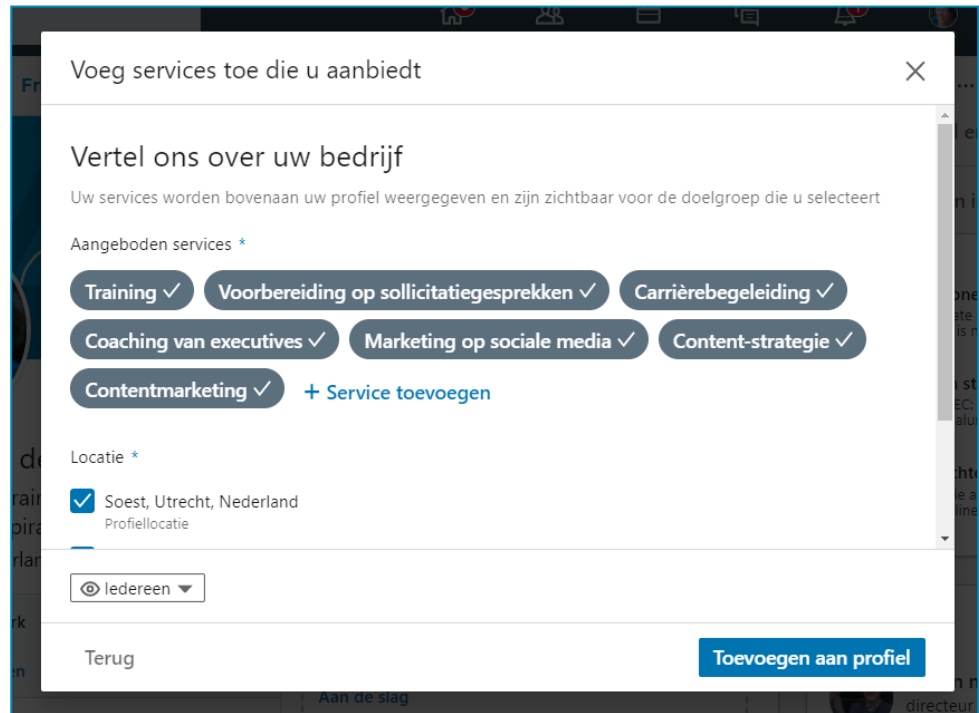
Dan kom je in dit scherm terecht en klik je op **DOORGAAN**.



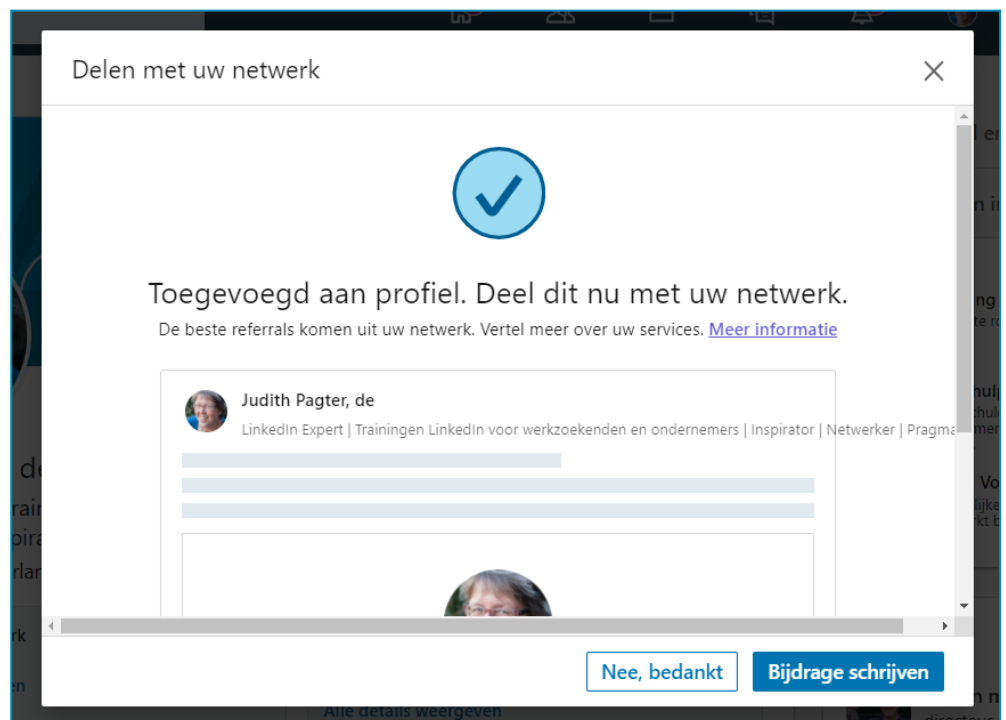
Nu kom je in het scherm waarin je maximaal 10 services die je aanbiedt kunt toevoegen. **LET OP:** je kunt alleen gebruik maken van de services die LinkedIn je laat zien. Tevens kun je aangeven of je beschikbaar bent voor werken op afstand en voor wie deze services zichtbaar zijn.



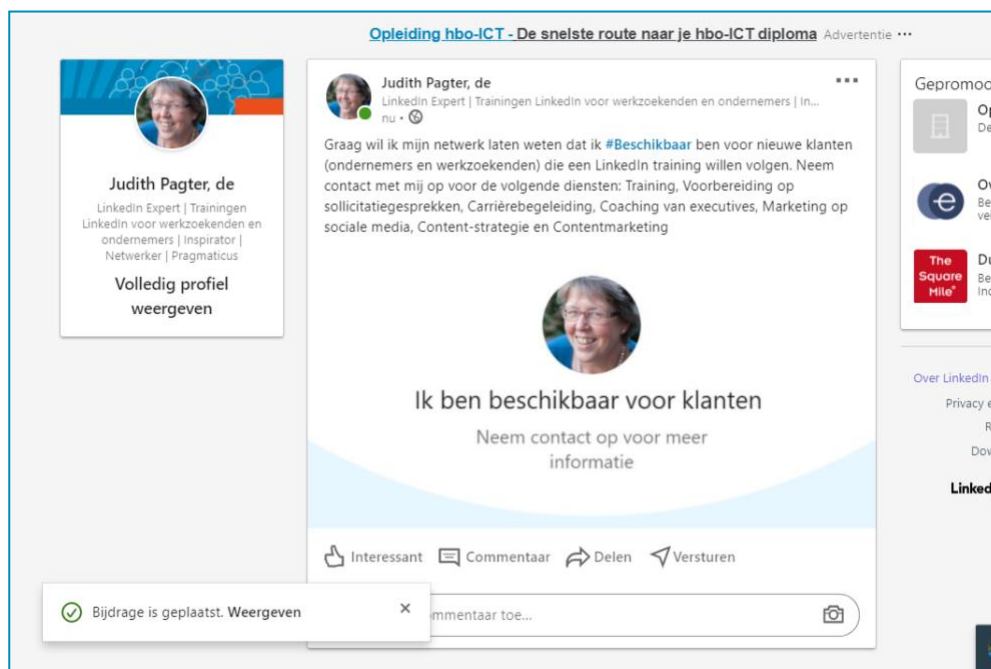
Zo ziet het scherm eruit als je de diverse services hebt toegevoegd. Als je klaar bent dan klik je op **TOEVOEGEN AAN PROFIEL**.



LinkedIn meldt dat de services zijn toegevoegd aan je profiel en geeft je de gelegenheid om een bijdrage te schrijven om je netwerk te informeren dat je open staat voor nieuwe klanten. Wil je dit, klik dan op **BIJDRAGE SCHRIJVEN**.



LinkedIn komt met een standaardtekst die je uiteraard zelf kunt aanpassen. Die van mij ziet er als volgt uit:



Uiteindelijk ziet het er in je profiel zo uit:



LinkedIn meldt dat als je **OPEN VOOR BEDRIJVEN** inschakelt, de gegevens die jij verstrekt zichtbaar voor andere LinkedIn leden of voor openbaar afhankelijk van de **OPENBARE PROFIEL ZICHTBAARHEIDINSTELLINGEN**

Check hiervoor § 3.7.

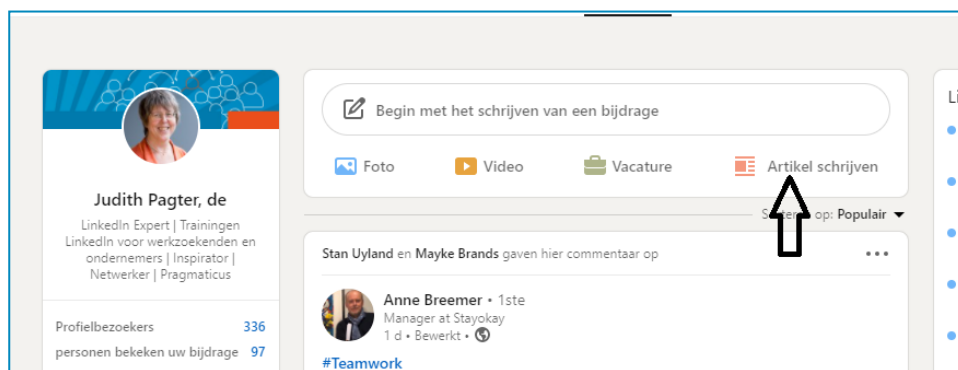
4. COMMUNICATIE VIA LINKEDIN

In dit hoofdstuk leer je alles over hoe je via LinkedIn kunt werken aan je zichtbaarheid. Het hebben van een LinkedIn profiel is belangrijk en het hebben van een digitaal netwerk, maar online zichtbaar zijn, is de sleutel tot succes. Welk doel je voor LinkedIn ook in gedachten hebt, als anderen je niet zien of nooit iets van je horen, ben je ook niet top of mind bij je netwerk. Je kunt zichtbaar zijn door zelf te communiceren via **ARTIKEL SCHRIJVEN** of een **BIJDRAGE SCHRIJVEN** of het plaatsen van een foto of een video en je kunt content van anderen in je netwerk verder brengen door iets **INTERESSANT** te vinden, **COMMENTAAR** te geven of informatie te **DELEN** met je netwerk of in een groep of het via **VERSTUREN** als een privé-bericht aan iemand uit je netwerk te sturen.

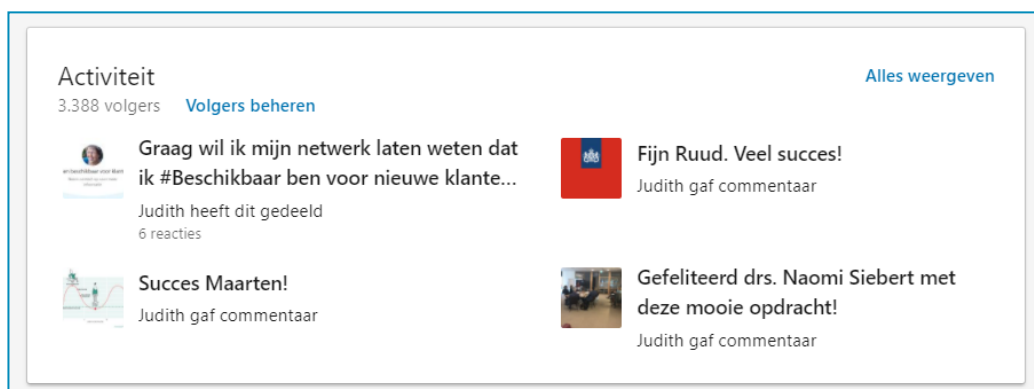
Daar gaat dit hoofdstuk over.

§ 4.1 SCHRIJF EEN ARTIKEL VIA LINKEDIN PUBLICATIES

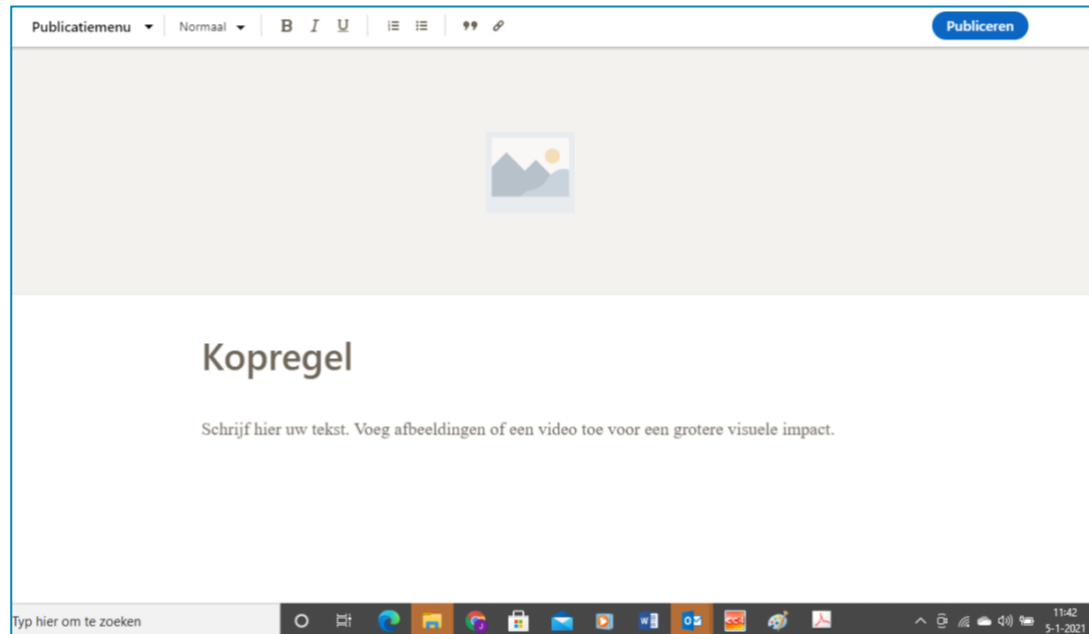
Als je naar **HOME** gaat, dan zie je de knop: **ARTIKEL SCHRIJVEN**.



Een artikel is eigenlijk een blog dat je via LinkedIn verspreidt. Wat is een blog? Een blog is een stuk tekst tussen de 350 en 1.000 woorden en is prettig leesbaar. In een blog geef je een stukje van jouw expertise weg zonder dat je alles deelt met je netwerk. Een blog is niet gericht op directe verkoop, maar meer om interesse te wekken van je doelgroep. Je wil dat je publiek jouw blogs gaat volgen en zo op de hoogte gehouden wordt van volgende blogs die je gaat publiceren. Bijkomend voordeel is dat artikelen via LinkedIn Publicaties op je profiel zichtbaar blijven. Bezoekers vinden die artikelen op jouw persoonlijke profiel. Ga in de zwarte menubalk naar **IK** en daarna naar **PROFIEL WEERGEVEN**, scroll naar onder je **INFO** net boven **ERVARING**. Daar vind je **ACTIVITEIT**:



De werking van **ARTIKEL SCHRIJVEN** is eenvoudig. Je gaat naar **HOME** klikt op het knopje **ARTIKEL SCHRIJVEN** en daarmee kom je in dit scherm:

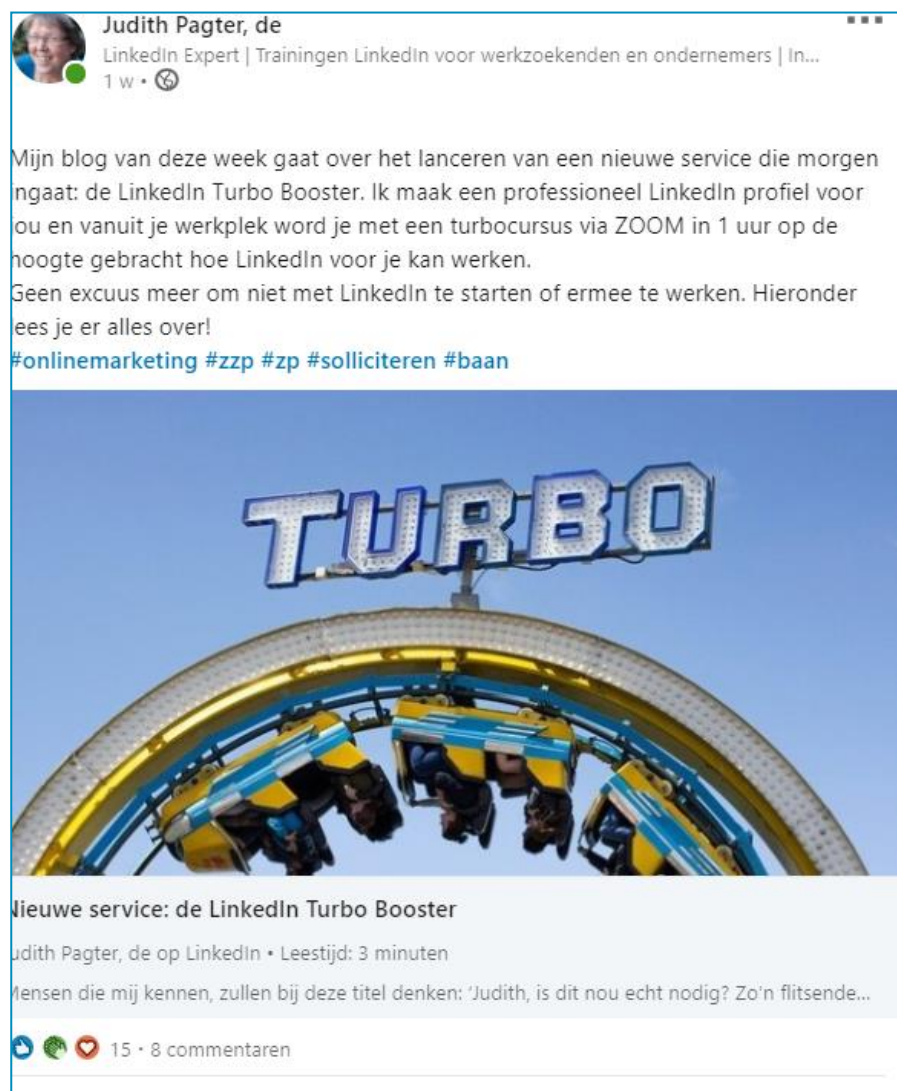


Start met het plaatsen van een rechten vrije foto (zie voor informatie pagina 39) die passend is bij het artikel dat je hebt geschreven. Plaats bij **KOPREGEL** de titel van het artikel en plaats bij **SCHRIJF HIER UW TEKST** het volledige artikel. Een blogartikel bestaat uit minstens 350 tot 1.000 woorden om als nieuwe content door de zoekmachines opgepakt te worden. Nieuwe algoritmes van Google zetten in op expertise in content. Blogs van 1.000 worden beloond ten opzichte van kleine blogs van 350 woorden.

Boven in het scherm heb je navigatieknoppen om de tekst op te maken. Zorg dat je met subkopjes (het driehoekje na “normaal” in de menubalk) werkt en dat je deze **KOP 2** meegeeft zodat deze tekst opgepakt wordt door de zoekmachines. Je kunt aan het artikel foto's of een video toevoegen door op het vierkantje met het plusje te klikken vóór **SCHRIJF HIER UW TEKST**. Als je klaar bent, dan klik je bovenaan rechts op **PUBLICEREN**. Je krijgt van LinkedIn 700 tekens de mogelijkheid om een bijdrage te schrijven voorafgaand aan je artikel. Daarmee wordt je verspreiding groter. Een **BIJDRAGE** gaat standaard naar 1^e, 2^e, en 3^e

graad contacten. Een **ARTIKEL** gaat zonder bijdrage alleen naar 1^e graad contacten. Hierin kun je ook 'tags' (zoekwoorden) gebruiken zodat jouw artikel beter gevonden wordt via de zoekmachines. Dat kunnen ook hashtags zijn (zie hiervoor § 4.5). Daarna kun je het artikel **PUBLICEREN**.

Nog een tip: plaats niet alleen de zoekwoorden, maar maak voorafgaand aan de zoekwoorden een korte alinea waarin je beschrijft waar je blog over gaat. Zie ter inspiratie voorbeeld hieronder.



Judith Pagter, de
LinkedIn Expert | Trainingen LinkedIn voor werkzoekenden en ondernemers | In...
1 w • 🌐

Mijn blog van deze week gaat over het lanceren van een nieuwe service die morgen gaat: de LinkedIn Turbo Booster. Ik maak een professioneel LinkedIn profiel voor jou en vanuit je werkplek word je met een turbocursus via ZOOM in 1 uur op de hoogte gebracht hoe LinkedIn voor je kan werken.
Geen excuus meer om niet met LinkedIn te starten of ermee te werken. Hieronder lees je er alles over!
[#onlinemarketing](#) [#zpzp](#) [#solliciteren](#) [#baan](#)

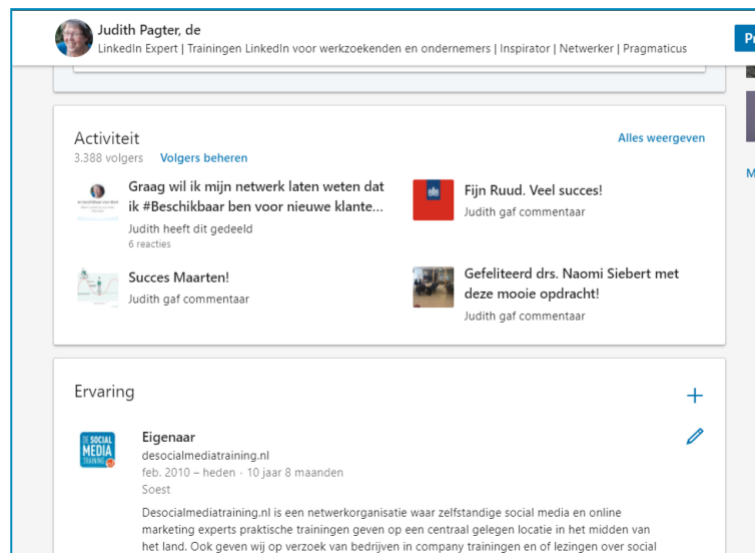
Nieuwe service: de LinkedIn Turbo Booster
Judith Pagter, de op LinkedIn • Leestijd: 3 minuten
Mensen die mij kennen, zullen bij deze titel denken: 'Judith, is dit nou echt nodig? Zo'n flitsende...'
🌐 🌱 ❤️ 15 • 8 commentaren

Het artikel wordt meteen gedeeld met je 1^e graad connecties en met jouw volgers als je geen bijdrage schrijft en met je

IEDEREEN als je wel een bijdrage schrijft via hun **HOME-**pagina (nieuwsfeed).

Kies je voor **IEDEREEN** dan werkt de verspreiding als volgt:

- ✓ Op de homepagina van 1^e graad connecties;
- ✓ Op de homepagina van 2^e en 3^e graad connecties als de update opnieuw wordt gedeeld, becommentarieerd of gemarkeerd als **INTERESSANT** door jouw 1^e graad connecties;
- ✓ In zoekresultaten voor content in onderwerpen die je hebt geplaatst;
- ✓ In zoekresultaten voor *hashtags* (zie voor alle informatie hierover § 4.5) die je in bijdragen hebt gebruikt;
- ✓ Op jouw pagina bij **ACTIVITEIT** via **IK | PROFIEL WEERGEVEN |** net boven **'ERVARING' | ACTIVITEIT;**



Klik op **ALLES WEERGEVEN** en maak de keuze voor

- ✓ **ALLE ACTIVITEIT**
- ✓ **ARTIKELEN**

✓ **BIJDRAGEN**

✓ **DOCUMENTEN**

- ✓ Op jouw *openbare profiel* dat ook zichtbaar is voor mensen die niet zijn aangemeld bij LinkedIn
- ✓ Op andere sites buiten LinkedIn. Dit betekent zelfs dat personen die niet zijn aangemeld bij LinkedIn jouw bijdrage kunnen zien.
- ✓ Op de *Feeds van jouw volgers*, die mogelijk geen connecties van jou zijn.

Waar schrijf je dan over als je een artikel schrijft? LinkedIn Help geeft enkele suggesties:

- ✓ Wat voor concreet advies zou je iemand geven die in jouw vakgebied wil werken?
- ✓ Hoe zal jouw bedrijfstak er over 5, 10 of 15 jaar uitzien (of zou die eruit moeten zien) en hoe kan dit bereikt worden?
- ✓ Wat is het grootste probleem dat de bedrijfstak waarin je werkt moet oplossen?
- ✓ Welke vaardigheid is essentieel voor jouw baan of bij jouw bedrijf en waarom?
- ✓ Wat zou je anders doen als je weer helemaal opnieuw begon en waarom?
- ✓ Hoe ben jij begonnen in jouw beroep?
- ✓ Advies voor loopbaanontwikkeling.
- ✓ Uitdagingen voor de toekomst van jouw beroep.

Een aantal tips die LinkedIn Help geeft om de content te laten slagen:

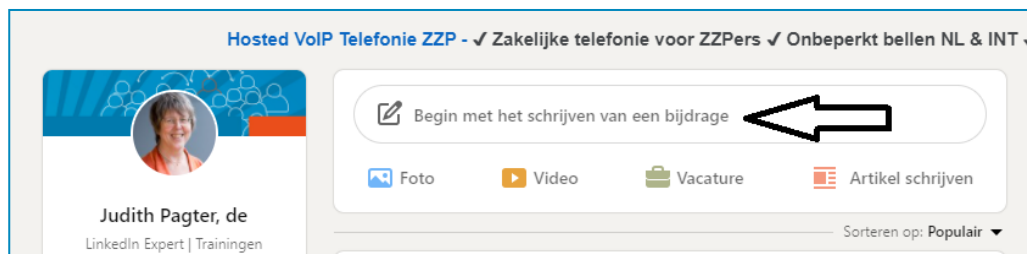
- ✓ Gebruik je eigen stijl.
- ✓ Schrijf over specifieke onderwerpen waarin je ervaring hebt of expertise hebt.

- ✓ Schrijf gericht: niet te veel onderwerpen in één artikel behandelen.
- ✓ Deins er niet voor terug jouw mening te geven. Zorg er echter voor dat ze inspirerend zijn voor het LinkedIn publiek.
- ✓ Publiceer als je iets waardevols te delen hebt met LinkedIn-leden. Over het algemeen geldt dat hoe meer artikelen je publiceert, hoe meer geloofwaardigheid je zult opbouwen en hoe sterker jouw professionele profiel zal worden.
- ✓ Er is geen limiet voor het aantal woorden, maar artikelen van ten minste 350 woorden worden het beste ontvangen.
- ✓ Upload afbeeldingen, video's, presentaties en bestanden om toe te voegen aan je content. Dit helpt om jouw ideeën tot leven te brengen en is een goede manier om concrete voorbeelden van jouw ervaring te laten zien.
- ✓ LinkedIn raadt aan om aan familie, vrienden of collega's te vragen om het artikel te redigeren. Uiteraard kun je er ook een professional naar laten kijken! Er zijn geen redacteurs bij LinkedIn beschikbaar om jouw bijdrage te controleren.

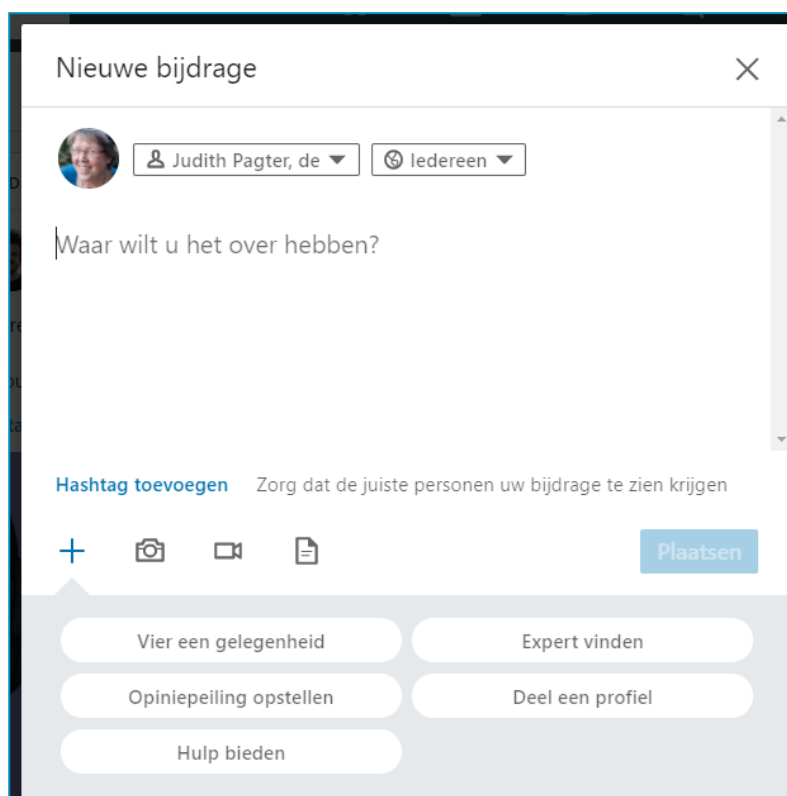
Tenslotte worden op LinkedIn alle artikelen getoond. Dus ook die van jaren terug. Je kunt er als bezoeker of connectie in bladeren en artikelen van je keuze openen, lezen en weer opnieuw in circulatie brengen door het **INTERESSANT** te vinden, er **COMMENTAAR** op te geven of het te **DELEN**. (Zie voor uitleg over de werking hiervan § 4.3). De schrijver zal er blij mee zijn!

§ 4.2 EEN BIJDRAGE SCHRIJVEN

Een goede manier om regelmatig onder de aandacht bij je connecties te komen en je zichtbaarheid te vergroten is het schrijven van een **BIJDRAGE** via **HOME**.



(Klik op **BEGIN MET HET SCHRIJVEN VAN EEN BIJDRAGE** en je ziet bovenstaande functionaliteit)



Bij **WAAR WILT U HET OVER HEBBEN?** begin je met typen van je boodschap. Je kunt er een foto, video of document aan hangen door op het desbetreffende pictogram te klikken. Vergeet geen hashtags toe te voegen aan je bijdrage. Zie voor het gebruik van #'s § 4.5.

Overigens is het zo dat jouw persoonlijke bijdrage door de algoritmes van LinkedIn slechts met 8 tot 16% van jouw 1^e

graad netwerk wordt gedeeld. LinkedIn kijkt wat het effect is in dit netwerk in de eerste 2 uur na de plaatsing. Met name commentaar speelt daarbij een belangrijke rol. Afhankelijk van het effect stopt de communicatie of wordt deze verder gecommuniceerd door LinkedIn.

Nieuw is dat je voor verschillende soorten communicatie kunt kiezen:

- ✓ **VIER EEN GELEGENHEID**
- ✓ **OPINIEPEILING OPSTELLEN**
- ✓ **HULP BIEDEN**
- ✓ **EXPERT VINDEN**
- ✓ **DEEL EEN PROFIEL**

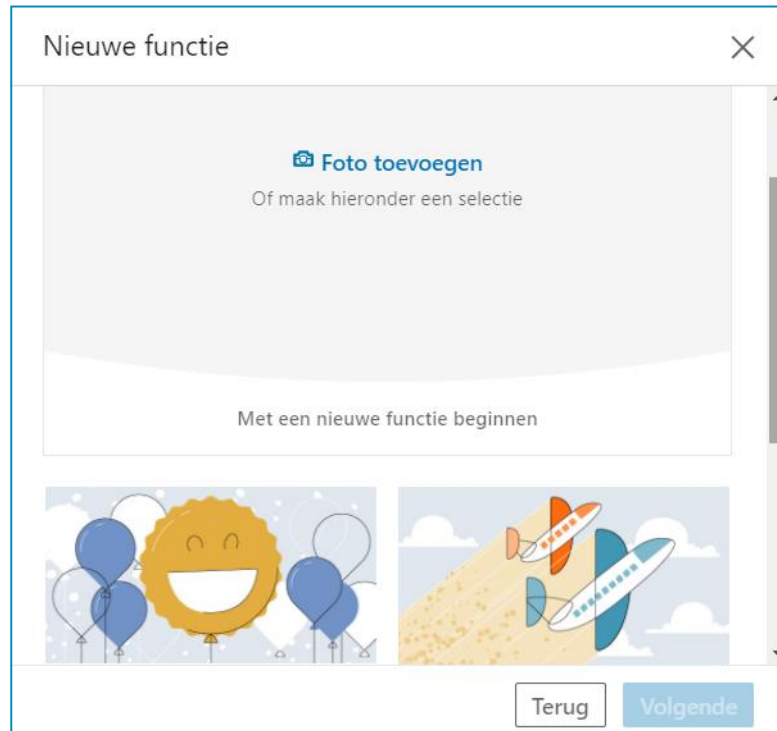
Overigens scoren deze opties qua verspreiding via de algoritmes van LinkedIn slecht.

Hieronder geef ik per onderdeel uitleg hoe je het kunt inzetten en gebruiken.

Met de knop **VIER EEN GELEGENHEID** kun je:

- ✓ een nieuwe collega feliciteren en welkom heten bij het team;
- ✓ via Erkenning waardering uitspreken voor een collega;
- ✓ via Projectlancering een nieuwe projectmijlpaal delen;
- ✓ via Werkjubileum jouw werkjubileum vieren;
- ✓ via Nieuwe functie dit nieuws delen met je netwerk.

Dat ziet er bijvoorbeeld zo uit voor een nieuwe functie:

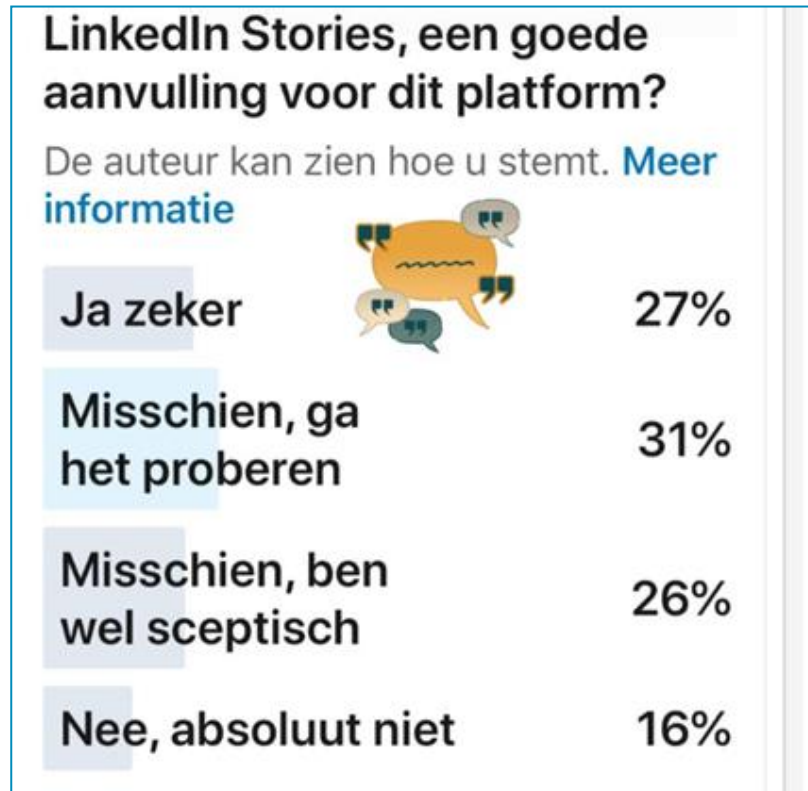


Voor al deze ‘feestjes’ kun je ervoor kiezen om een eigen foto te uploaden of gebruik te maken van een aantal standaard illustraties die LinkedIn aanbiedt, zoals de afbeelding hierboven.

De werking voor de andere bovengenoemde opties is identiek aan het screenshot.

OPINIEPEILING OPSTELLEN

Met deze optie kun je een korte vraag stellen aan je netwerk en een aantal antwoordmogelijkheden toevoegen plus de duur van de peiling. Daarna kun je zien wie er heeft gereageerd en je ziet bij de antwoorden de percentages. Deze functionaliteit biedt enorm veel mogelijkheden om snel inzicht te krijgen in de opinie of voorkeur van je netwerk en kan je zo helpen in het maken van keuzes of nemen van beslissingen. Hieronder een voorbeeld:



(met dank aan collega Guy Strijbosch)

HULP BIEDEN

Mensen vinden het over het algemeen fijn om iets te kunnen betekenen voor anderen. Zeker in deze tijd zijn er genoeg mensen die wel wat hulp kunnen gebruiken. Deze knop maakt het je gemakkelijk om je netwerk te laten weten dat je voor hulp beschikbaar bent. Je hebt keuze uit:



- ✓ Algemene hulp
- ✓ Referrals
- ✓ Loopbaancoaching
- ✓ CV-beoordeling
- ✓ Introducties
- ✓ Vrijwilligerswerk

✓ Anders

Heb je kennis of expertise nodig en je weet niet waar je die kunt vinden? LinkedIn helpt je met deze functie. Je kunt hier aangeven in welke categorie je een expert zoekt, op welke locatie en een beschrijving waar je precies naar op zoek bent. Je kunt #’s toevoegen (bijvoorbeeld met specifieke kennisgebieden of vaardigheden) en selecteren met wie je het bericht wilt delen.




En zo ziet het eruit:

Nieuwe bijdrage

 Judith Pagter, de  Iedereen

— 🙌 #OfferingHelp: Cv-beoordeling

Hashtag toevoegen #zpz #solliciteren #baan #zpz #instagra

+    **Plaatsen**

EXPERT VINDEN

Deze categorieën zijn beschikbaar:

- ✓ Coaching & mentorschap
- ✓ Design
- ✓ Financiële administratie
- ✓ Marketing
- ✓ Ander

LinkedIn stelt je een aantal vragen die je kunt beantwoorden. En zo ziet het eruit (voorbeeld):

Expert vinden
✕

Een aantal vragen die u helpen aan te geven waar u naar op zoek bent:

Waar hebt u hulp bij nodig? *

Coaching en mentorschap
▼

Waar hebt u hulp bij nodig wat betreft Coaching en mentorschap? *

Carrièrebegeleiding
▼

Locatie *

Soest, Utrecht, Nederland

Beschrijving *

Ik ben op zoek naar professionals die me kunnen helpen met Carrièrebegeleiding. Is er iemand met een aanbeveling?

Terug

Gereed

DEEL EEN PROFIEL

Met deze knop kun je een profiel van iemand delen met je netwerk, inclusief een opmerking, vraag of toelichting. Dat kun je bijvoorbeeld gebruiken als er iemand op zoek is naar een nieuwe baan en jij in je netwerk mensen hebt die daaraan kunnen bijdragen.

Je kunt een **BIJDRAGE** overigens delen met:

- ✓ IEDEREEN (waar jouw bijdrage terecht kan komen)
- ✓ CONNECTIES (alleen jouw 1^e graad connecties en jouw volgers)
- ✓ IEDEREEN en Twitter
- ✓ In GROEPEN (let op dat je in groepen geen reclame boodschappen plaatst!) Zie § 9 over groepen.

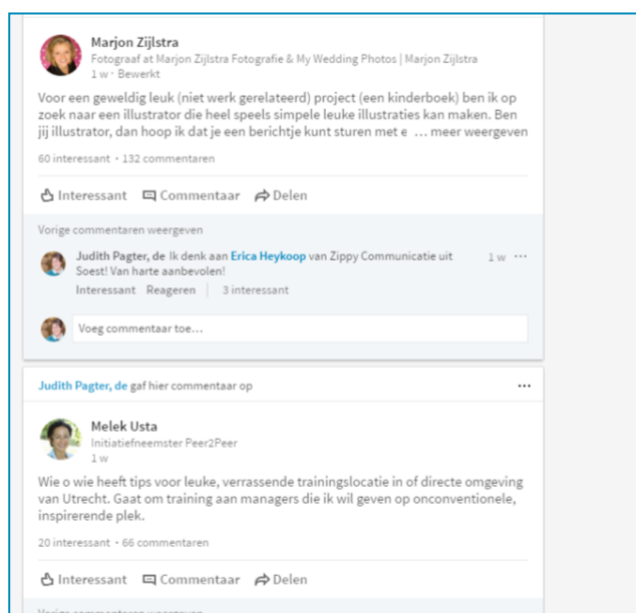
Kijk elke dag even door de **BIJDRAGES** op HOME en kijk of je kunt meedoen aan het gesprek.

Zorg dat je via **HOME** regelmatig een **BIJDRAGE** plaatst, (liefst) elke week. Vertel iets over een project of een opdracht, een nieuwe website, artikel dat je hebt geplaatst, interessant boek, een event dat je organiseert, een diploma die je hebt behaald, een nieuwe functie, de eerste dag in je nieuwe baan, etc. Updates met foto's of video's trekken beter de aandacht dan alleen tekst.

Zo ziet je hele netwerk dat aan jou is gelinkt waar je mee bezig bent en kom je weer even op het netvlies van mensen in je netwerk. Zo kun je op eenvoudige wijze je netwerk op de hoogte houden.

De **BIJDRAGE** is ook heel mooi om te experimenteren met een zoekvraag:

“Wie kan mij helpen aan een ingang bij” Of “Wie in mijn netwerk kan mij helpen aan...”

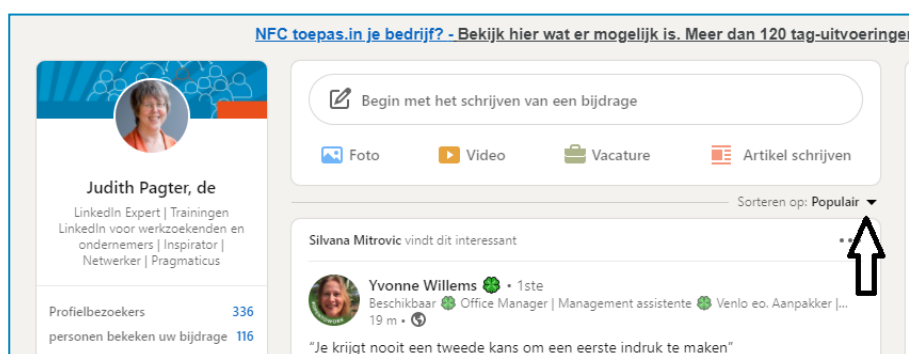


Je ziet vaak veel reacties op dit soort vragen. Mensen op LinkedIn zijn graag bereid anderen te helpen. Daarmee worden ze zelf ook meer zichtbaar.

Je kunt ook in je **BIJDRAGE** een verwijzing maken naar een website of een blog die je op je website hebt geplaatst en die wordt dan meteen zichtbaar en het eerste deel van de website of het blog (inclusief afbeelding) wordt meegestuurd. Overigens is LinkedIn er niet van gecharmeerd dat er een link in een bijdrage staat. Het kan zijn dat daardoor jouw communicatie minder goed aan jouw netwerk getoond wordt.

Omdat LinkedIn snel groeit (ten tijde van de revisie van dit E-boek zijn er ruim 722 miljoen abonnees op LinkedIn), is de houdbaarheidstermijn van deze **BIJDRAGES** niet heel lang. De **HOME**-pagina wordt snel overruled door informatie van anderen uit je netwerk. Je kunt overigens eenvoudig door die bijdrages heen door er een “filter” op te zetten. Ga naar **HOME** en daarna naar de knop **SORTEREN OP**. Dan krijg je te zien:

- ✓ Populair (standaard instelling)
- ✓ Recent



Ik schreef een interessante [blog](#) over deze instelling en hoe je nog meer kunt doen om je feed te beïnvloeden.

§ 4.3 (OVERIGE) COMMUNICATIE VIA HOME

Recent zijn de mogelijkheden om zelf via **HOME** te kunnen communiceren uitgebreid met:

- ✓ **FOTO** - Je kunt hiermee alleen een foto communiceren die al op je PC als bestand staat met een eventuele alternatieve tekst van 120 tekens en je kunt personen taggen. Zodat zij jouw communicatie via **MELDINGEN** zien.
- ✓ **VIDEO** - Je kunt hiermee alleen een video communiceren die al op je PC als bestand staat.
- ✓ **EVENEMENT** - Je kunt hiermee een evenement aanmaken en dit communiceren met je netwerk. De volgende informatie wordt gevraagd:
 - Achtergrondfoto
 - Naam evenement
 - Organisatie
 - Link (kan link naar webinar zijn bijvoorbeeld, kun je ook later toevoegen)
 - Datum en tijd
 - Tijdzone
 - Beschrijving
 - Website voor kaarten
 - Zichtbaarheid evenement

Op de **HOME**-pagina komt informatie binnen van jouw connecties of van het netwerk van jouw connecties, of updates van bedrijven die je volgt, influencers die je volgt of updates die gesponsord zijn door bedrijven (reclame). Gepromoot heet dat.



Met die informatie kun je 4 dingen doen:

✓ **INTERESSANT**

Als je een bijdrage interessant vindt, dan wordt dat bericht gepusht naar mijn 1^e graad connecties. Zij zien dit bericht in hun tijdlijn bij **HOME** onder vermelding van *“Judith de Pagter vindt dit interessant”* (deze link bevat een hyperlink. Door met je muis over mijn naam te scrollen, zie je mijn foto, naam en kopregel en door erop te klikken kom je in mijn LinkedIn profiel terecht).

Overigens levert een ‘steun like’ (hand met hartje) 10% meer zichtbaarheid op in vergelijking tot de andere likes met emoticon.

✓ **COMMENTAAR**

Als je commentaar geeft op een bijdrage dan wordt jouw foto met je naam en je kopregel en jouw commentaar gepusht naar je 1^e graad netwerk en is rechtstreeks zichtbaar onder de bijdrage. Jouw connecties zien dit bericht in hun tijdlijn onder vermelding van *“Judith de Pagter gaf hier commentaar op”*.

Commentaar heeft een 8x hogere attentiewaarde dan een like. Dus zorg dat je meer commentaar geeft dan likes.

✓ **DELEN IN DE FEED**

Als je een bijdrage deelt in de Feed (dat wil zeggen via de **HOME**-pagina), dan wordt de bijdrage gekopieerd en kun je er eigen tekst aan toevoegen. Ook hier heb je de keuze tussen **IEDEREEN, IEDEREEN EN TWITTER, ALLEEN CONNECTIES** en **GROEPSLEDEN**. Check § 9 voor informatie over Groepen.

Delen wordt door LinkedIn gezien als gedeelde content. Wat in ieder geval qua zichtbaarheid een goede tip is, is commentaar plaatsen als iemand jouw bijdrage deelt.

✓ **DELEN VIA EEN PERSOONLIJK BERICHT VIA 'VERSTUREN'**

Je kunt een bijdrage delen via een persoonlijk bericht aan een van je 1^e graad connecties. Je kunt het bericht ook met meer 1^e graad connecties delen. Zij zien dan wel met wie je dit bericht hebt gedeeld. Ook reacties komen bij de groep van geadresseerden terecht (lijkt een beetje op een WhatsApp groep). Overigens zijn berichten altijd afgeschermd en alleen te lezen voor de geadresseerde. Eigenlijk net zoals je e-mail.

Je verstuurt zo'n persoonlijk bericht via het knopje **VERSTUREN**. Zie afbeelding hierboven.

Ik deel regelmatig informatie met mijn netwerk. Bijvoorbeeld een vacature die interessant is voor iemand uit mijn netwerk. Of een interessant artikel of

een filmpje dat voor een van mijn connecties interessant is.

Op deze manier onderhoud jij je netwerk en ben je weer even in contact met je relaties. Eigenlijk is dit online netwerken.

WAAR VIND IK MIJN EIGEN BIJDRAGES EN ARTIKELEN TERUG OP LINKEDIN?

Ga via **HOME | PROFIEL WEERGEVEN** naar **ACTIVITEIT | ALLES WEERGEVEN**



WAAR VIND IK BIJDRAGES TERUG VAN MIJN CONNECTIES OP LINKEDIN?

Zoek de persoon waarvan je de activiteit wil zien op door de naam in de zoekbalk links boven in het menu te typen. Klik het profiel open en scroll totdat je **ACTIVITEIT** ziet staan. Daar zie je de vier meest recente activiteiten staan. Door op **ALLES WEERGEVEN** te klikken zie je alles en heb je keuze uit: **ALLE ACTIVITEIT, ARTIKELEN, BIJDRAGEN** en **DOCUMENT**.

Je hoeft niet een 1^e graad connectie te zijn van iemand om **ACTIVITEIT** te bekijken. Ook **ARTIKELEN** zijn zichtbaar voor 1^e graad connecties, jouw volgers en voor andere bezoekers (2^e en 3^e graad).

Overigens is het zo dat bijdragen gedurende relatief korte tijd op het Activiteitenoverzicht getoond worden. Hoe meer bijdragen je maakt, hoe sneller ze verdwijnen. Immers niet alle communicatie van 722 miljoen mensen wereldwijd kan bewaard blijven. Dat zou te veel dataopslag kosten. Artikelen blijven permanent zichtbaar.

§ 4.4 MELDINGEN

Op de zoekbalk vind je links naast **IK** de knop **MELDINGEN**. Als er een nieuwe melding is, zie je een rood bolletje met een cijfer erin staan.

Welke meldingen vind je o.a. via deze knop?

- ✓ Iemand uit je 1^e graad netwerk vond een bijdrage van jou **INTERESSANT**
- ✓ Iemand uit je 1^e graad netwerk gaf **COMMENTAAR** op een bijdrage.
- ✓ Bezoekers aan jouw profiel
- ✓ Personen die een verjaardag vieren.
- ✓ Personen uit jouw 1^e graad netwerk met een nieuwe functie
- ✓ Jubilea (iemand uit jouw 1^e graad netwerk is een aantal jaren in dienst bij een bedrijf).

Dit biedt veel mogelijkheden om in contact te komen met je netwerk door een persoonlijk bericht te sturen.

Het is overigens mogelijk om zo'n melding uit te zetten. In mijn training zijn vaak mensen die zich ergeren aan personen die zoveel jaar in dienst zijn (werkjubilea).

Achter die melding zie je 3 puntjes staan. Als je daarop klikt, kunt je kiezen voor:

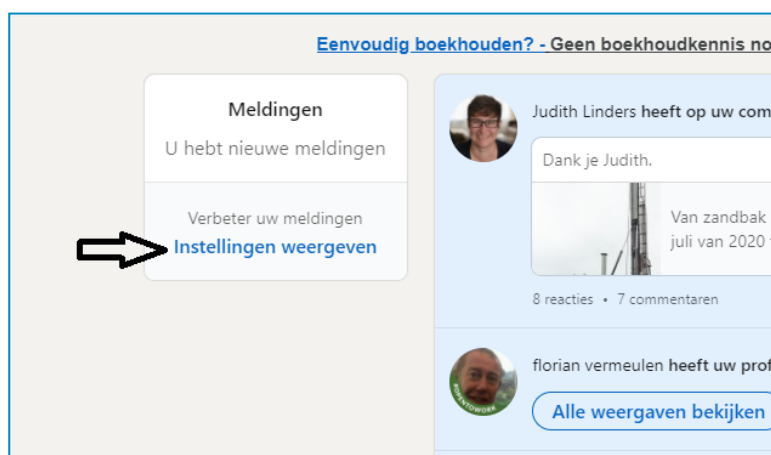
- ✓ Verwijderen
- ✓ Niet meer volgen (zie geen update meer van....)
- ✓ Uitschakelen (ontvang geen mededeling zoals deze meer)

Check van tevoren goed of je de juiste melding uitschakelt.

Een eerder uitgeschakelde melding, kun je overigens ook weer inschakelen. Dit zegt LinkedIn Help hierover:

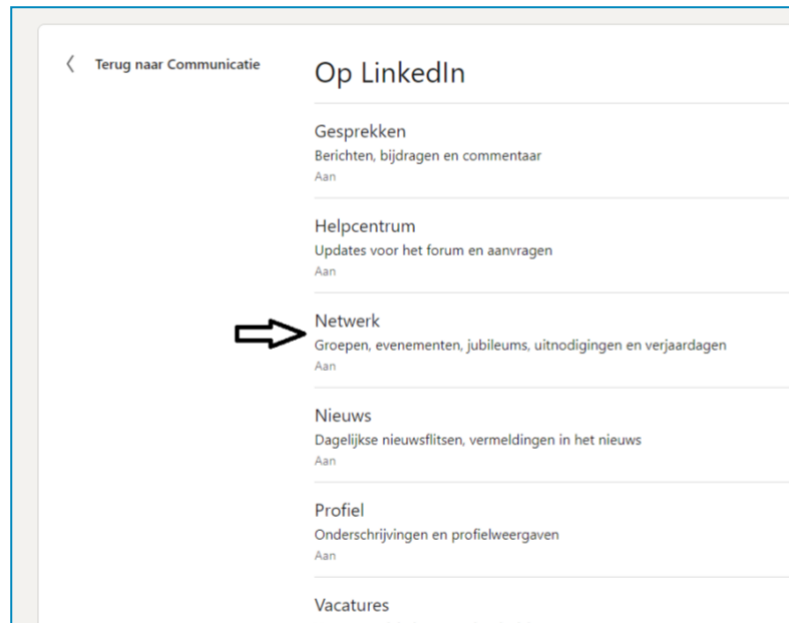
Je kunt een updatemelding die je eerder hebt uitgeschakeld, als volgt weer inschakelen:

- ✓ Klik boven aan je LinkedIn-homepagina op het pictogram **MELDINGEN**
- ✓ Klik bij **MELDINGEN** aan de linkerkant van de pagina op **INSTELLINGEN WEERGEVEN**
- ✓ Klik op de pagina **MELDINGSINSTELLINGEN** onder **NETWERK** op een categorie om te zien welke soorten meldingsinstellingen u kunt beheren
- ✓ Zet de schakelaar rechts naast de melding die u weer wilt ontvangen **AAN**



OPMERKING: de optie **INSTELLINGEN WEERGEVEN** wordt alleen weergegeven nadat je een melding hebt uitgeschakeld. Dat doe je via **IK | INSTELLINGEN EN**

PRIVACY | COMMUNICATIE | OP LINKEDIN | NETWERK



Door op de melding van je keuze te gaan staan op het groene deel van **AAN** of op het grijze deel van **UIT**, kun je de melding weer aan of uit zetten. Dezelfde werkwijze geldt voor alle meldingen. Dit is slechts een voorbeeld.

§ 4.5 HET GEBRUIK VAN DE HASHTAG (#)

Om uit te leggen wat een # in social media eigenlijk is en waar het vandaan komt, ben ik even te rade gegaan in Wikipedia. Die zegt daar het volgende over:

“De hashtag werd het eerst gebruikt binnen het IRC-netwerk, De # (jargon: sharp) werd hier gebruikt om er kanalen of onderwerpen mee aan te duiden. De hashtag dook opnieuw op bij Twitter. Deze functie is niet door Twitter zelf bedacht maar door **CHRIS MESSINA**. Zijn tweet was:

“how do you feel about using # (pound) for groups. As in [#barcamp\[msg\]?](#)”

De eerste echte toepassing van de hashtag was in oktober 2007. De Amerikaan Nate Ritter gebruikte de hashtag om de berichten over de bosbranden in Californië aan te geven. Tijdens de Iraanse opstand in 2009 bewees de hashtag zijn bestaansrecht. Door hashtags toe te voegen aan de berichten konden mensen over de hele wereld eenvoudig de ontwikkelingen volgen.

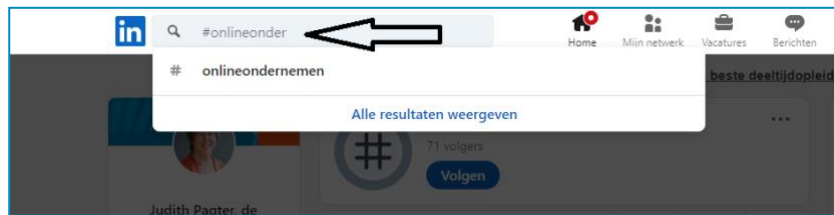
Twitter zelf zag ook in dat de hashtag een goede toevoeging was aan het systeem en besloot dan ook op 1 juli 2009 om automatisch hyperlinks te plaatsen bij hashtags. Zo konden gebruikers eenvoudig zoeken op en doorklikken op bepaalde hashtags. In 2010 is dit systeem uitgebreid en werd de ‘trending topic’ eraan toegevoegd. Vanaf dat moment konden mensen zien welke onderwerpen populair waren en erop zoeken.

In 2013 implementeerde ook Facebook hashtags in zijn systeem, nadat eerder Instagram hetzelfde had gedaan.

LinkedIn is in Nederland in 2019 met het gebruik van de # begonnen.

HOE WERKT HET?

#Zoeken

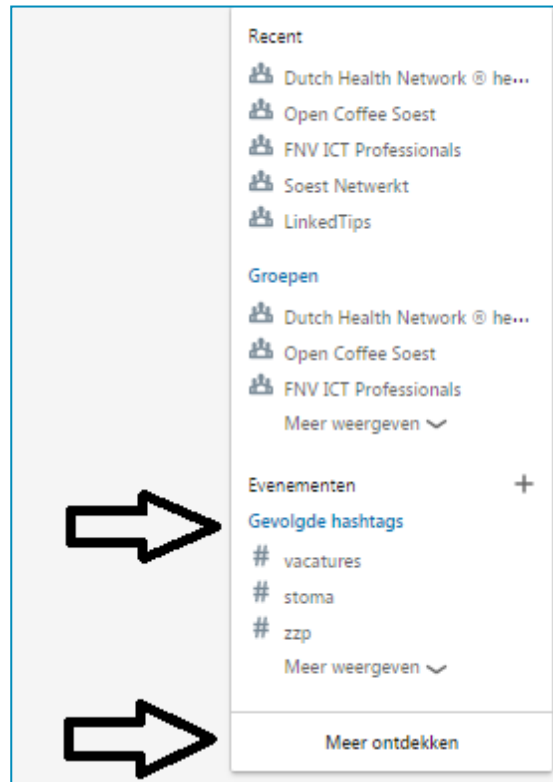


Door in het zoekvenster bijvoorbeeld #lonlineondernemen in te typen en op **ENTER** te drukken, krijg je de resultaten te zien. Je ziet bovenaan #onlineondernemen staan met daarachter de knop **VOLGEN**. Als je op de knop **VOLGEN** klikt, dan krijg je daar onder elkaar in de tijdlijn alle informatie over #onlineondernemen te zien.

LET OP: #'s werken alleen als je zonder spatie het woord erachter met kleine letters (als een webadres) aan elkaar typt.

Gevolgde #'s

Via de knop HOME heb je aan de linker kant de functionaliteit **GEVOLGDE HASHTAGS**. Hier heb je meteen overzicht over de hashtags die je volgt. Zie onderstaand screenshot:



Overigens door op **MEER ONTDEKKEN** (zie hierboven 2^e blokpijl) vind je o.a. een heel overzicht met interessante hashtags die je kunt volgen.

Bovendien vind je de hashtags die je volgt ook terug onder de knop **MIJN NETWERK | HASHTAGS**.

(aan de linkerkant onderin het rijtje)

Gebruiken in LinkedIn

Als je via **HOME** een **BIJDRAGE SCHRIJFT** of een **ARTIKEL SCHRIJFT** dan kun je besluiten om #’s te gebruiken zodat je beter gevonden wordt door volgers van deze hashtag. Je kunt zoveel #’s toevoegen als je wil. Let echter wel op de leesbaarheid (3 tot 10# zijn normaal)! Ik plaats bijvoorbeeld altijd de hashtags op de laatste regel en niet zoals bij Twitter in de tekst.

§ 4.6 HET GEBRUIK VAN TAGGEN

WAAR KOMT TAGGEN VANDAAN?

Taggen is afgeleid van het Engelse woord voor aantikken bij tikkertje spelen, of ook voor labelen. Op LinkedIn, Facebook, Instagram en Twitter kun je getagd worden. Je kunt ook mensen taggen in foto's.

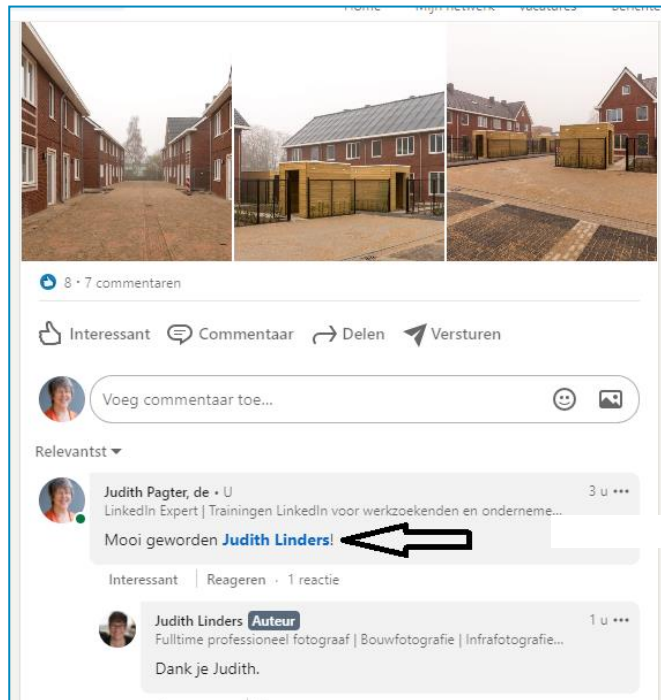
Als iemand jou tagt in een bericht of als jij iemand tagt, wordt er een link naar het profiel van die persoon gemaakt en krijgt die persoon een melding dat zijn naam genoemd is. Je maakt even iemand opmerkzaam als het ware.

HOE WERKT TAGGING PRECIËS?

Via **HOME** in LinkedIn kun je een **BIJDRAGE SCHRIJVEN**. In de tekst van de BIJDRAGE kun je iemand taggen door bijvoorbeeld @Jan Jansen in te typen. Je wilt dan bewerkstelligen dat Jan Jansen een MELDING krijgt in LinkedIn dat zijn naam genoemd wordt in een update van mij bijvoorbeeld.

Zodra je @Jan Jansen intypt krijg je in beeld de connecties die zo heten, door op de naam te klikken van de goede Jan Jansen wordt die persoon gewezen op jouw bericht. Je kunt mensen in de 1^e, 2^e of 3^e graad taggen. Dus je hoeft geen connectie te hebben met die persoon.

Zie onderstaand screenshot als voorbeeld:



Je kunt ook iemand taggen naar aanleiding van de bijdrage van iemand uit je netwerk. Bijvoorbeeld ik zie een vacature voorbijkomen en denk meteen aan iemand uit mijn netwerk voor wie dit interessant kan zijn. Ik kan dan met het navigatieknopje **COMMENTAAR** van die desbetreffende update de naam van die persoon vermelden, bijvoorbeeld *@Jan Jansen is dit iets voor jou?*

Dan krijgt mijn hele 1^e graad netwerk dit te zien en Jan Jansen krijgt een extra **MELDING** dat zijn naam genoemd is bij die specifieke vacature.

Let wel op dat ook de werkgever van Jan Jansen meekijkt, dus dat doe je pas als je zeker weet dat Jan Jansen op zoek is naar een baan met kennisgeving aan zijn werkgever!

WAT KUN JE NOG MEER TAGGEN?

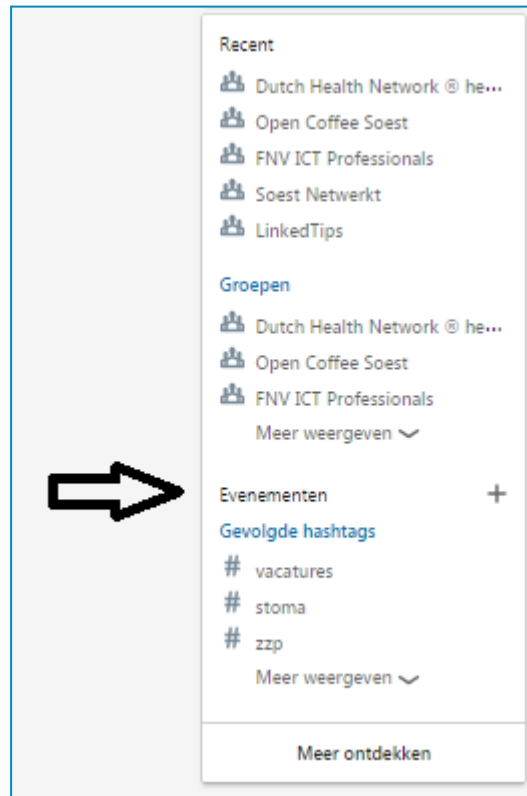
Je kunt via **BIJDRAGE SCHRIJVEN** met @ ook namen van bedrijven taggen of van een onderwijsinstelling. Uiteraard alleen als zij een bedrijfspagina c.q. een onderwijspagina hebben aangemaakt.

§ 4.7 EVENEMENTEN AANMAKEN

Jaren geleden was het mogelijk om op LinkedIn een evenement aan te maken. Ik heb het nog teruggevonden in mijn handleiding uit 2011. Door een evenement aan te maken, verbind je online netwerken met offline. Dat bied je als ondernemer natuurlijk tal van mogelijkheden, aangezien je via LinkedIn eenvoudig een groot publiek kunt bereiken. Op een gegeven moment heeft LinkedIn de functionaliteit geschrapt en nu is het sinds 2019 weer terug.

Zodra je uitnodigingen accepteert, krijg je toegang tot een lijst met mensen die ook de uitnodiging hebben geaccepteerd. Daarmee krijg je dus, naast Groepen en Hashtags, een nieuwe manier om communities op te bouwen, waarmee je interactie kunt hebben via LinkedIn. Ook kun je discussies met andere deelnemers aangaan door gesprekken in de feed van een Evenement te plaatsen.

WAAR VIND JE DE KNOP EVENEMENTEN?



Ga naar **HOME** in LinkedIn. In de linker kolom, waar staat wat je recent hebt bezocht en welke groepen je hebt bekeken, zie je vrijwel onderaan het screenshot, net boven de hashtags die je volgt, **EVENEMENTEN** staan met daarachter een 'plusje'. Als je daarop klikt, kun je een Evenement aanmaken.

Via [deze link](#) vind je in LinkedIn Help alle informatie over de precieze werking van Evenementen.

5. VOOR ONDERNEMERS

§ 5.1 DE BEDRIJFSPAGINA

Ben je eigenaar van een onderneming, dan is het wellicht handig om een bedrijfspagina op LinkedIn aan te maken.

Een bedrijfspagina is gratis en kan zowel voor grote als kleine ondernemingen worden aangemaakt.

Om een bedrijfspagina te kunnen maken, is het hebben van een persoonlijk LinkedIn profiel voldoende met ten minste 15 connecties. Ook heb je een domeinnaam/website nodig en een logo.

WAT IS EEN BEDRIJFSPAGINA EIGENLIJK?

Een bedrijfspagina is een extra interactieve website via LinkedIn, waarmee je als beheerder van de bedrijfspagina aan de volgers van je bedrijfspagina updates kunt verstrekken. Je creëert via je volgers een publiek en de bedrijfspagina is je zakelijke communicatiekanaal. Uiteraard zal je moeten nadenken over de inhoud van je updates. En je zult met enige regelmaat informatie moeten posten om je publiek belangstellend te houden.

Volgers zijn belangstellenden om jouw bedrijf te volgen. Zij kunnen door volger te worden zich als het ware gratis abonneren op jouw updates. LET OP: dat kunnen dus ook concurrenten zijn.

Bovendien als je een bedrijfspagina hebt aangemaakt. Kunnen jij en de bezoekers van je LinkedIn profiel (bij **ERVARING**) het logo van je bedrijf zien. Dat komt professioneel over.

Overigens zul je (in je persoonlijke profiel) bij **IK | PROFIELWEERGEVEN | ERVARING | BEWERKEN** (het “pennetje”) en dan bij de naam van het bedrijf, waarvoor je net een bedrijfspagina hebt aangemaakt, het bedrijf eerst even moeten verwijderen. Daarna type je de naam van het bedrijf opnieuw in en zie je al snel de naam en het logo verschijnen. Klik op de naam en logo en het logo wordt meteen geplaatst in je LinkedIn profiel. Sla daarna op.

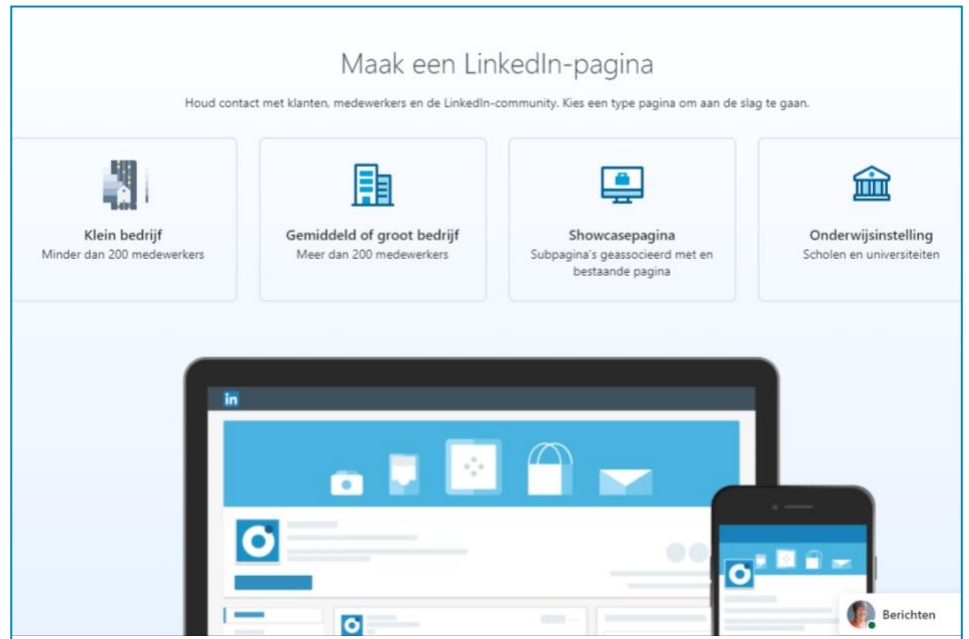
Zorg ervoor dat alle medewerkers van het bedrijf waarvoor je werkt deze instructie krijgen. Zij zijn dan de 1^e volgers van de nieuwe bedrijfspagina.

Wat precies het verschil is tussen een persoonlijk LinkedIn profiel en een LinkedIn bedrijfspagina, dat lees je in [deze blog](#) van mijn hand.

HOE MAAK JE EEN BEDRIJFSPAGINA?

- ✓ Klik rechts op de zwarte menubalk op het pictogram **WERK**
- ✓ Scrol helemaal naar beneden totdat je **BEDRIJFSPAGINA MAKEN** ziet, klik hierop
- ✓ Maak de keuze tussen:
 - Klein bedrijf (tot 200 medewerkers)
 - Groot bedrijf (meer dan 200 medewerkers)
 - Showcasepagina (sub pagina’s geassocieerd met een bestaande pagina)
 - Onderwijsinstelling (scholen en universiteiten)

Zie onderstaande afbeelding



- ✓ Afhankelijk van de keuze die je hebt gemaakt, word je uitgenodigd om de velden te vullen als zie hieronder:
- ✓ Voer je bedrijfsnaam in en kies een URL. Alle URL's zijn gestructureerd als
LinkedIn.com/bedrijf/BEDRIJFSNAAM
- ✓ De naam van jouw bedrijfspagina hoeft niet uniek te zijn, maar de openbare URL voor jouw pagina kan niet identiek zijn aan een die al op LinkedIn bestaat. LinkedIn-leden en zoekmachines zullen deze unieke URL gebruiken om jouw bedrijfspagina te vinden.
- ✓ De URL van de bedrijfspagina moet ten minste één niet numeriek teken bevatten (kleine letter uit het alfabet, een numeriek teken, een koppelteken) en mag niet meer dan één opvolgend koppelteken bevatten en mag geen koppelteken aan het begin of einde bevatten.

TIP: check voordat je de URL opslaat goed of er geen spelfouten in staan. Achteraf aanpassen is niet zo eenvoudig. Daar heb je het Helpcentrum van LinkedIn voor nodig.

- ✓ Upload je logo. Let op deze moet 300 x 300 pixels zijn. Raadpleeg anders even de ontwerper van je logo als het formaat afwijkt. Dit komt nogal precies.
- ✓ Bedenk een slogan van maximaal 120 tekens voor onder je bedrijfsnaam.
- ✓ Vink ter controle het selectievakje aan om te bevestigen dat je bent gemachtigd om namens het bedrijf deze pagina aan te maken.
- ✓ Klik op de knop **PAGINA MAKEN**.
- ✓ Als er geen bevestigd e-mailadres aan jouw persoonlijke LinkedIn pagina is gekoppeld, word je gevraagd je e-mail adres toe te voegen en te verifiëren.
- ✓ Het e-mailadres kan niet een e-mail adres zijn dat door meer dan 1 medewerker wordt beheerd, bijvoorbeeld een info e-mail adres. Het moet een e-mailadres zijn dat bij 1 persoon terecht komt.
- ✓ Zodra je de bedrijfspagina hebt gepubliceerd, staat deze live op LinkedIn.

WAT KUN JE MET EEN BEDRIJFSPAGINA?

Er zijn veel mogelijkheden om je bedrijfspagina in te zetten op LinkedIn. Onderstaand een voorbeeld van een bedrijfspagina.



In de bedrijfspagina plaats je naast een achtergrondfoto, het logo, de naam van het bedrijf, een slogan van 120 tekens, algemene informatie (introdunctie, contactgegevens, website) 3 relevante hashtags, regelmatig updates.

Alleen de beheerder(s) van de bedrijfspagina kan (kunnen) deze update plaatsen. Bij een update is voor de buitenwereld niet zichtbaar wie het heeft geplaatst. Je ziet alleen het logo van het bedrijf. Beheerders kunnen echter wel zien wie het bericht geplaatst heeft inclusief de datum.

UPDATES DELEN

Deze updates worden gedeeld met de volgers van de bedrijfspagina.

Hiervoor legde ik al uit dat je met een bedrijfspagina een extra interactieve website via LinkedIn maakt.

Wat zijn de mogelijkheden voor interactie?:

- ✓ Op een bedrijfspagina kun je als volger, maar ook als bezoeker een update **INTERESSANT** vinden. Wat gebeurt er dan? Deze update wordt gedeeld met jouw 1^e graad connecties en jouw persoonlijke volgers.

- ✓ Of je kunt als volger of bezoeker van een bedrijfspagina **COMMENTAAR** geven. Dan wordt de update gedeeld met mijn 1^e graad netwerk plus mijn persoonlijke volgers en wordt mijn profielfoto, mijn naam en mijn kopregel en mijn commentaar meegestuurd.
- ✓ Of je kunt als volger of bezoeker van een bedrijfspagina een update **DELEN**.



Je kunt kiezen voor:

de update van OMDENKEN (zie screenshot hierboven) komt dan met een door mij toegevoegde tekst terecht bij:

- **OPENBAAR**: mijn 1^e, 2^e en 3^e graad netwerk plus de zoekmachines

OF

- **OPENBAAR + TWITTER**: mijn 1^e, 2^e, 3^e graad netwerk plus de zoekmachines en al mijn volgers op Twitter

OF

- **ALLEEN CONNECTIES**: mijn 1^e graad netwerk plus mijn persoonlijke volgers.

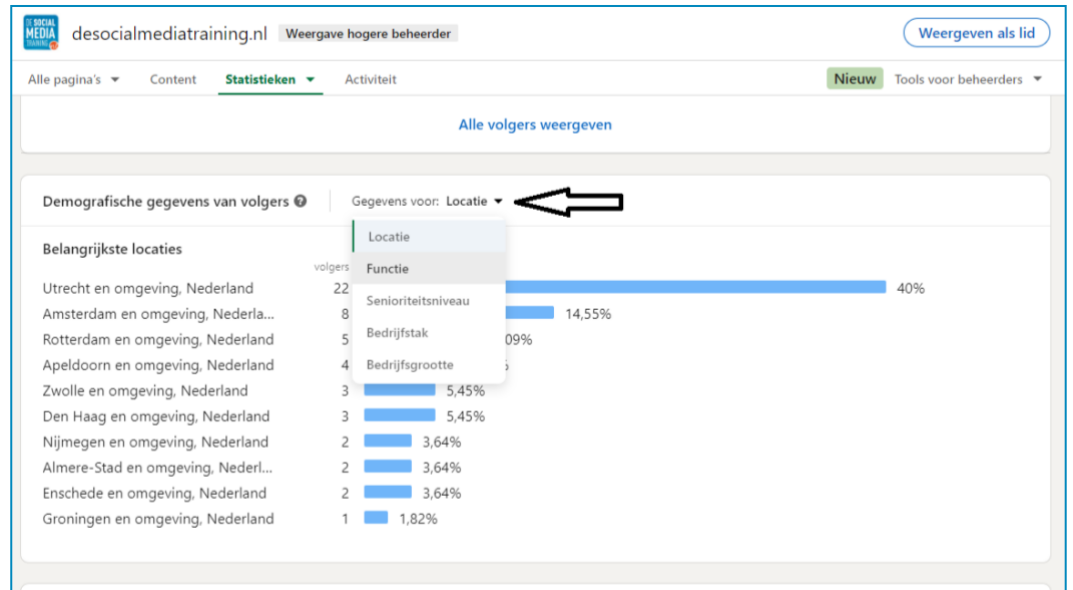
OF

- **GROEPSLEDEN**: je kunt een keuze maken in welke groepen je dit bericht wil delen.

Je kunt ook bedrijven die interessant voor jou zijn, gaan volgen. Zo krijg je informatie via je eigen **HOME**-pagina over bijvoorbeeld klanten of potentiële nieuwe klanten of bedrijven waar je mee zou willen werken, nieuwe medewerkers, vacatures. Overigens kunnen bezoekers van je persoonlijke profiel zien welke bedrijven je volgt (helemaal onderaan je persoonlijke LinkedIn profiel bij **INTERESSES**). Wees daarop alert! De concurrent of de werkgever kan meekijken!

De beheerder van de bedrijfspagina heeft inzage hoeveel volgers van de bedrijfspagina er zijn en wie de volgers zijn. Je kunt als beheerder via de knop **STATISTIEKEN | VOLGERS** de selectie maken op:

- ✓ Locatie
- ✓ Functie
- ✓ Senioriteitsniveau
- ✓ Bedrijfstak
- ✓ Bedrijfsgrootte



De beheerder van de bedrijfspagina kan een update **NU SPONSOREN**.

The screenshot shows a LinkedIn update post from the page 'desocialmediatraining.nl'. The post text reads: 'Word vaker weergegeven door collega's hiervan op de hoogte te stellen.' (Shown more often by colleagues to get you up to speed). A blue button labeled 'Medewerkers op de hoogte stellen' (Update colleagues) is visible. Below the text, it says 'Geplaatst door Judith Pagter, de • 8-1-2020 • Nu sponsoren' (Posted by Judith Pagter, 8-1-2020 • Sponsor now). A red arrow points to the 'Nu sponsoren' button. The post also includes the page's profile picture, name, and follower count (52 volgers, 8 mnd).

Als je daarop klikt, dan moet je eerst een **CAMPAGNE BEHEER PAGINA** aanmaken. Je hebt in ieder geval een creditcard nodig om content te kunnen promoten. Je kunt bij LinkedIn aangeven bij welke doelgroep (1^e, 2^e, 3^e graad), welke functie, welke bedrijfstak, welke locatie deze update terecht moet komen. Het werkt zoals bij Google Adwords met een klik budget per dag. Laagste budget is € 10,00 per dag. Een click kost als snel € 0,25 of meer.

Indien akkoord wordt deze **GEPROMOTE UPDATE** gepusht richting de aangegeven doelgroep. Zo kan het zijn dat jij op je persoonlijke profiel onder **HOME** zo'n promotie aantreft.



Waarom zou je als bedrijf kiezen voor zo'n GEPROMOTE-update? Je hoopt dat je jouw doelgroep aanzet tot actie:

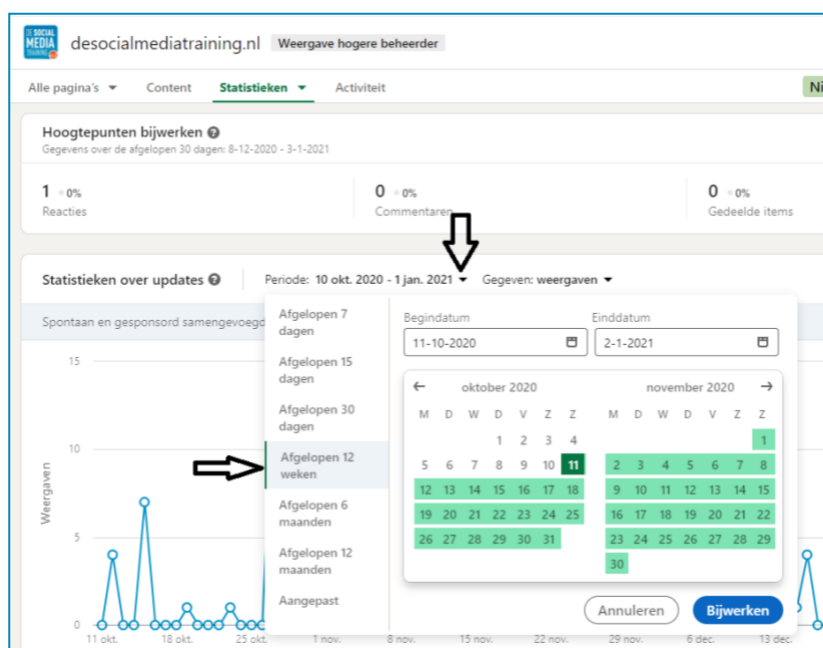
- ✓ INTERESSANT
- ✓ COMMENTAAR
- ✓ DELEN

✓ VOLGEN

De kosten van zo'n promotie zijn sterk afhankelijk hoe groot je doelgroep is waar de update terecht komt: dat bepaalt de hoogte van het klikbedrag. De prijzen die LinkedIn vraagt, liggen hoger dan bij andere social media als bijvoorbeeld Facebook.

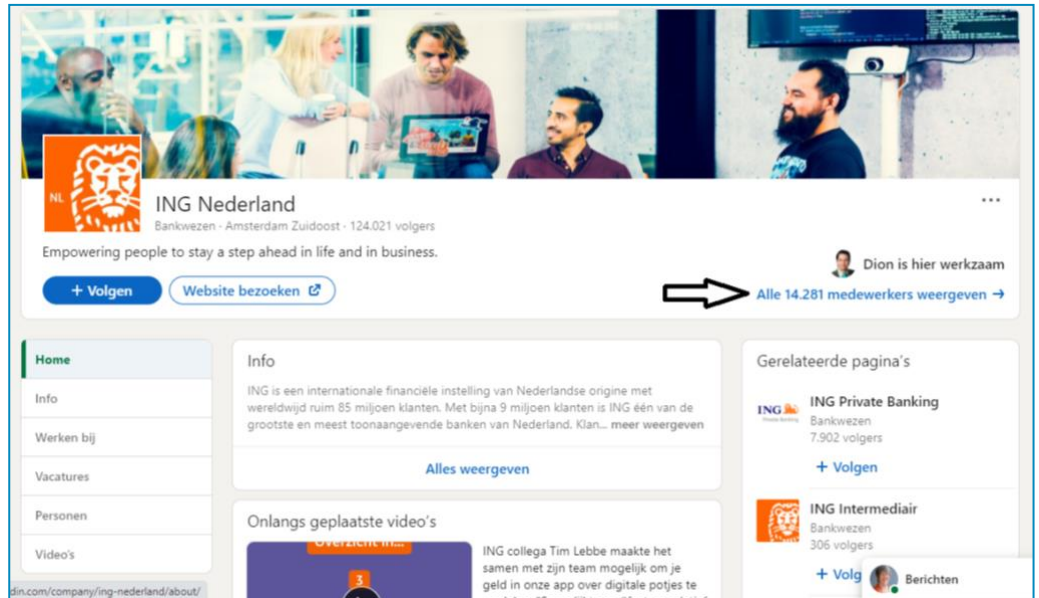
UPDATE MONITOREN VIA STATISTIEKEN

De beheerder van de bedrijfspagina kan per update monitoren via de knop **STATISTIEKEN** wie er op de update hebben gekeken, hoeveel personen hebben geklikt en wat de interactie was. Ook kun je zien wat de impact is van een gepromote actie. Die lijn in de grafiek heeft een afwijkende kleur. Zo kun je in één oogopslag zien wat de impact is geweest van de promotiecampagne. Je kunt een **EXPORT** maken van de statistieken. Tevens kun je de periode van de statistieken instellen (van 7 dagen tot 12 maanden of aangepast).



WIE WERKEN ER BIJ EEN BEDRIJF?

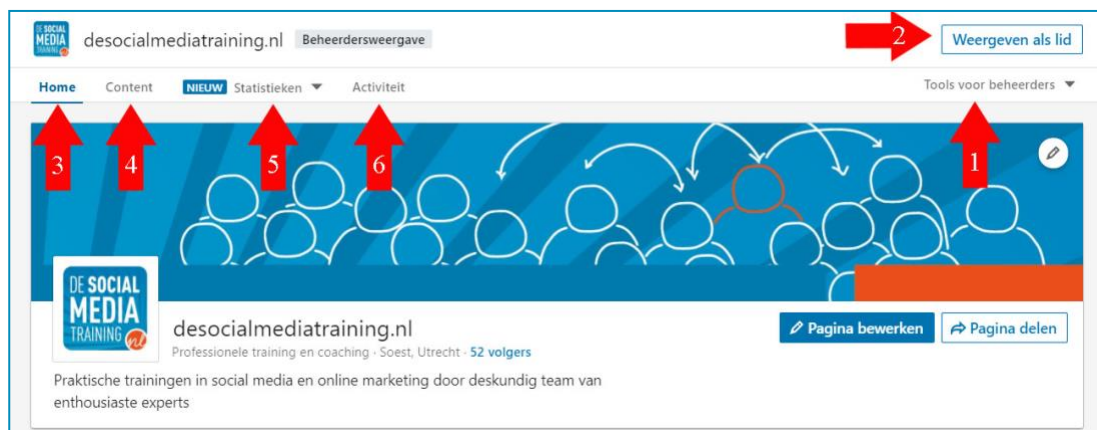
Via de bedrijfspagina kun je als bezoeker of als volger zien wie er bij een bedrijf werken en met wie je in je netwerk verbonden bent.



Door op de medewerkers (zie blokpijl hierboven) te klikken kun je zien wie er bij dit bedrijf werken en hoe zij via jouw 1^e graad connecties verbonden zijn.

HET BEHEER VAN DE BEDRIJFSPAGINA

Onderstaand het scherm waarmee je als beheerder van de bedrijfspagina aan de slag kunt. Hieronder uitleg over de verschillende knoppen die je ziet:



1: **TOOLS VOOR BEHEERDERS**: met deze knop kan de beheerder andere collega's als paginabeheerder toevoegen. Mijn advies is om altijd meer dan één beheerder toe te voegen. Als je zelfstandig professional bent, dan ben je uiteraard alleen verantwoordelijk. Je kunt ook een externe persoon als beheerder toewijzen. Je moet wel een 1^e graad contact zijn.

Andere functionaliteiten onder deze knop zijn:

BEREIK

- ✓ Connecties uitnodigen
- ✓ Een update sponsoren
- ✓ Gratis vacature plaatsen
- ✓ Evenement aanmaken
- ✓ Showcase pagina maken

INSTELLINGEN

- ✓ Beheerders beheren
- ✓ Openbare URL bewerken
- ✓ Pagina deactiveren
- ✓ Helpcentrum weergeven
- ✓ Feedback geven

2: **WEERGEVEN ALS LID**: via deze knop ga je naar de bedrijfspagina zoals die voor bezoekers of volgers eruit ziet.

3: **HOME**: via deze knop kan de beheerder aanpassingen doen aan de bedrijfspagina (gebruik de knop **PAGINA BEWERKEN**) en een update plaatsen op de bedrijfspagina.

Via **PAGINA BEWERKEN** kom je in de bewerkingsmodus. Dus via deze knop is alle informatie van de bedrijfspagina aan te passen: teksten, logo, slogan, achtergrondfoto etc.

Heb je een langwerpig logo, neem dan even contact op met je vormgever voor suggesties over betere zichtbaarheid. De afmeting van het logo is zoals eerder vermeld 300 x 300 pixels.

Zorg ook voor een leuke fleurige foto als achtergrondfoto op de bedrijfspagina. Deze dient in PNG of JPEG formaat te zijn, niet groter dan 4 MB en 1.128 x 191 pixels te zijn.

Bekijk deze [tabel](#) uit het Helpcentrum van LinkedIn voor alle afmetingen van LinkedIn pagina's.

4: **CONTENT**: via deze pagina kun je met filters content van anderen uit jouw netwerk bekijken. Je kunt filteren op: doelgroep, bedrijfstak, locatie, functie en senioriteitsniveau.

Ook kun je deze content meteen delen met je netwerk. Content is veelal in het Engels.

5: **STATISTIEKEN**: via deze pagina krijg je inzicht in:

✓ **Bezoekers**

Je ziet in een grafiek hoeveel bezoekers per dag je hebt op de bedrijfspagina via desktop en via mobiel. Je kunt de periode instellen van de grafiek en je kunt een export maken van de statistieken.

Via **GEGEVENS** voor, heb je keuze uit: functie, locatie, senioriteitsniveau, bedrijfstak en bedrijfsgrootte.

✓ **Updates**

Je ziet in een grafiek hoeveel spontane bezoekers je hebt op je update en hoeveel gesponsorde bezoekers.

Je kunt de periode aangeven waarin je de grafiek wilt bekijken. Via **INTERACTIES MET UPDATES** kun je kiezen voor: geplaatst door, aangemaakt, weergave, videoweergave, klikken, CTR (percentage clicks), commentaar en gedeeld).

Ook kun je deze gegevens exporteren.

✓ **Volgers**

Je ziet in een grafiek hoeveel volgers er onafhankelijk op de bedrijfspagina zijn geweest en hoeveel gesponsord. Je kunt deze ook samenvoegen door het knopje (net boven de grafiek) **UIT** op **AAN** te zetten.

Je kunt de periode aangeven waarin je de grafiek wilt bekijken.

NIEUW is dat je als beheerder alle volgers kunt bekijken met foto, naam, kopregel en in welke maand ze volger zijn geworden.

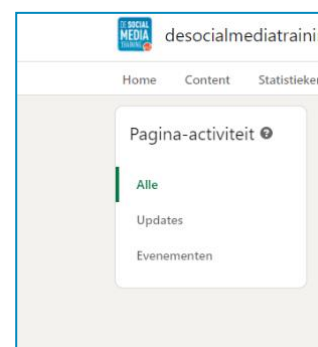
Fijn dat dit na jaren te zijn weggeweest, nu wel weer zichtbaar is.

Via **GEGEVENS VOOR**: kun je kiezen voor locatie, functie, senioriteitsniveau, bedrijfstak, bedrijfsgrootte.

Ook kun je deze gegevens exporteren.

6: **ACTIVITEIT**: is een dashboard waarmee alle sociale meldingen kunt zien van de laatste update via **ALLES WEERGEVEN** of afzonderlijk voor **UPDATES** en **EVENEMENTEN**.

Per keuze kun je met filters je zoekactie verfijnen. Zie hiernaast een voorbeeld van de filters onder **ALLES**.



CARRIEREPAGINA'S TOEVOEGEN

Door carrièrepagina's toe te voegen aan een LinkedIn bedrijfspagina, kun je je bedrijf onder de aandacht brengen bij geïnteresseerd personeel. Je kunt hiermee aan doelgroepen onderdelen van je bedrijf laten zien door een kijkje achter de schermen van je organisatie, bedrijfscultuur te laten zien en vacatures te plaatsen. Deze optie is alleen beschikbaar voor grote bedrijven die veel betaalde vacatures op LinkedIn zetten. Deze pagina's zijn overigens betaald en kosten serieus geld (€ 15.000).

Kijk voor meer informatie op [deze link](#) via LinkedIn Talent Solutions.

HOE KOM JE AAN MEER VOLGERS OP JE BEDRIJFSPAGINA?

Een aantal tips die je kunt toepassen om meer volgers te krijgen op je bedrijfspagina:


1. Zorg dat je inhoudelijk waardevolle en interessante content hebt geplaatst op de bedrijfspagina, waardoor je volgers aantrekt. Dus niet alleen maar vacatures of reclame voor je bedrijf. Maar ook inhoudelijke content waar je volgers iets aan hebben, bijvoorbeeld blogs met tips of informatie die past bij actuele onderwerpen.
2. Zorg dat je een **LINKEDIN** social media button met een link naar je LinkedIn bedrijfspagina laat toevoegen aan je website, waardoor bezoekers van je website eenvoudig met een klik op de knop volger kunnen worden van je bedrijfspagina. Raadpleeg hiervoor je websitebouwer.
3. Zorg dat je een link naar de LinkedIn bedrijfspagina hebt onderaan je geautomatiseerde handtekening, waardoor ontvangers van een e-mail meteen naar de bedrijfspagina kunnen.

4. Via de knop **TOOLS VOOR BEHEERDERS** kun je tegenwoordig jouw 1^e graad connecties (gelimiteerd tot 100 per maand) uitnodigen om volger van jouw bedrijfspagina te worden.

Zodra een connectie jouw uitnodiging heeft geaccepteerd, ontstaat er weer ruimte om connecties uit te nodigen. Altijd met een maximum van honderd uitstaande uitnodigingen per maand.


Ik heb berichten gehoord dat het aantal van 100 naar 250 wordt opgehoogd, maar ik heb die versie nog niet.....


Connecties uitnodigen om te volgen
✕




Nodig alleen connecties uit die u persoonlijk kent om ervoor te zorgen dat u een waardevol netwerk opbouwt. [Meer informatie](#)

100/100 tegoedpunten beschikbaar · Tegoedpunten aangevuld: 30 september 2020 ?

 **Vincent Aalbers**
 Draagvlakexpert voor lokale regionale overheid | doortastend | resultaatgericht | Omgevingswet |

 **Erica Heykoop**
 Illustraties | praatplaten | infographics | visuals | grafische vormgeving | voor overheid, zorginstellingen, bedrijven

 **Jaring Werkhoven**
 Passie voor Ondernemen | Marketing en Salesexpert | Ik help je aan nieuwe klanten en verhoog

U kunt een connectie slechts één keer uitnodigen om uw pagina te volgen.

[connecties uitnodigen](#)

5. Je zou ervoor kunnen kiezen om updates te sponsoren zodat je boodschap bij een vooraf bedachte doelgroep terecht komt om de interactie te vergroten in de hoop op meer volgers.
6. Zorg dat je aandacht geeft aan de LinkedIn bedrijfspagina in de nieuwsbrieven die je verstuurt als bedrijf. Roep

actief op om volger te worden van de LinkedIn bedrijfspagina.

Kortom door voortdurend aandacht te vragen voor jouw bedrijfspagina samen met interessante content, zorgt ervoor dat het aantal volgers van jouw bedrijfspagina gaat groeien. Het gaat niet vanzelf, je zult er tijd en energie in moeten steken!

§ 5.2 DE ONDERWIJSPAGINA

HOE MAAK JE EEN ONDERWIJSPAGINA?

Klik rechts op de zwarte menubalk op het pictogram

WERK

Scrol helemaal naar beneden totdat je

BEDRIJFSPAGINA MAKEN ziet, klik hierop

Maak de keuze voor:

- Onderwijsinstelling (scholen en universiteiten)

WAT IS HET VOORDEEL VAN EEN ONDERWIJSPAGINA?

Het grootste voordeel van een Onderwijspagina is dat oud studenten (alumni) zodra zij bij **OPLEIDINGEN** het onderwijsinstituut met een onderwijspagina opgeven, zij als alumni aan het onderwijsinstituut zijn verbonden.

Ik schreef een [blog](#) over onderwijspagina zowel vanuit het perspectief van de LinkedIn gebruiker als vanuit de onderwijsinstelling.

HOE KAN IK VAN EEN BESTAANDE BEDRIJFSPAGINA EEN ONDERWIJSPAGINA MAKEN?

Daarvoor heb je de hulp nodig van het Helpcentrum van LinkedIn. Zij kunnen achter de schermen de bedrijfspagina omzetten naar een onderwijspagina. Kijk in hoofdstuk 12

voor uitgebreide uitleg hoe je jouw aanvraag kunt indienen bij LinkedIn.

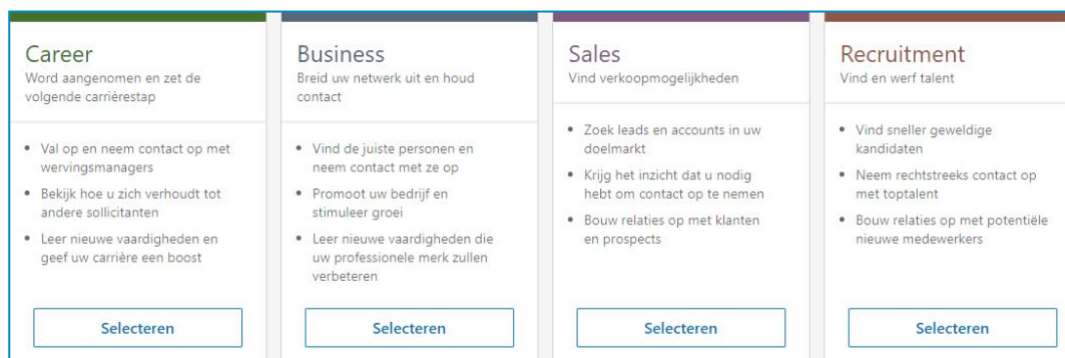
§ 5.3 SOORTEN BETAALDE LINKEDIN ACCOUNTS

Het Basis account is voor iedereen die een gratis persoonlijk LinkedIn profiel wil aanmaken.

Er zijn opties voor Premium-accounts voor werkzoekenden, salesprofessionals en talentprofessionals alsmede de gemiddelde professional die meer uit LinkedIn wil halen. Als je een gratis account hebt en wilt upgraden, kun je hieronder de verschillende accounts vergelijken. In alle opties krijg je de eerste maand gratis.

- ✓ Word aangenomen en zet de volgende carrièrestap met **PREMIUM CAREER**
Kosten: € 29,98 per maand
- ✓ Breid uw netwerk uit en houd contact met **PREMIUM BUSINESS**
Kosten: € 44,99 per maand op basis van een jaarabonnement
- ✓ Vind verkoopmogelijkheden met **SALES NAVIGATOR PROFESSIONAL**
Kosten: € 59,99 per maand op basis van een jaarabonnement
- ✓ Vind en werf talent met **RECRUITEMENT**
Kosten: € 89,99 per maand op basis van een jaarabonnement

Alle informatie over premium accounts vind je via deze LinkedIn Helpcentrum [link](#).



Je kunt ervoor kiezen te starten met een basis (gratis) account en als je tegen de grenzen van je gratis account loopt, voor een upgrade te kiezen.

Wat biedt een basis (gratis) LinkedIn abonnement?

- ✓ Je kunt je professionele identiteit op het web opbouwen met een persoonlijk LinkedIn profiel en een bedrijfs- of een onderwijspagina.
- ✓ Je kunt een groot (tot 10.000) en vertrouwd professioneel netwerk samenstellen en onderhouden.
- ✓ Je kunt collega's, klas- en studiegenoten zoeken en connecties aangaan (zowel met 2^e als 3^e graad contacten).
- ✓ Je kunt om aanbevelingen vragen bij je 1^e graad contacten en anderen uit je netwerk aanbevelen.
- ✓ Je kunt in profielen van andere LinkedIn-gebruikers zoeken en hun profielen bekijken.
- ✓ Een onbeperkt aantal In-Mail berichten ontvangen (om InMail berichten te kunnen versturen, moet je een Premium account afsluiten).
- ✓ Je kunt maximaal drie zoekopdrachten tegelijkertijd opslaan en wekelijks meldingen over deze zoekopdrachten ontvangen. Dit kan zowel voor Vacatures als voor reguliere zoekopdrachten.

Het betaalde abonnement biedt als grootste voordeel dat je mensen die niet in je netwerk zitten (2^e en 3^e graad) gewoon een **INMAIL** bericht kunt sturen. Dat kan handig zijn. Overigens is het zo dat de mogelijkheden van het gratis account door LinkedIn steeds verder worden teruggebracht. Per abonnement krijg je een verschillend aantal INMAIL berichten per maand.

Met een betaald abonnement kun je ook 90 dagen terug kijken wie er op je LinkedIn profiel heeft gekeken. Met een gratis abonnement zie je slechts de vijf laatste bezoekers.

De voordelen per abonnement vind je door hierboven op de link te klikken.

LinkedIn biedt de mogelijkheid een maand gratis een premium account te nemen. Zorg wel dat je vóór het einde van de maand actief opzegt (als je het toch niet wil), anders ben je de kosten voor de volgende maand kwijt.

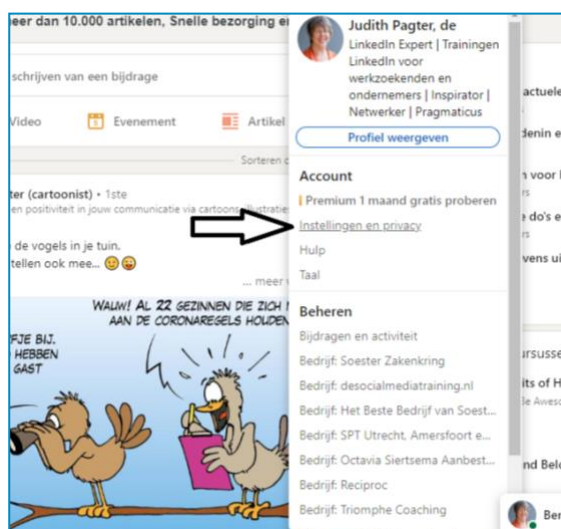
Abonnementen zijn per maand opzegbaar. Het afsluiten van een abonnement per jaar geeft 20% korting. Als je eenmaal een gratis maand hebt gehad, kom je de komende 12 maanden niet meer voor een ander gratis abonnement in aanmerking.

6. ZICHTBAARHEID

§ 6.1 INSTELLINGEN

Om je zichtbaarheid nog meer te vergroten op LinkedIn is het belangrijk een aantal instellingen langs te lopen voor je profiel. Zodra je een aantal belangrijke instellingen hebt ingesteld, is je profiel echt helemaal klaar.

Ga via **IK** op de menubalk naar **INSTELLINGEN EN PRIVACY** (zie onderstaand scherm).



Als je op de pagina **INSTELLINGEN EN PRIVACY** bent aanbeland, dan vind je aan de linker kant de index

- ✓ Accountvoorkeuren
- ✓ Aanmelding en beveiliging
- ✓ Zichtbaarheid
- ✓ Communicatie
- ✓ Gegevens privacy
- ✓ Advertentiegegevens

Via deze index kun je alles op je LinkedIn account inregelen.

Onder **ACCOUNTVOORKEUREN** kun je vinden:

Voeg zakelijk en privé e-mailadressen toe, maar maak zakelijk als **PRIMAIR** aan. Deze is namelijk

✓ PROFIELGEGEVENS

- Naam, locatie bedrijfstak aanpassen

✓ SITEVOORKEUREN

- Taal

Selecteer de taal die u voor LinkedIn gebruikt

- Taal voor content

Selecteer een taal voor vertaling

- Video's automatisch afspelen

Kies of u video's automatisch wilt afspelen

- Profielfoto's weergeven

Kies of u de profielfoto's van andere leden wil weergeven of verbergen

- Feed voorkeuren

Uw feed aanpassen

- Gebruikers die dit profiel hebben bekeken, bekeken ook

Kies of u deze functie wilt weergeven als anderen uw profiel bekijken

- Gestopt met volgen

Bekijk wie u niet meer volgt en kies er desgewenst voor om mensen opnieuw te volgen

✓ OPTIES VOOR SYNCHRONISATIE

- Agenda syncen

Beheer of synchroniseer uw agenda om updates te ontvangen over personen waarmee u zult vergaderen

- Contacten syncen

Beheer of synchroniseer contacten om connecties te maken met bekenden uit uw adresboek

✓ **ABONNEMENTEN EN BETALINGEN**

- Gratis upgraden
- Aankoopgeschiedenis weergeven

Bekijk uw aankopen en transacties op LinkedIn

✓ **PARTNERS EN SERVICES**

- Microsoft

Bekijk de Microsoft accounts die u aan uw LinkedIn account hebt gekoppeld

- Twitter

Beheer de Twitter gegevens op uw LinkedIn account

✓ **ACCOUNTBEHEER**

- Account samenvoegen

Zet de communicatie van een dubbel account over en sluit het account

- Account als inactief instellen

Uw account tijdelijk uitschakelen

- Account sluiten

Onder **AANMELDING EN BEVEILIGING** kun je vinden:

✓ ACCOUNTTOEGANG

- E-mailadressen

Voeg e-mailadressen toe aan uw account of verwijder ze

- Telefoonnummers

Voeg een telefoonnummer toe voor het geval u zich niet kunt aanmelden

- Wachtwoorden wijzigen

- Waar u bent aangemeld

Bekijk uw actieve sessies en meld u desgewenst af

- Apparaten die uw wachtwoord onthouden

Beheer die apparaten die uw wachtwoord onthouden

- Dubbele verificatie

Activeer deze functie om uw account nog beter te beveiligen

Onder **ZICHTBAARHEID** kun je vinden:

✓ ZICHTBAARHEID VAN UW PROFIEL EN NETWERK

- Opties voor het bekijken van uw profiel

The screenshot shows the LinkedIn privacy settings page. The sidebar on the left includes 'Accountvoorkeuren', 'Anmelding en beveiliging', 'Zichtbaarheid', 'Zichtbaarheid van uw profiel en netwerk', 'Zichtbaarheid van uw activiteit op LinkedIn', 'Communicatie', 'Gegevensprivacy', and 'Advertentiegegevens'. The main content area is titled 'Zichtbaarheid van uw profiel en netwerk' and includes the subtitle 'Maak uw profiel en contactgegevens alleen zichtbaar voor de mensen die u uitkiest'. Below this is the section 'Opties voor het bekijken van profielen' with the instruction 'Kies of u zichtbaar bent of profielen bekijkt in privémodus'. There are three settings: 'Uw naam en kopregel' (selected), 'Privékenmerken van het profiel' (not selected), and 'Privémodus' (not selected). Each setting has a radio button and a label, with arrows pointing to the labels. A 'Sluiten' button is in the top right corner.

Hiermee kun je ervoor kiezen **UW NAAM EN KOPREGEL** achter te laten op elk profiel dat je bezoekt. Dat kan nieuwsgierigheid van de ander opwekken en zo kun je bezoekers naar je profiel trekken. Als je een nieuw account aanmaakt, staat deze instelling al standaard op de bovenste.

Je kunt de instelling ook op **PRIVEKENMERKEN VAN HET PROFIEL** zetten. Daarmee word je opgenomen in een lijst van mensen die van LinkedIn dezelfde functiebenaming hebben gekregen en daarmee ben je bijna anoniem. Je ziet dan alleen bezoekers met een functiebenaming die op jouw profiel zijn geweest. Als je een profiel hebt van voor 2012 en je bent hier nog nooit geweest, dan is de kans aanwezig dat die instelling hierop staat.

Of je kunt ervoor kiezen het helemaal uit te zetten (**PRIVEMODUS**). Dit laatste wordt veel door headhunters gebruikt. Met een gratis account heb je overigens geen toegang tot profielstatistieken als je je profielkenmerken op anoniem hebt gezet. Met deze instelling zie je ook niet wie er op je profiel geweest zijn. Dus alle instellingen werken twee kanten op.

- Opties voor de weergave van verhalen

- Uw naam en kopregel
 - Privékenmerken van het profiel
 - Anoniem
- Uw openbare profiel bewerken
Check hoofdstuk 3.6 van dit E-book voor een beschrijving hoe dit werkt.
 - Wie uw e-mailadres kan zien of downloaden
Standaard staat deze ingesteld op 1e graad connecties. Dat betekent dat alleen jouw 1e graad connecties onder 'contactgegevens' in de kop van jouw LinkedIn profiel jouw primaire e-mailadres kunnen zien. Je kunt op LinkedIn meer e-mailadressen opgeven, maar eentje kan er primair zijn en deze is dus zichtbaar voor jouw 1e graad connecties. Sinds enige tijd is het mogelijk om de instelling aan te passen aan 'alleen zichtbaar voor mij', 'eerste en tweede graad' en 'alle LinkedIn leden'.

Waarom is dit belangrijk? Niet iedereen heeft op LinkedIn een betaald account. Je kunt alleen aan 1e graad contacten berichten over en weer sturen. Stel je bent op zoek naar een baan en er is iemand uit de 3e graad die je voor een vacature wil benaderen, maar deze persoon heeft geen betaald account en wil niet met je linken, dan is het makkelijk om via contactgegevens even een e-mail te kunnen sturen. Of je bent ondernemer en iemand wil informatie over jouw dienst of product dan is het ook makkelijk om zo te kunnen

communiceren. Het is aan jou om een voor jouw doel juiste keuze te maken.

LET OP: check of deze instelling op **NEE** staat: **CONNECTIES TOESTAAN UW E-MAILADRES**...te downloaden wanneer ze gegevens exporteren? (alinea onder de instelling 'Wie kan uw e-mailadres zien'). Zo voorkom je dat jouw e-mailadres in verkeerde handen terecht komt en je zo overladen wordt met spam berichten.

- Wie uw connecties kan zien

Standaard staat de instelling op **UW CONNECTIES**. Wil je dat niet, zet deze dan om naar **ALLEEN U**. Dan ziet je netwerk alleen de gezamenlijke connecties.

- Wie uw achternaam kan zien
- Vertegenwoordiging van uw organisatie en interesses
 - Uw gegevens kunnen worden weergegeven met content, zoals vacatureplaatsingen, bedrijfspagina's en –informatie, gesponsorde content in verband met uw interesses die u hebt gepubliceerd.
- Profielzichtbaarheid buiten LinkedIn
 - Kies hoe uw profiel verschijnt via services van partners en andere services.
- Profieldetectie met e-mailadres

- Kies welke personen die geen connectie met u hebben, uw profiel kunnen vinden als ze in het bezit zijn van uw e-mailadres
- Profieldetectie met telefoonnummer
 - Kies welke personen die geen connectie met u hebben, uw profiel kunnen vinden als ze in het bezit zijn van uw telefoonnummer.
- Blokkeren
 - Personen die je hebt geblokkeerd, kun je hier deblokkeren.

✓ ZICHTBAARHEID VAN UW ACTIVITEIT OP LINKEDIN

- Online status beheren

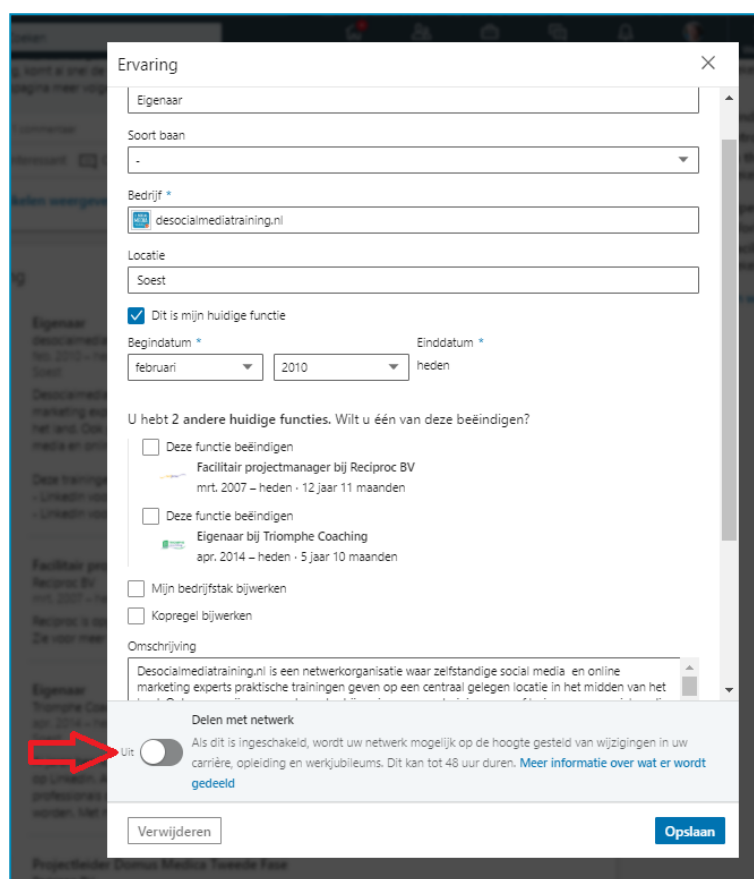
Standaard staat deze instelling op '**ALLEEN UW CONNECTIES**'. Dat betekent dat al jouw 1^e graad contacten kunnen zien of jij via de PC op dit moment online bent op LinkedIn (gevuld groen bolletje) of dat je via jouw mobiel online op LinkedIn bent (groen bolletje met een witte stip). Door een keuze te maken voor '**ALLE LINKEDIN LEDEN**' of '**NIEMAND**', kun je deze functie respectievelijk verder open of helemaal dicht zetten.

Ik krijg vaak de vraag: 'wat moet ik daarmee'. Het valt in de categorie 2 blauwe vinkjes in WhatsApp als iemand jouw bericht gelezen heeft. Dan heb je de verwachting dat die ander snel zal reageren. Je kunt het gebruiken om aan iemand die nu online is een bericht via LinkedIn te sturen. Grote kans dat je snel antwoord krijgt ten opzichte van iemand die niet online is. Dan kan het wel even duren.

- Profielupdates delen met uw netwerk

Vroeger werden alle wijzigingen in je profiel gedeeld met je 1^e graad connecties. Gelukkig is dat sinds een tijdje niet meer zo. Wil je standaard niet dat als je een functie of een opleiding wijzigt, jouw connecties hiervan op de hoogte gesteld worden door LinkedIn? Zet het hier dan standaard op **NEE**.

LET OP: Wil je wel bewust zichtbaar zijn, dan kun je in de regel net boven **OPSLAAN** bij **DELEN MET HET NETWORK** het schuifje tijdelijk op **JA** zetten. Zie onderstaande schermafbeelding.



The screenshot shows the 'Ervaring' (Experience) settings modal in LinkedIn. The modal is titled 'Ervaring' and has a close button (X) in the top right corner. It contains several input fields: 'Eigenaar' (Owner), 'Soort baan' (Job type), 'Bedrijf' (Company) with a dropdown arrow, and 'Locatie' (Location). Below these fields, there is a checkbox labeled 'Dit is mijn huidige functie' (This is my current job) which is checked. Underneath, there are dropdown menus for 'Begindatum' (Start date) and 'Einddatum' (End date). A section titled 'U hebt 2 andere huidige functies. Wilt u één van deze beëindigen?' (You have 2 other current jobs. Do you want to end one of these?) lists two jobs with checkboxes to 'Deze functie beëindigen' (End this job). At the bottom, there is a section titled 'Delen met netwerk' (Share with network) with a toggle switch set to 'Uit' (Off). A red arrow points to this toggle. Below the toggle is a button 'Verwijderen' (Remove) and a blue button 'Opslaan' (Save).

Wijzigingen waarmee updates worden geactiveerd, zijn bijvoorbeeld als je:

- ✓ Een nieuwe functie toevoegt;
- ✓ Een bestaande of de huidige functie bewerkt;
- ✓ Een werkjubileum viert.

Bij sommige typen wijzigingen die je in jouw profiel aanbrengt (in tegenstelling tot vroeger), worden geen meldingen naar jouw netwerk verzonden, zelfs al heb je **DELEN** ingeschakeld. Het gaat om jou wijzigingen:

- ✓ Profielfoto
- ✓ Kopregel
- ✓ Introductie
- ✓ Contactgegevens
- ✓ Vorige functies
- ✓ Opleiding
- ✓ Ervaring met vrijwilligerswerk
- ✓ Talen
- ✓ Vaardigheden
- ✓ Publicaties
- ✓ Diploma's/certificaten
- ✓ Cursussen
- ✓ Projecten
- ✓ Testscores
- ✓ Organisaties
- ✓ Patenten

Overigens is het wel zo dat als je een wijziging hebt aangebracht deze voor bezoekers op je LinkedIn profiel meteen zichtbaar is.

- Connecties op de hoogte stellen wanneer u in het nieuws bent
 - Met deze instelling kun je kiezen of LinkedIn mensen in het netwerk op de hoogte stellen wanneer jij wordt genoemd in een artikel of blogpublicatie. Standaard staat deze op **JA**. Als je doel is om maximaal zichtbaar te zijn, dan

blijft deze instelling open staan op **JA** en zo niet dan zet je deze op **NEE**.

- Vermeldingen of tags

Anderen toestaan jou te vermelden of te taggen bijvoorbeeld vermeldingen in bijdragen en commentaren, tags in foto's, etc.

- Volgers
 - Kies wie u kan volgen en uw openbare updates kan zien. Standaard staat deze op **IEDEREEN OP LINKEDIN**. Keuze: **UW CONNECTIES**.

Onder **COMMUNICATIE** kun je vinden:

✓ **HOE U MELDINGEN ZULT ONTVANGEN**

(Opties om ervoor te zorgen dat u alleen meldingen krijgt over wat u belangrijk vindt)

- Op LinkedIn
 - Gesprekken
 - Helpcentrum
 - Netwerk
 - Nieuws
 - Profiel
 - Vacatures
- E-mail
 - Bedrijfsproducten
 - Gesprekken
 - Netwerk

- Nieuws
- Profiel
- Vacatures
- Veiligheid en rapportage
- Push
 - Gesprekken
 - Netwerk
 - Nieuws
 - Profiel
 - Vacatures

✓ **WIE U KAN BEREIKEN**

- Connectieverzoeken

Kies wie een connectie met u kan aangaan
- Uitnodigingen uit uw netwerk

Kies welke uitnodigingen u wilt ontvangen van uw netwerk
- Berichten

Sta mensen toe u berichten te sturen
- Uitnodigingen voor onderzoeken

Kies of u uitnodigingen wilt ontvangen van LinkedIn om deel te nemen aan onderzoeken

✓ **BERICHTENERVARING**

- Leesbevestigingen en type indicators
 - Als u berichten stuurt naar een connectie die dit heeft ingeschakeld, kunnen u als uw

connectie zien wanneer de ander aan het typen is en wanneer berichten zijn gelezen.


- Suggesties voor antwoorden
 - Aanbevolen antwoorden inschakelen voor de berichtenfunctie.

Onder **GEGEVENS PRIVACY** kun je vinden:

✓ **HOE LINKEDIN UW GEGEVENS GEBRUIKT**

- Uw gegevens en activiteit beheren
 - Bekijk de gegevens die u hebt opgegeven en breng wijzigingen aan indien gewenst.
- Een kopie van uw gegevens downloaden
 - Bekijk uw opties voor toegang tot een kopie van onder meer uw accountgegevens en connecties.
- Cookievoorkeuren beheren
- Salarisgegevens op LinkedIn
- Zoekgeschiedenis
 - Wis alle voorgaande zoekopdrachten op LinkedIn
- Persoonlijke demografische gegevens
 - Hier kun je opgeven welke genderidentiteit je hebt en of je een handicap hebt.

Overigens worden deze gegevens niet op je profiel zichtbaar gemaakt, maar worden gebruikt voor o.a. onderzoek.
- Sociaal, economisch en werkplekonderzoek



Kijk elke dag even naar HOME of in MELDINGEN om te kijken wie er op je profiel zijn

- Kies of we sommige van uw gegevens beschikbaar mogen maken voor academisch en beleidsonderzoek.

✓ **VOORKEUREN VOOR HET ZOEKEN NAAR EEN BAAN**

- Instellingen voor sollicitaties
 - Kies welke gegevens LinkedIn bewaart als u solliciteert.
- Uw profiel delen wanneer u op **SOLLICITEREN** klikt
 - Standaard staat deze knop op **NEE**. Als je deze knop op **JA** zet, dan wordt bij elke sollicitatie als je op de knop **SOLLICITEREN** klikt jouw LinkedIn profiel als sollicitatie ingestuurd.
- Voorkeuren reistijd
 - Stel reistijden in en ontvang aanbevolen vacatures op basis van uw voorkeuren
- Uw interesses kenbaar maken aan recruiters bij bedrijven waarvoor u een vacaturemelding hebt gemaakt
 - Deze instelling is voor bedrijven
- Opgeslagen sollicitantenaccounts
 - Stem af welke sollicitantenaccounts van derden zijn opgeslagen op LinkedIn.

✓ **ANDERE APPLICATIES**

- Toegestane services

- Bekijk geautoriseerde services en beheer het delen van gegevens.

Onder **ADVERTENTIEGEGEVENS** kun je vinden:

✓ **ADVERTENTIEVOORKEUREN**

- Profielgegevens voor het personaliseren van advertenties
 - Mogen wij uw foto en profielgegevens (zoals naam of bedrijf) gebruiken om de content van advertenties te personaliseren zoals vacature advertenties? Standaard staat deze op **JA**.
- Interessecategorieën
 - Krijg relevantere interessecategorieën te zien op basis van uw activiteit en de activiteit van vergelijkbare leden op LinkedIn. Staat standaard op **NEE**.

✓ **GEGEVENS DIE OP LINKEDIN WORDEN VERZAMELD**

- Connecties
 - Kies of advertenties aan u mogen worden getoond op basis van uw connecties. Staat standaard op **JA**.

- Locatie
 - Kies of advertenties aan u mogen worden getoond op basis van uw locatie. Staat standaard op **JA**.
- Demografische gegevens
 - Krijg relevantere advertenties te zien op basis van uw demografische gegevens. Staat standaard op **JA**.
- Bedrijven die u volgt
 - Krijg relevantere advertenties te zien op basis van bedrijven die u volgt. Staat standaard op **JA**.
- Groepen
 - Kies of advertenties aan u mogen worden getoond op basis van de groepen waarvan u lid bent geworden. Staat standaard op **JA**.
- Opleiding
 - Krijg relevantere advertenties te zien op basis van uw opleiding. Standaard staat deze op **NEE**.
- Gegevens over uw baan
 - Krijg relevantere advertenties te zien op basis van gegevens over uw baan. Staat standaard op **NEE**.
- Werkgever

- Krijg relevantere advertenties te zien op basis van gegevens over uw bedrijf. Staat standaard op **NEE**.

✓ GEGEVENS VAN DERDEN

- Info over doelgroepen voor websites die u bezoekt
 - Staat standaard op **JA**.
- Advertenties buiten LinkedIn
 - Staat standaard op **JA**.
- Interacties met bedrijven
 - Kies hoe advertenties aan u mogen worden getoond op basis van uw gegevens die aan bedrijven zijn verstrekt. Staat standaard op **NEE**.
- Aan advertenties gerelateerde acties
 - Kies of uw acties mogen worden gebruikt om inzicht te krijgen in samengevoegde advertentieprestaties en hierover rapporteren. Staat standaard op **NEE**.

§ 6.2 WIE HEEFT JE PROFIEL BEKEKEN?

Als je naar **HOME** gaat en dan in de banner met jouw foto en kopregel aan de linkerkant zie je staan **PERSONEN BEKEKEN JE PROFIEL**. Het getal wat je daar ziet, is het aantal bezoekers over de afgelopen 90 dagen*). Als je op dat getal klikt, zie je wie er de afgelopen dagen op je profiel hebben gekeken. Heb je een gratis LinkedIn account, dan zie je de laatste 5 profielen, dus kijk even elke dag wie jouw

profiel bekeken hebben. Daar kunnen interessante contacten tussen zitten, waarmee je contact zou kunnen opnemen.

*) Dan moet je wel al een aantal bezoekers op je profiel hebben, anders zie je dit niet.

Overigens worden de bezoekers ook per dag gemeld via **MELDINGEN**.



Judith Pagter, de
 LinkedIn expert | Workshops
 LinkedIn voor werkzoekenden en ondernemers | Inspirator | Netwerker | Pragmaticus

263
 personen bekeken uw profiel

14
 personen bekeken uw artikel

Krijg toegang tot exclusieve tools en inzichten
 ■ Probeer Premium gratis

Als je een gratis account hebt, kun je niet zomaar met iedereen die op je profiel heeft gekeken contact opnemen. Uiteraard wel met je 1^e graad contacten en via je 1^e graad contacten met je 2^e graad contacten. Heb je een betaald account (**PREMIUM**), dan kun je in beperkte mate (afhankelijk van je type account) Inmails sturen aan 2^e en 3^e graad contacten en kun je tot

90 dagen terugkijken wie er allemaal op je profiel zijn geweest als bezoeker.

Voor een Inmail betaal je LinkedIn. Een premium Business account geeft bijvoorbeeld recht op 15 Inmails per maand.

Wil je weten welke verschillende betaalde **PREMIUM** accounts LinkedIn heeft, lees dan § 5.3 nog even na.

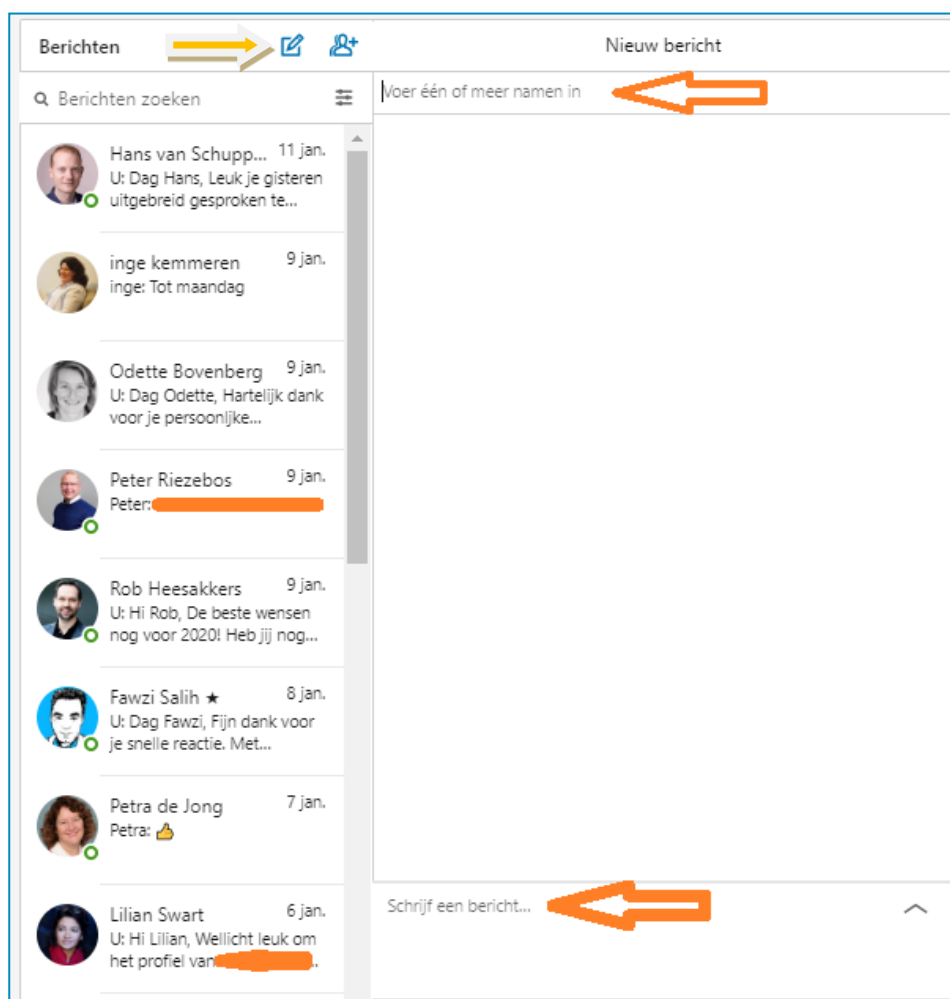
7. JE BENT UITGENODIGD

§ 7.1 BERICHTEN VERSTUREN



Als je wil communiceren met al bestaande 1^e graad contacten, dan ga je naar **BERICHTEN** en ga daarna naar het pen-icoon rechts naast **BERICHTEN** (zie oranje blokpijl links bovenin).

Je komt dan in dit scherm:



Als je een bericht wil versturen, typ bij **VOER EEN OF MEER NAMEN IN** de voornaam en achternaam in en al snel verschijnt degene die je zoekt. Je kunt ook aan meer 1^e graad connecties hetzelfde bericht sturen (tot 50 maximaal).

Berichten worden overigens direct aan betrokken personen verstuurd en zijn verder niet voor anderen zichtbaar. Als je aan meer mensen tegelijkertijd een bericht stuurt, zien deze mensen dat wel van elkaar en kunnen de geadresseerden elkaars antwoorden lezen (een soort tijdelijk WhatsApp groepje).

Onderaan de pagina vind je **SCHRIJF EEN BERICHT**. Maak in dat veld je bericht.

Handel
LinkedIn
berichten
vanuit LinkedIn
af, dan weet je
precies welke
berichten je al
hebt
beantwoord.

Je kunt aan het bericht een foto, bijlage, GIF-bestand of een emoticon koppelen.

Berichten worden op een soort WhatsApp achtige manier bewaard. Dus als je een bericht zoekt, dan zoek je op de persoon die dit bericht heeft gestuurd. De hele berichtenhistorie blijft bewaard, dus ook het allereerste bericht van jaren terug.

§ 7.2 CONNECTIES TOEVOEGEN

Nu je het profiel helemaal up-to-date hebt, ga je jouw netwerk uitnodigen. Je wil je connecties uitnodigen en je netwerk op LinkedIn vergroten. Hoe doe je dat?

Wil je iemand die je kent, toevoegen aan je netwerk, dan kun je het meest eenvoudig de voornaam en achternaam van deze persoon intypen in de bovenste zoekbalk. Kies daarna voor **ENTER**.

Klik nu in het LinkedIn profiel op de blauwe knop **CONNECTIE MAKEN**. Dan kom je in een scherm zoals hieronder.

The screenshot shows a white pop-up window with a blue border and a close button (X) in the top right corner. The title bar reads "U kunt deze uitnodiging aanpassen". The main content area contains a green checkmark icon followed by the text "Uw uitnodiging is verzonden naar" and "U kunt een bericht toevoegen om uw uitnodiging te personaliseren." At the bottom right, there are two buttons: a white button with a blue border labeled "Bericht toevoegen" and a solid blue button labeled "Gereed".

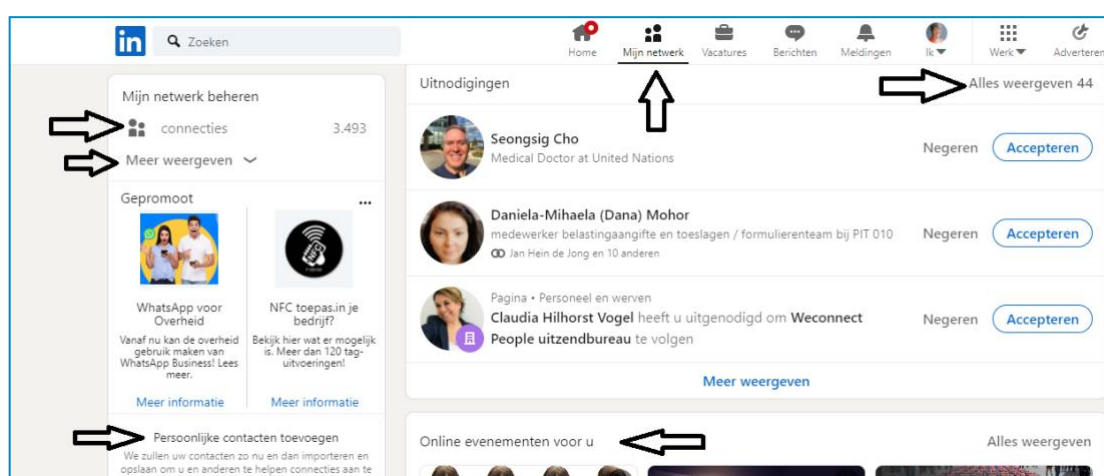
LET OP: LinkedIn heeft bij 3^e graad connecties (in de drang om Premium accounts te verkopen) de **CONNECTIE MAKEN** knop verborgen onder de drie puntjes bij **MEER**. Als je daarop klikt en krijg je een pop up menu met als 2^e optie **CONNECTIE MAKEN**.

Zoek bij voorkeur op een PC of Laptop. De apps op je telefoon of iPad hebben niet alle functionaliteit

Persoonlijke berichten worden sneller geaccepteerd dan onpersoonlijke berichten. Dus kies altijd voor **BERICHT TOEVOEGEN**. Maak het persoonlijke bericht niet te lang. LinkedIn telt vanaf 300 leestekens af.

Het meest eenvoudig is om uitnodigingen persoonlijk te versturen via je laptop.

Als je op de menubalk gaat naar **MIJN NETWERK** dan vind je daar de volgende opties:



✓ **Connecties:** al jouw 1^e graad connecties

Bij **UW CONNECTIES** vind je overigens al je 1^e graad connecties terug. Die staan standaard gesorteerd op **ONLANGS TOEGEVOEGD**. Door op het vinkje achter **ONLANGS TOEGEVOEGD** te klikken kun je ook kiezen voor **VOORNAAM** of **ACHTERNAAM**. Je kunt ook het zoekveld gebruiken om iemand op te zoeken. Hoe je afscheid kunt nemen van mensen uit je netwerk, vind je in paragraaf § 7.3.

- ✓ **Teamleden:** voeg je collega's met wie je werkt toe, en je mist nooit meer hun updates. Overigens moeten je teamleden wel toestemming geven!
- ✓ **Contacten:** door LinkedIn geïmporteerde contacten die je kunt uitnodigen om je netwerk makkelijk snel

te laten groeien, want dit zijn mensen met wie je ooit mailcontact hebt gehad.

- ✓ Mensen die ik volg: je kunt ook mensen volgen in plaats van een connectie met ze maken. Dan zie je hun updates. Je kunt geen berichten aan elkaar sturen met een gratis LinkedIn account. Daarvoor moet je een 1^e graad connectie van elkaar zijn.
- ✓ Pagina's: deze bedrijfspagina's volg je.
- ✓ Hashtags: deze hashtags volg je.

Aan de linkerkant vind je **PERSOONLIJKE CONTACTEN TOEVOEGEN**. LinkedIn is een commerciële organisatie die er baat bij heeft dat ze aan zoveel mogelijk mensen uit jouw netwerk een uitnodiging om te linken kunnen sturen. Dat is wat hier gebeurt. Jouw contacten waarmee je ooit e-mail contact hebt gehad, worden - als je toestemming geeft en het wachtwoord van je provider opgeeft - een geïmporteerd contact.

Ik raad als onafhankelijke LinkedIn expert deze mogelijkheid af. Ik snap uiteraard dat LinkedIn deze mogelijkheid promoot om er commercieel gewin uit te halen. Ik ben zelf meer van het zelf willen bepalen met wie ik wel en niet gelinked wil zijn.

Maak **WEL** gebruik van de mogelijkheid: **AANBEVOLEN VOOR U** of **MENSEN DIE U MISSCHIEN KENT VAN** (zie voor het overzicht op afbeelding van het scherm hierboven bij **ONLINE EVENEMENTEN VOOR U**).

LinkedIn heeft al een selectie gemaakt van mensen die in je 2e graad netwerk zitten, of waarmee je een opleiding hebt gedaan, of een collega en waarmee je contacten deelt. De kans is groot, dat je ze kent, maar je bent nog niet met ze gelinked. Het is verleidelijk om op de knop **CONNECTIE**

Persoonlijke uitnodigingen zijn leuker om te lezen en worden sneller geaccepteerd dan de standaard onpersoonlijke uitnodigingen.

MAKEN te klikken, maar dan verstuurt LinkedIn een onpersoonlijk (standaard) bericht. Je kunt beter op de naam van de persoon klikken en vanuit het profiel op **CONNECTIE MAKEN** klikken. Zoals hierboven is uitgelegd.

Bij **ONTVANGEN UITNODIGINGEN** (zie de blokpijl op afbeelding vorige scherm) heb je de volgende mogelijkheden:

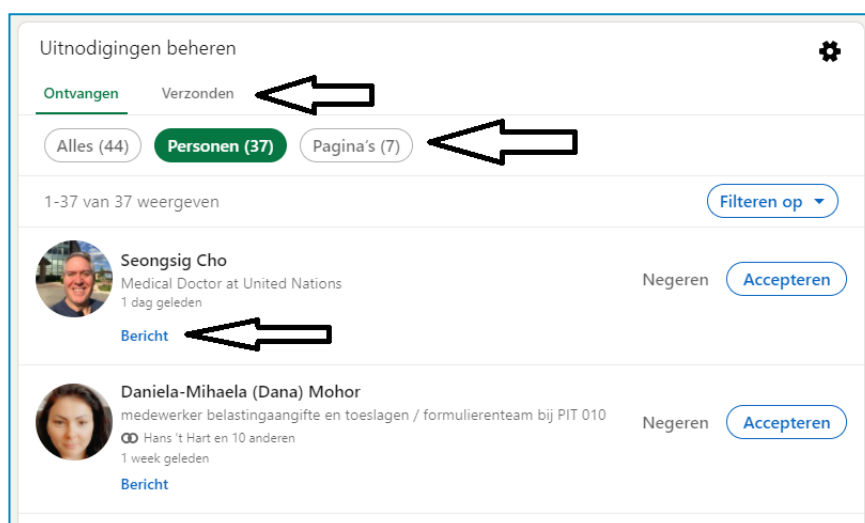
- ✓ **ACCEPTEREN:** als je hierop drukt heb je een connectie en wordt dit meteen gemeld bij de persoon waarmee je bent gelinkt. De datum waarop je bent gelinked wordt vastgelegd en vind je terug door via het profiel van die persoon te klikken op **CONTACTGEGEVENS**.
- ✓ **NEGEREN:** als je hierop drukt, wordt de uitnodiging gearchiveerd zonder dat de ander daarvan bericht krijgt. De ander kan je dan opnieuw benaderen om uit te nodigen.

Ik ben tijdens mijn trainingen cursisten tegen gekomen die veel mensen hebben uitgenodigd die ze niet tot nauwelijks kennen. Zij zijn door LinkedIn eerst gewaarschuwd om hiermee te stoppen omdat hun account dan tijdelijk (3 maanden) gesloten zou worden. Je kunt beter mensen uitnodigen die je kent. Of een goede motivatie sturen in een persoonlijk bericht.

Bij **ONTVANGEN UITNODIGINGEN** zie je rechts **ALLES WEERGEVEN** staan. Als je geen uitnodigingen meer open hebt staan, dan zie je dit niet.

Als je op **ALLES WEERGEVEN** klikt, dan krijg je de mogelijkheid om aan degene die je uitnodigt, voordat je de uitnodiging negeert of accepteert, een **BERICHT** te sturen. Dit is de enige mogelijkheid om met iemand te

communiceren voorafgaand aan het wel of niet accepteren van een uitnodiging.



Bij de 1^e blokpil links bovenin zie je hoe je van **ONTVANGEN** naar **VERZONDEN** uitnodigingen kunt switchen.

Bij de 2^e blokpil zie je hoe je de uitnodigingen kunt sorteren op **ALLES**, **PERSONEN**, **PAGINA'S** (dat zijn de bedrijven die je hebben uitgenodigd om een bedrijfspagina te volgen). Je kunt ook nog uitgenodigd worden voor **EVENEMENTEN**.

Een veel gestelde vraag is: “Wat doe ik met een uitnodiging van iemand die ik niet ken?”. Mijn advies is met die persoon in contact komen. LinkedIn is voor mij een communicatiemiddel. De ander heeft de moeite genomen om je uit te nodigen, maar heeft er wellicht niet over nagedacht dat de uitnodiging zonder persoonlijk bericht is verstuurd. Niet iedereen in Nederland heeft per slot van rekening een LinkedIn-training gevolgd.

Dus door vervolgens op **BERICHT** te klikken, kun je aan iemand die je onpersoonlijk (standaard) uitnodiging heeft uitgenodigd een bericht sturen zonder dat je een connectie bent. Stel dan bijvoorbeeld de volgende vraag: “Dank voor je uitnodiging om te linken. Kun je mij aangeven wat de reden

is van je LinkedIn verzoek?”. Pas als je een antwoord hebt gekregen dat je bevalt, dan zou je de uitnodiging kunnen accepteren. Niet iedereen beantwoordt die vraag. Geen antwoord, dan kun je op **NEGEREN** klikken zodat je uitnodiging box opgeruimd blijft.

Ook deze eerste communicatie wordt bij **BERICHTEN** opgeslagen zodat je altijd terug kunt lezen met wie je wat gecommuniceerd hebt. Als het wel een connectie wordt, dan zie je dus ook de datum en het tijdstip van de allereerste communicatie. Zeker als je iemand wat minder goed kent, helpt dat om weer even terug te halen waarom je ook alweer met elkaar gelinkt bent. Ik vind dat een prettig geheugensteuntje. Zeker als je een heel groot netwerk hebt.

§ 7.3 CONNECTIES VERWIJDEREN OF NIET MEER VOLGEN

Eerst even het volgende. Als je een connectie van iemand bent dan ben je ook meteen volger van iemand. Je hebt de keuze of je iemand wilt verwijderen uit je netwerk (dan kun je o.a. geen berichten meer met elkaar uitwisselen, de aanbeveling van deze persoon is niet meer zichtbaar op jouw profiel en de onderschrijvingen van vaardigheden van deze persoon zijn ook niet meer op jouw profiel te zien) of je kunt die persoon niet meer volgen. Dan ontvang je geen updates meer van deze persoon in jouw HOME-pagina, maar kun je nog wel met elkaar berichten uitwisselen en de contacten van die persoon bekijken.

Als je iemand wilt verwijderen uit LinkedIn dan gaat dat als volgt.

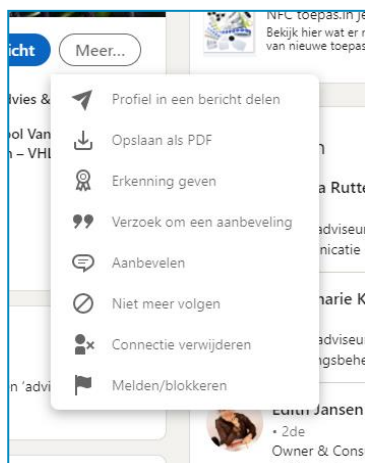
Ga naar **MIJN NETWERK** boven in de zoekbalk en daarna links in de balk naar **MIJN CONNECTIES** Klik hierop. Bovenin kun je zoeken naar je connecties. En achter de

naam van de persoon vind je **BERICHT** met daarachter 3 puntjes. Als je daarop klikt kun je op **CONNECTIE VERWIJDEREN** klikken. De connectie krijgt daar overigens geen bericht van.

De meningen lopen een beetje uiteen waarom je een connectie zou verwijderen. Ik verwijder in principe alleen connecties als er sprake is van onmin, een geschil. Waarom? Ik ben een netwerker en ieder netwerk kan je de mogelijkheid bieden om weer nieuwe contacten op te doen.

Er zijn ook mensen in mijn netwerk die regelmatig hun netwerk opschonen en afscheid nemen van connecties die ze een jaar niet meer gesproken hebben. Het is maar net hoe je LinkedIn wil gebruiken. Aan jou de keuze! Het een is niet goed en het andere fout. Je doet gewoon wat bij jou past!

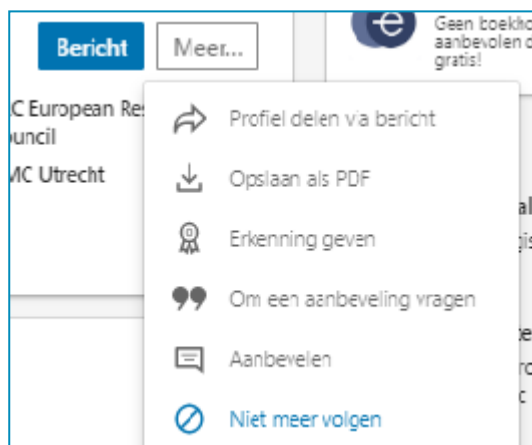
Je kunt ook de persoon in kwestie opzoeken, klikken op het knopje **MEER** en daarna op **CONNECTIE VERWIJDEREN**.



IEMAND NIET MEER VOLGEN

Stel je hebt last van iemand uit je netwerk en je wil geen updates meer van deze persoon ontvangen, maar je wil nog wel berichten kunnen versturen en je wil de aanbevelingen van deze persoon niet kwijt of de onderschrijvingen van de

vaardigheden op jouw profiel, dan zoek je de persoon in kwestie op. Je klikt op het profiel en daarna op het knopje **MEER**. Daarna klik je op **NIET MEER VOLGEN**. Je ontvangt van deze persoon geen updates meer. De persoon in kwestie wordt niet op de hoogte gebracht.

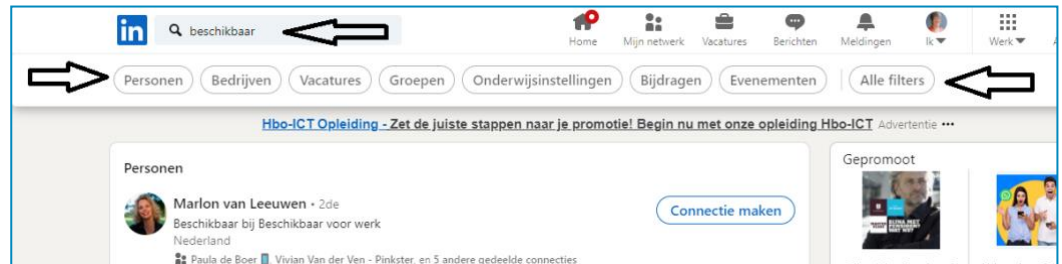


§ 7.4 ZOEKEN

Voor zoeken, gebruik je het zoekvenster boven in de menubalk links van **HOME** en daarna gebruik je **ENTER** voor het bekijken van de resultaten. Daarna maak je de keuze voor:

- ✓ Personen
- ✓ Bedrijven
- ✓ Vacatures
- ✓ Groepen
- ✓ Onderwijsinstellingen
- ✓ Bijdragen
- ✓ Evenementen
- ✓ Alle filters

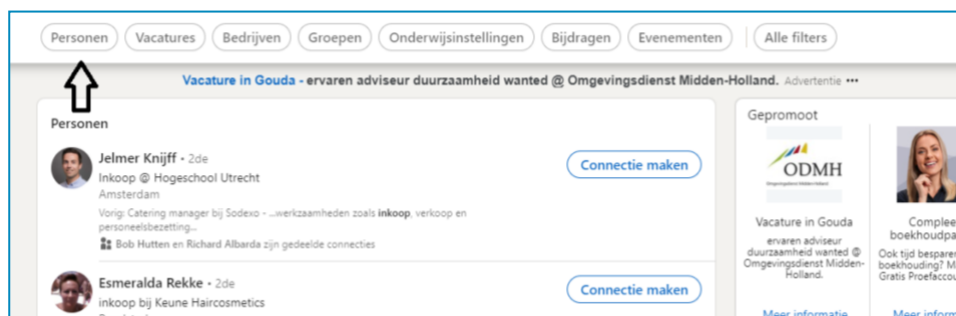
In onderstaand voorbeeld is **BESCHIKBAAR** als zoekterm ingegeven en daarna is geklikt op **ENTER**. Hieronder zie je de resultaten.



Als je nu kijkt bij:

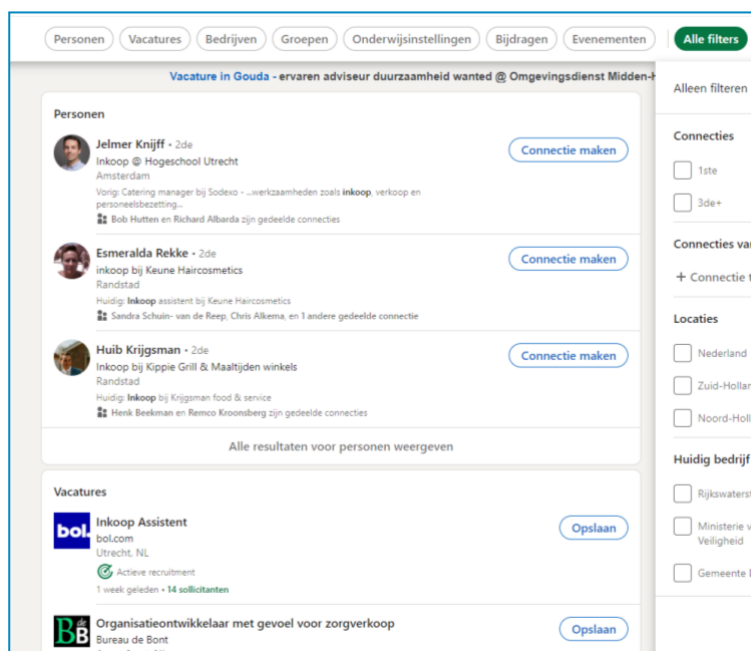
- **PERSONEN** dan zie je de personen die BESCHIKBAAR ergens in hun persoonlijke LinkedIn profiel hebben staan.
- **BEDRIJVEN** dan zie je alle bedrijven die een bedrijfsprofiel hebben aangemaakt en waar de term BESCHIKBAAR in de naam van het bedrijf voorkomt.
- **VACATURES** dan zie je alle betaalde vacatures waarbij het woord BESCHIKBAAR is opgenomen in de tekst.
- **ONDERWIJSINSTELLINGEN** dan zie je alle onderwijsinstellingen die een onderwijsprofiel hebben aangemaakt en waar het woord BESCHIKBAAR ergens in de naam van de onderwijsinstelling voorkomt.
- **BIJDRAGEN** dan zie je alle
- **EVENEMENTEN** dan zie je alle evenementen waar ergens in de tekst BESCHIKBAAR voorkomt.

Je kunt voor het zoeken gebruik maken van Filters.



In bovenstaand voorbeeld met zoeken voor INKOOP bij **PERSONEN**, vindt LinkedIn via mijn persoonlijke profiel 844.111 personen. Als ik het filter **ALLE FILTERS** 1^e graad connecties aanklik en dan klik op **TOEPASSEN**, dan vindt LinkedIn er nog maar 218. Dat zijn dus 218 1^e graad contacten uit mijn netwerk die ergens in hun profiel INKOOP hebben staan.

Als je op **ALLE FILTERS** klikt dan zie je dit:



BOOLEAANSE LOGICA

Je kunt zoekopdrachten nog verder verfijnen door gebruik te maken van de zogenaamde booleaanse logica:

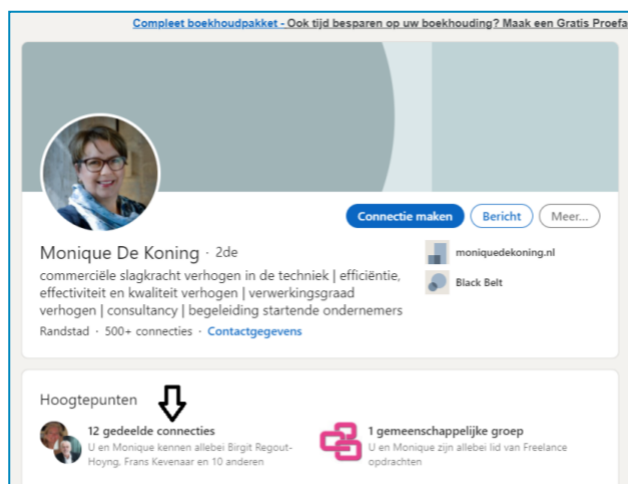
- ✓ **Samengestelde zoektermen tussen aanhalingstekens**
 - Als je een exacte woordgroep zoekt, plaats je de woordgroep tussen dubbele aanhalingstekens (bijvoorbeeld: “inkoopmanager”). Doe je dat niet dan zoekt LinkedIn apart naar INKOOP en MANAGER in plaats van naar “INKOOP MANAGER”. Dus je krijg veel te veel zoekresultaten die je eigenlijk niet wil.
- ✓ **NOT** - zoekopdrachten - Als je een bepaalde term in je zoekopdracht wil uitsluiten, typ je in het vakje **ZOEKEN** deze term met NOT (in hoofdletters en in het Engels) vóór de term (bijv. programmeur NOT manager) in en klik dan op ENTER.
- ✓ **OR** - zoekopdrachten - Als je op zoek bent naar meer termen in een zoekopdracht, scheid deze termen met OR (in hoofdletters en in het Engels) (bijv. sales OR marketing). Dus of het woord ‘sales’ of het woord ‘marketing’ komt voor in een profiel.
- ✓ **AND** - zoekopdrachten - Als je op zoek bent naar resultaten met twee of meer termen in een lijst, kun je AND (in hoofdletters) gebruiken om de termen te scheiden (bijv. bouw AND directeur). Let wel: je hoeft AND niet per se te gebruiken. Als je zoekt naar twee of meer termen krijg je automatisch resultaten te zien die gebaseerd zijn op beide termen. Je kunt ook gebruik maken van de “,”. Dat geeft hetzelfde effect.

- ✓ **Zoektermen tussen haakjes** - Als je een gecompliceerde zoekopdracht uitvoert kun je termen combineren door haakjes te gebruiken. Bijvoorbeeld: Om mensen te vinden die 'VP' in hun profiel hebben, of directeur EN afdeling in hun profiel hebben, typ dan het volgende: VP OR (directeur AND afdeling).

§ 7.5 INTRODUCTIE

Stel je vindt iemand die in de 2^e graad met je is verbonden en daar wil je mee in contact komen, dan kun je dat doen door gebruik te maken van mensen die je gezamenlijk in de 1^e graad kent. Hoe gaat dat in z'n werk?

Stel je hebt gezocht op Monique Koning, een contact in de 2^e graad, en je wil graag een connectie met haar, je hebt geen gegevens van haar, maar je kent wel personen in je eerstegraadnetwerk die je kunnen introduceren. In mijn geval zijn dat er tien. Klik op “**12 GEMEENSCHAPPELIJKE CONNECTIES**”.



Maak een bericht aan een van jouw 1^e graad connecties die Monique de Koning kent door op de naam van de persoon in kwestie te klikken en een **BERICHT** te sturen. Formuleer helder en met redenen omkleed, waarom je met deze persoon in contact wenst te komen. Ga daarbij ook in op

persoonlijke eigenschappen van die persoon en de reden waarom jij denkt dat het belangrijk is dat zij contact met elkaar opnemen.

Het is aan jouw 1^e graad connectie om de mail door te zetten aan Monique de Koning. De relatie moet naar twee kanten goed zijn, anders stuurt de persoon dit bericht niet door!

Mijn persoonlijke ervaring is dat er best even tijd overheen kan gaan voordat er antwoord komt, maar meestal vinden mensen die op LinkedIn staan een dergelijk verzoek alleen maar leuk en werken ze er graag aan mee om mensen met elkaar te verbinden. Zorg ook dat je zeker weet dat de connectie betrouwbaar is en de partijen elkaar goed kennen. Je zou dat eerst even kunnen checken door die vraag te stellen. Niet iedereen heeft een solide netwerk!

LET OP: LinkedIn is een netwerktool en geen sales applicatie. Je neemt iemand op in je netwerk zodat deze persoon op de hoogte wordt gebracht van jouw updates/bijdrages. Als de persoon belangstelling heeft, neem deze vanzelf contact met jou op. Actief aanbieden van producten of diensten leidt vaak tot irritatie en afscheid nemen van jou als persoon.

8. JE WORDT VAN HARTE AANBEVOLEN

§ 8.1 AANBEVELINGEN: MAKEN, ONTVANGEN EN VRAGEN

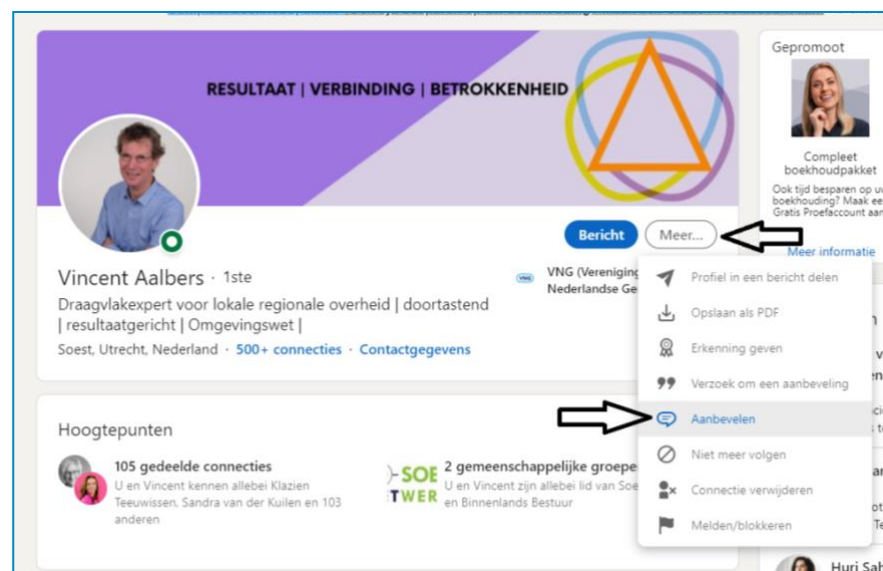
Het wordt nu tijd om aanbevelingen te gaan geven aan anderen en ze te gaan vragen aan je netwerk. Ga in je netwerk na wie een aanbeveling voor je zou willen maken.

HOE MAAK JE EEN AANBEVELING VOOR IEMAND UIT JE NETWERK?

Ga boven in de menubalk naar het zoekvenster en type de naam van de persoon die je wil aanbevelen.

Overigens kan dat alleen bij mensen die een 1^e graad contact van je zijn.

Klik het profiel open en ga naar het knopje **MEER** de met de 3 puntjes. Zie onderstaand plaatje:



En kies daarna voor **AANBEVELEN**.

Je krijgt nu van LinkedIn twee eenvoudige vragen:

Het krijgen van een spontane aanbeveling is als een cadeautje. Iemand schrijft over een positieve ervaring met jou als persoon. Dat is heel waardevol! Onderschat niet de kracht van positieve aanbevelingen!

1) Waar kent u ... van?

2) Functie op dat moment

Klik op **VOLGENDE** en schrijf een aanbeveling. Als je tevreden bent, klik je op **VERZENDEN**.

Let op voor de valkuil dat je op dezelfde dag aan elkaar een aanbeveling geeft. Dat kan eigenlijk alleen maar als je collega's bent of samen hebt gewerkt in een project.

Waarom wachten? Het is niet geloofwaardig als jij alleen maar aanbevelingen hebt ontvangen en hebt geschreven op dezelfde dag. Laat er enige tijd tussen!

LinkedIn is een Amerikaans programma. In Amerika is het geven van aanbevelingen heel normaal. Wij vinden het in Nederland een beetje ongemakkelijk om iemand om een aanbeveling te vragen! Dat past niet helemaal in onze cultuur. Toch is het helemaal niet gek! 78% van de Nederlanders gaat af op de mening van derden. Daaruit blijkt dat wat anderen over je zeggen heel krachtig kan zijn.

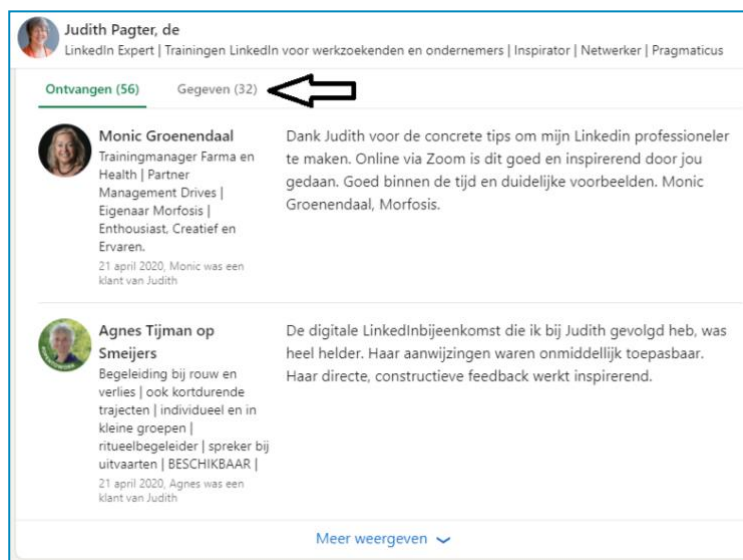
Kies de mensen uit je netwerk die een aanbeveling geven zorgvuldig uit. Aanbevelingen worden gelezen! Zorg dus voor correct Nederlands!

Accepteren van de aanbeveling gaat als volgt:

Als iemand je aanbeveelt, ontvang je een bericht in jouw **BERICHTEN BOX** met een link erin. Je kunt de aanbeveling accepteren door te kiezen voor de optie **PLAATSEN OP JE PROFIEL**. Mocht er achteraf toch een fout in de aanbeveling staan, dan kun je kiezen voor de optie **OM HERZIENING VRAGEN**. Pas als jij de herziene tekst goedkeurt, wordt de aanbeveling pas zichtbaar op jouw profiel.

Een aanbeveling kan altijd tekstueel achteraf worden gewijzigd. Daar moet je wel om vragen.

De aanbeveling zal verschijnen onder het kopje **AANBEVELINGEN GEGEVEN** op jouw persoonlijke profiel. Pas als je een aanbeveling hebt geaccepteerd of hebt gegeven, wordt automatisch het kopje aanbeveling aan je profiel toegevoegd.



Als je naar **GEGEVEN** gaat (zie afbeelding hierboven), dan zie je aan wie je een aanbeveling hebt gegeven. Daar kun je via het ‘pennetje’ zelf een herziening maken.

Je kunt zelf teksten van een ontvangen aanbeveling wijzigen. Je kunt deze ook verwijderen. Je kunt namelijk maar 1x een aanbeveling aan iemand geven. Dus als die sterk verouderd is, kun je eerst de oude aanbeveling weghalen en een nieuwe maken.

Je kunt gegeven aanbevelingen op drie manieren weergeven op jouw profiel:

- ✓ Alleen u
- ✓ Uw connecties
- ✓ Openbaar

Mijn advies zou zijn om voor “Openbaar” te kiezen. Je hebt er per slot van rekening tijd en energie in gestoken om de aanbeveling te schrijven. Laat dat maar aan anderen zien.

HOE VRAAG JE ZELF OM EEN AANBEVELING?

Als je zelf om een aanbeveling wil vragen, dan zijn er verschillende manieren om dit te doen:

- ✓ Ga via **IK | PROFIEL WEERGEVEN | PROFIELONDERDEEL TOEVOEGEN | AANVULLENDE INFORMATIE** en klik op het ‘plusje’. Dan krijg je de vraag aan wie je een aanbeveling wil vragen. Daarna werkt het zoals hieronder beschreven.
- ✓ Als je al een aanbeveling hebt geschreven of ontvangen, dan kun je in je eigen profiel scrollen naar **AANBEVELINGEN**. Daar kun je vragen om een aanbeveling.

Ga je in je eigen persoonlijke profiel naar het zoekvenster boven in het menu en type de naam van het 1^e graad contact in aan wie je om een aanbeveling wil vragen. Klik op de knop **MEER** met de 3 puntjes in het profiel van degene aan wie je een aanbeveling wil vragen en kies voor de optie **OM EEN AANBEVELING VRAGEN**.

Er volgt een simpele invuloefening:

- ✓ Vraag 1 is “Relatie selecteren” Selecteer een optie uit de mogelijkheden.

- ✓ Vraag 2 is “Functie op dat moment selecteren”. Hier vul je de functie van jezelf in die je op dat moment had. Overigens wordt dit niet getoond op LinkedIn.

Klik op **VOLGENDE**

- ✓ Vraag 3: “Voeg een persoonlijk bericht toe aan uw verzoek”. Een persoonlijk bericht met bijvoorbeeld de reden van je verzoek helpt om een aanbeveling te krijgen.

TIP: verstuur niet de standaardzin die LinkedIn heeft bedacht. Dat inspireert de ontvanger niet om voor jou een aanbeveling te schrijven!

Klik op **VERZENDEN**

Bij de persoon aan wie je de aanbeveling hebt gevraagd, komt er een verzoek onder **BERICHTEN** op zijn LinkedIn profiel binnen met jouw persoonlijke boodschap en een link naar het aanbevelingenverzoek. Als die persoon daarop klikt komt hij terecht in een leeg veld waarin hij meteen een aanbeveling kan typen. Als de persoon de aanbeveling geschreven heeft, klikt hij op **VERZENDEN**.

De aanbeveling komt binnen in mijn berichten box met een link waarop ik kan klikken om de aanbeveling te lezen. Als ik akkoord ben, dan klik ik op de knop om de aanbeveling te plaatsen.

Natuurlijk vergeet je niet de persoon in kwestie te bedanken voor de mooie aanbeveling!

Overigens is er geen limiet aan het aantal gegeven en ontvangen aanbevelingen.

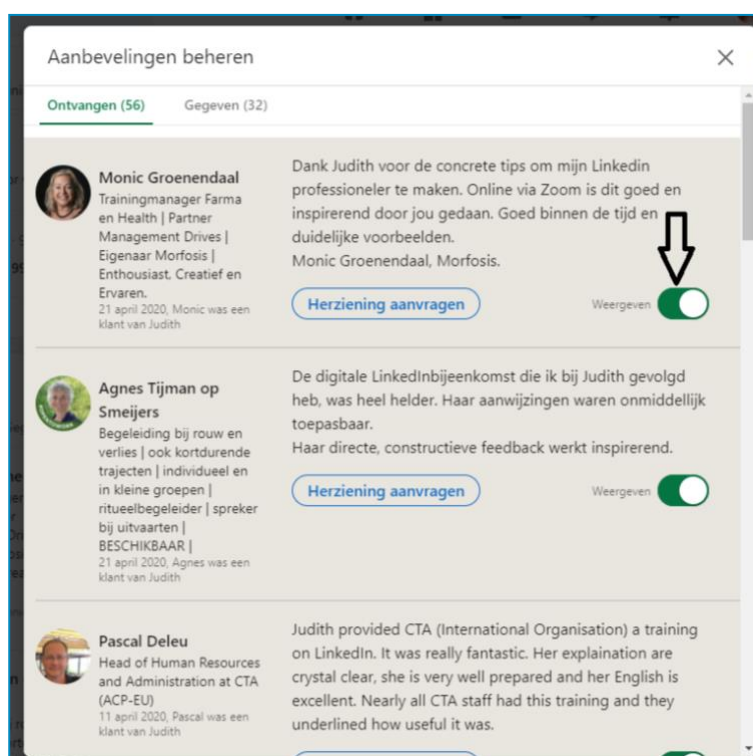
Een andere vorm van aanbevelen is dat je **VAARDIGHEDEN** van je connecties kunt onderschrijven (endorsements). Lees hierover alles in § 8.3.

§ 8.2 AANBEVELINGEN VERBERGEN

Je kunt een aanbeveling die je hebt gekregen verbergen, maar niet verwijderen. Ga als volgt te werk om de zichtbaarheid van een aanbeveling in je profiel te wijzigen:

- ✓ Ga naar het kopje **AANBEVELINGEN** in je eigen profiel en daarna naar **ONTVANGEN**.
- ✓ Ga naar het “pennetje” om in de bewerkmodus te komen.

Bij elke aanbeveling zie je rechts een groen rondje met **WEERGEVEN**. Door op het groene deel te klikken, wordt de aanbeveling **VERBORGEN** en is deze niet meer zichtbaar voor je netwerk. Met dezelfde klik is de aanbeveling weer zichtbaar.



WAT KAN EEN REDEN ZIJN OM EEN AANBEVELING TE VERBERGEN?

Dat zou de datum kunnen zijn waarop de aanbeveling is gemaakt. Kortom, de aanbeveling is verouderd. Of wellicht

heb je zoveel aanbevelingen dat je de oudste zou willen verbergen. Iemand kan overleden zijn (en het profiel is nog niet opgezegd) en dan wil je die aanbeveling misschien wel niet meer laten zien. Of je bent iets heel anders gaan doen en je wil alleen nog maar aanbevelingen voor je laatste functie laten zien.

LET OP: Als je iemand uit je netwerk verwijdert, dan verdwijnen automatisch ook de aanbevelingen en onderschrijvingen van vaardigheden. Je hebt immers geen 1^e graad connectie meer met die persoon.

§ 8.3 VAARDIGHEDEN ONDERSCHRIJVEN IN JE NETWERK EN VAARDIGHEDEN TOEVOEGEN

Vaardigheden onderschrijven is een manier om je netwerk te laten weten dat je vertrouwen hebt in bepaalde kennis en kunde van een 1^e graad connectie.

Je start in ieder geval met zelf vaardigheden aan je profiel toe te voegen. Plaats er minimaal 10 op je LinkedIn profiel. Doe je dat niet, dan vult LinkedIn er een aantal voor je in. Een voorbeeld is NEDERLANDS of MICROSOFT.

LET OP: staat je profieltaal in het Engels, dan zul je Engelse vaardigheden als suggesties krijgen. Staat je profieltaal in het Nederlands dan krijg je Nederlandse suggesties te zien.

Je profieltaal wijzig je als volgt: ga naar je eigen foto rechts op de menubalk (**IK**) en kies voor **TAAL**. Daarna kun je de taal van je keuze instellen.

HOE KUN JE VAARDIGHEDEN BEWERKEN?

Ga naar je eigen foto op de menubalk bij **IK** en dan naar **PROFIEL WEERGEVEN** en dan naar **VAARDIGHEDEN EN ONDERSCHRIJVINGEN** en daarna naar het pen-icoon voor **BEWERKEN**. Heb je **VAARDIGHEDEN** nog niet aan je

profiel toegevoegd, ga dan naar **PROFIELONDERDEEL TOEVOEGEN | VAARDIGHEDEN**.

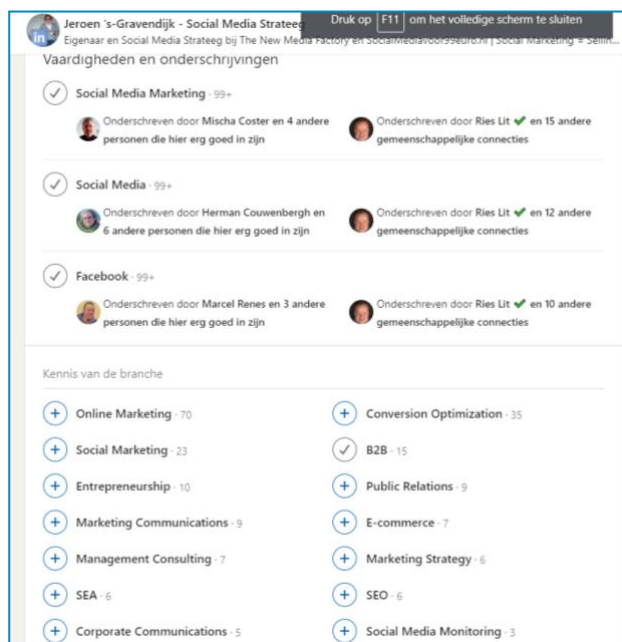


HOE KRIJG JE NU JE VAARDIGHEDENGALERIJ MET ONDERSCHRIJVINGEN GEVULD?

Er bestaat geen knop waarmee je om onderschrijvingen van vaardigheden kunt vragen.

De kunst is om te beginnen met geven. Ga naar een van je 1^e graad contacten en scroll in het profiel naar **VAARDIGHEDEN**.

Klik altijd op **MEER WEERGEVEN**. Ga naar de vaardigheid, waarvan jij vindt dat die persoon daar goed in is en klik op het **PLUSJE** vóór de **VAARDIGHEID**. Als er al een **VINKJE** staat, dan heb je daar al een onderschrijving voor gegeven. Dan wordt meteen jouw foto in de galerij bijgeplaatst. Daarvan wordt degene aan wie je dit “cadeautje” geeft op de hoogte gebracht via een **MELDING**. Overigens kun je meldingen wel instellen via **IK | INSTELLINGEN EN PRIVACY | COMMUNICATIE | OP LINKEDIN | PROFIEL | ONDERSCHREVEN VAARDIGHEDEN**.



LET OP: ga nu niet overijverig alle **VAARDIGHEDEN** onderschrijven bij je connecties, maar pik er 1 of 2 uit die jou het beste lijken en kom vooral een andere keer nog eens terug en plaats er nog eens eentje. Door te geven, zul je zien dat anderen jou ook onderschrijvingen op **VAARDIGHEDEN** gaan toebedelen. Zo krijg jij een goed gevulde vaardighedengalerij!

Overigens als je een onderschrijving uitdeelt vraagt LinkedIn hoe vaardig deze persoon is en hoe je dit weet. Dit om te voorkomen dat je wel 10 onderschrijvingen aan iemand gaat geven. Je denkt, omdat je dit moet invullen, even iets beter na voordat je een onderschrijving geeft en dat komt de kwaliteit ten goede.

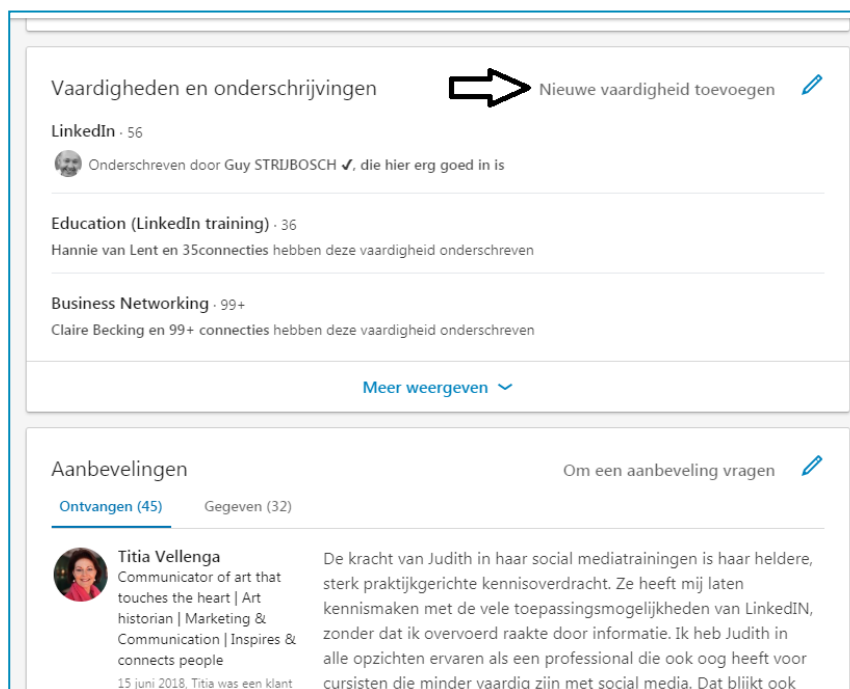
The image shows a LinkedIn skill assessment form for 'Concurrent Development'. The form is titled 'Bedankt dat u Ilona hebt onderschreven' and asks the user to help find relevant opportunities for Ilona. It contains two main sections: 'Hoe vaardig is Ilona wat betreft Newerken?' with three buttons: 'Goed', 'Erg goed', and 'Zeervardig'; and 'Hoe weet u over de vaardigheden van Ilona wat betreft Netwerken?' with a dropdown menu currently set to 'Selecteer een relatie'. A 'Verzenden' button is at the bottom. A note at the bottom states: 'Uw reacties anoniem en wordt niet rechtstreeks gedeeld met Ilona of andere LinkedIn-leden. Meer informatie'.

Belangrijk voor werkzoekenden: Als je een vacature bekijkt, krijg je de optie van LinkedIn om te bekijken hoe goed jouw vaardigheden, kwalificaties en ervaringsniveau overeenkomen met de criteria die worden weergegeven in de vacature die op LinkedIn is geplaatst. Hiermee kun je weten of je geschikt voor de vacature bent voordat je solliciteert.

Bovendien kan tegenwoordig iedereen zoeken op vaardigheden.

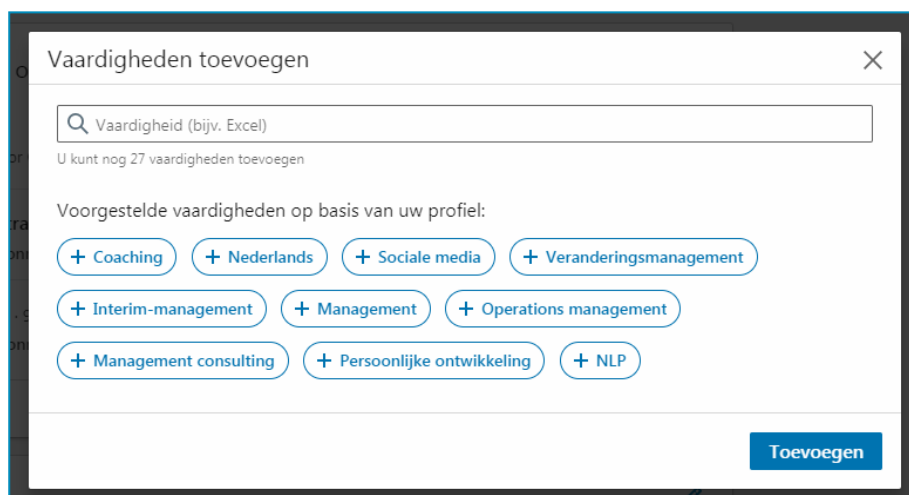
HOE VOEG JE VAARDIGHEDEN AAN JE EIGEN PROFIEL TOE?

Ga in je eigen profiel staan bij **VAARDIGHEDEN EN ONDERSCHRIJVINGEN** en ga naar **NIEUWE VAARDIGHEID TOEVOEGEN**.



LinkedIn heeft op basis van de inhoud van jouw LinkedIn profiel (afhankelijk van wat je daar aan informatie op hebt gezet) al een aantal vaardigheden aan je LinkedIn profiel toegevoegd.

LinkedIn doet ook suggesties in blauw met een plusje.



Als er een keuze tussen zit, die voor jou van toepassing is, dan klik je op het 'plusje' en daarna op de knop **TOEVOEGEN**. Deze suggesties van LinkedIn staan nog niet op je profiel. Dus je kunt ervan op aan dat je geen dubbele vaardigheden in je profiel krijgt als je deze toevoegt.

Wil je zelf een vaardigheid toevoegen, dan klik je boven in **VAARDIGHEDEN** in de zoekbalk na het vergrootglas en begin te typen. Heb je één vaardigheid ingetypt, ga dan naar de blauwe knop **TOEVOEGEN**.

LET OP: een vaardigheid bestaat hooguit uit twee of drie woorden, dus geen hele zinnen gebruiken. Een goed voorbeeld is: 'interim management'.

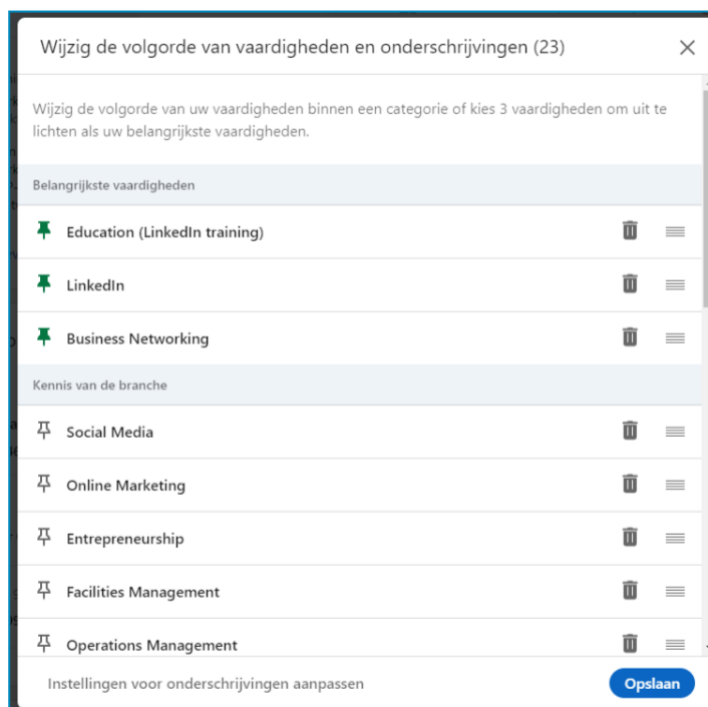
Je kunt op deze manier tot 50 vaardigheden aan je LinkedIn profiel toevoegen.

Vind je het lastig om zelf vaardigheden te verzinnen, neem dan eens een kijkje in profielen van collega's. Daar kom je vast de juiste vaardigheden tegen. Of als je werkzoekend bent, check betaalde vacatures op LinkedIn.

Ook de zogenaamde competenties kunnen als vaardigheid opgenomen worden, bijvoorbeeld enthousiast, accuraat, doortastend.

KUN JE VAARDIGHEDEN VERWIJDEREN? HOE KUN JE DE VOLGORDE VAN DE VAARDIGHEDEN BEÏNVLOEDEN?

Ga in je eigen profiel staan bij **VAARDIGHEDEN EN ONDERSCHRIJVINGEN** en ga naar het **PEN-ICOON**.



In de rechterkolom heb je de **PRULLENBAK** waarmee je vaardigheden kunt verwijderen.

LET OP: als je een vaardigheid verwijdert, ben je ook de onderschrijvingen kwijt.

Rechts van de prullenbak heb je **VIJF STREEPJES**.

Hiermee kun je door met je linkermuisknop erop te klikken en vast te houden de volgorde van die vaardigheid naar boven of naar beneden brengen.

De eerste drie vaardigheden hebben een groen pinnetje. Alle andere vaardigheden hebben een wit pinnetje. Als je een van de bovenste drie groene pinnetjes wil aanpassen, dan klik je met je linker muis eerst op het groene pinnetje die je niet meer in de kop wil hebben. Deze wordt dan wit en krijgt een andere plek tussen de andere witte pinnetjes. Nu is er ruimte voor een vaardigheid met een wit pinnetje om groen te worden. Klik op de vaardigheid van je keuze en klik er met je linkermuisknop op. Nu is het pinnetje groen geworden en wordt op plek 3 geplaatst. Het kan zijn dat je

de volgorde nog wil aanpassen. Lees in de vorige alinea op deze pagina hoe het werkt.

Realiseer je dat mensen gemakkelijk zijn; de meeste zullen de bovenste drie vaardigheden in jouw profiel aanklikken. Dus het is slim om regelmatig de volgorde van je vaardigheden aan te passen. Zo kom je aan een volle galerij met ambassadeurs voor jouw vaardigheden.

Welke instellingen heb je voor **VAARDIGHEDEN?**

In de afbeelding hierboven zie je helemaal onderaan de pagina links van de knop de knop **OPSLAAN** staan **INSTELLINGEN VOOR ONDERSCHRIJVINGEN AANPASSEN**. Daarmee kun je instellen of je wel of niet onderschreven wil worden.

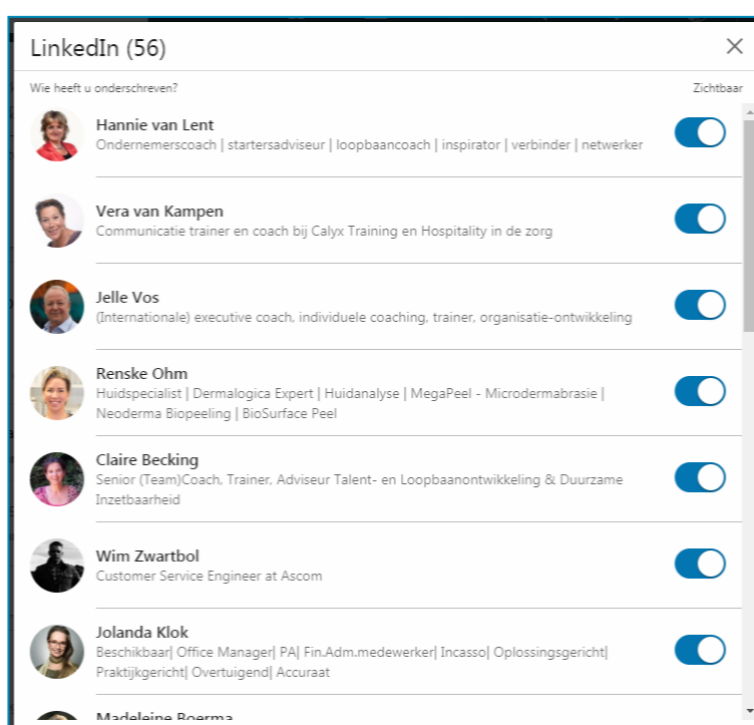
Er zijn 3 instellingen die je van JA op NEE kunt zetten:

- ✓ Ik wil worden onderschreven
- ✓ Vermeld mij in de suggesties voor onderschrijvingen van mijn connecties
- ✓ Geef suggesties voor het onderschrijven van mijn connecties weer

Als je deze schuifjes, die standaard aan staan, zo laat staan heb je maximale zichtbaarheid. Aan jou de keuze.

HOE KUN JE ZIEN WIE JOUW VAARDIGHEDEN HEEFT ONDERSCHREVEN?

Als je op een van jouw eigen **VAARDIGHEDEN** klikt met je linker muis, dan zie je precies wie je heeft onderschreven. Je kunt per persoon besluiten of je die persoon zichtbaar wil hebben als onderschrijver van die vaardigheid of niet. Door erop te klikken, gaat het rondje van groen (**ZICHTBAAR**) naar grijs (**VERBORGEN**).



9. GROEPEN: MAG IK ERBIJ?

Wat is een groep op LinkedIn? Eigenlijk is een groep een digitale community op LinkedIn waar je lid van kunt worden. Leden kunnen elkaar berichten sturen zonder dat ze met elkaar een 1^e graad connectie hebben. Je kunt in een groep als lid een gesprek voeren met de andere leden van deze community of een gratis vacature plaatsen.

Bij LinkedIn mag je lid worden van maximaal 100 groepen. Bedenk je wel dat het veel tijd kost om al deze groepen te volgen. Je kunt misschien in het begin beter kiezen voor een paar groepen die je aanspreken om er actief ervaring mee op te doen.

§ 9.1 GROEP ZOEKEN

Begin met het maken van een lijstje van groepen waar je bij zou willen horen. Er zijn heel veel soorten groepen waar je lid van kunt worden. Een aantal voorbeelden:

- ✓ Woonplaats
- ✓ Regio
- ✓ Provincie
- ✓ Nationaal of Internationaal
- ✓ Vakgebied/ branche
- ✓ Bedrijf
- ✓ Ex-werkgevers
- ✓ Alumni (studiegenoten)
- ✓ Hobby

Je kunt het zo gek niet bedenken of er is in de 18 jaar dat LinkedIn bestaat al wel een groep aangemaakt. Je kunt beginnen met je woonplaats, regio of provincie.

Ben je op zoek naar werk, dan zijn er ook vele plaatselijke of regionale en branche gerichte groepen waar vacatures worden gedeeld.

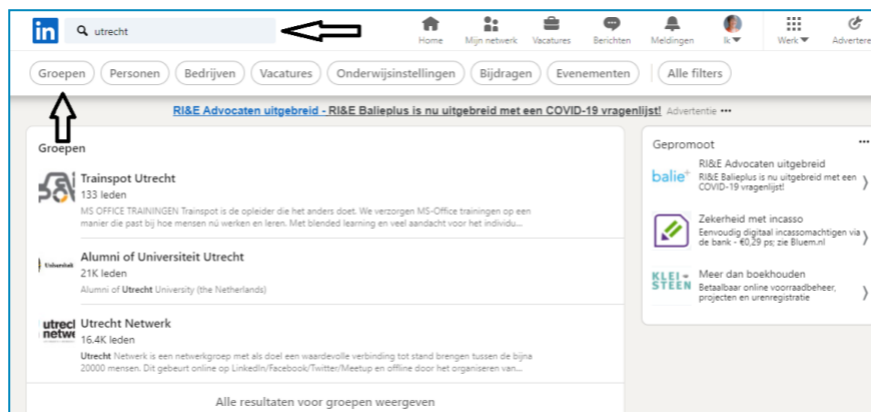
Denk na over welke hobby's je hebt. Op welke opleidingen heb je gezeten? Veel opleidingen hebben inmiddels **GROEPEN** voor oud-leerlingen of ex-studenten (alumni). Voor welke bedrijven heb je gewerkt? Veel grotere bedrijven hebben **GROEPEN** van oud-werknemers. Leuk om je oud-collega's weer digitaal terug te zien. Wat is je professie? Van welke vakverenigingen ben je lid? Van welke netwerkorganisaties (kunnen ook sportclubs e.d. zijn) ben je lid? Of van welke verenigingen? Wie zijn je potentiële klanten? In welke branche werk je of wil je gaan werken?

Misschien ben je lid van een brancheorganisatie die een eigen groep heeft en waar je bij aan kunt sluiten.

Kijk op profielen van relaties bij INTERESSES ook naar de groepen waar zij lid van zijn. Het kan zo maar zijn dat je daar een interessante groep vindt waar je bij zou willen

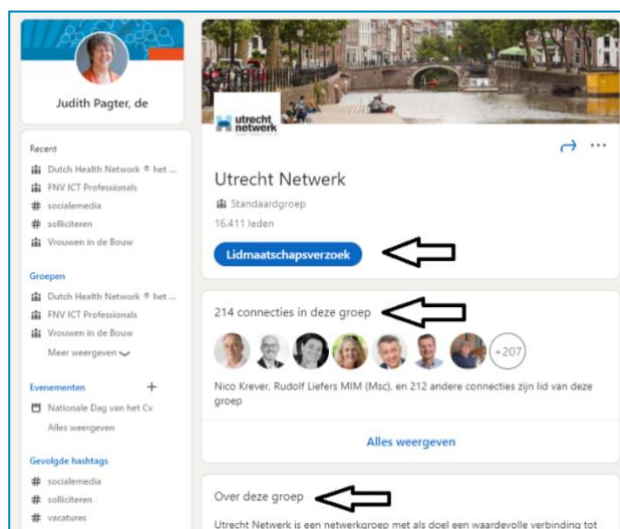
Bekijk ook profielen van mensen waarmee je gelinkt bent. Dat brengt je vaak op waardevolle ideeën waar je misschien zelf niet aan zou hebben gedacht. Groepen vind je terug onder **INTERESSES** helemaal onder aan het profiel. Je hoeft niet met iemand gelinkt te zijn om daar een kijkje te nemen!

Als je deze lijst hebt samengesteld, ga je in je profiel naar de zoekbalk boven in de menubalk en type je bijvoorbeeld “Utrecht” in. Klik op **ENTER** en ga op de witte zoekbalk onder de menubalk naar **GROEPEN**.

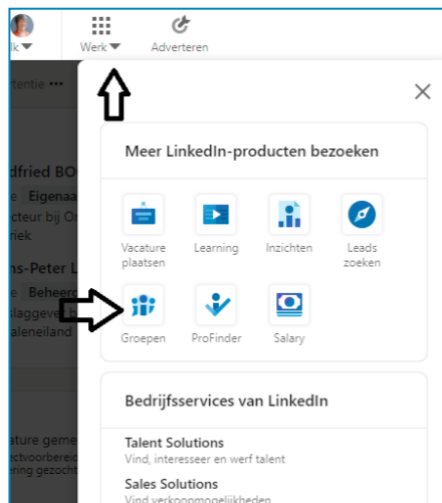


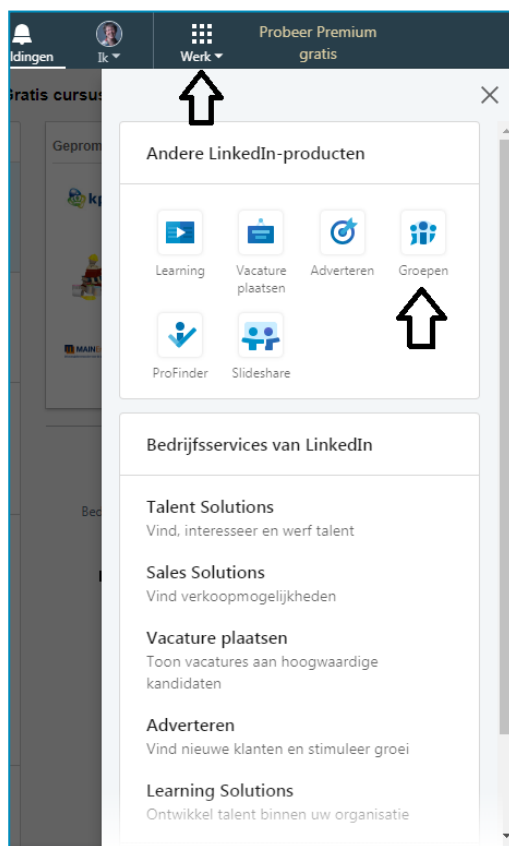
LinkedIn laat je alle mogelijkheden zien met een korte omschrijving van de verschillende groepen waar UTRECHT in voor komt.

Als je op een van de groepen klikt dan zie je wie er eigenaar is van de groep en wie beheerder en je ziet meteen een aantal van jouw 1^e graad connecties die al lid zijn van deze groep (als dat het geval is, anders zie je alleen de beheerders). In het midden vind je een korte beschrijving over de groep. Onder de titel van de groep vind je de optie **LIDMAATSCHAPSVERZOEK**.



Als je op de knop **LIDMAATSCHAPSVERZOEK** klikt, wordt er een bericht aan de groepsbeheerders gestuurd ter goedkeuring. Soms duurt het even voordat je toegelaten wordt. Als je toegelaten bent, vind je de groepen waarvan je lid bent terug onder **WERK** (op de zwarte menubalk) en dan **GROEPEN**:





Je kunt op LinkedIn twee soorten groepen aanmaken als beheerder: **STANDAARD GROEP** of **VERBORGEN GROEP**.

De belangrijkste verschillen tussen **STANDAARD**- en **VERBORGEN** groepen zijn het gemak waarmee een groep in de zoekresultaten gevonden kan worden en de mogelijkheid van groepsleden om hun 1^e graad connecties uit te nodigen lid te worden. **STANDAARD** groepen kunnen door alle leden worden gevonden. **VERBORGEN** groepen kunnen niet worden gevonden door zoekmachines en alleen de eigenaar kan anderen uitnodigen om lid te worden.

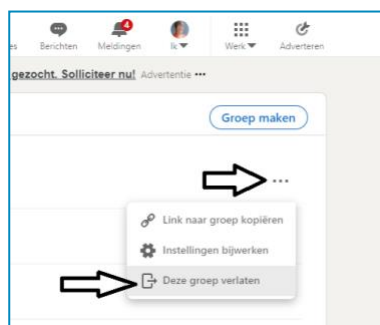
§ 9.2 VOORDEEL VAN EEN GROEP

Wat is het voordeel om je aan te melden bij **GROEPEN**?

- ✓ Door in gesprek te gaan met leden van de groep en zelf een vraag te stellen, krijg je interactie met andere leden.
- ✓ Door zelf vragen te beantwoorden in het discussieforum win je niet alleen aan zichtbaarheid, maar heb je ook kans je expertise te tonen. Let erop dat je de vragen correct beantwoordt en maak er geen verkooppraatje van. Veel leden zijn allergisch voor sales. Ga niet jezelf promoten, maar laat je klanten dat doen.
- ✓ Je kunt de **PROFIELEN** van de andere leden, die lid zijn van deze groep, zien. Hiermee heb je toegang tot andere LinkedIn leden die nog niet in jouw netwerk zitten.
- ✓ Je kunt direct contact opnemen met de andere leden van de groep door ze een **BERICHT** te sturen. Je hebt geen gegevens nodig om te kunnen linken.
- ✓ Wellicht kun je bij vragen relaties uit jouw netwerk aanbevelen of kunnen anderen jou aanbevelen in een discussie.

§ 9.3 GROEP VERLATEN

Wil je uit een **GROEP** stappen, ga dan naar **WERK** en dan naar **GROEPEN** en ga naar de **GROEP** waar je uit wil stappen. Ga naar **... (DRIE PUNTJES)** rechts van de naam van de groep (zie blokpijl) en kies voor de optie **DEZE GROEP VERLATEN**. Klik erop en je hebt de groep verlaten.



§ 9.4 START JE EIGEN GROEP

Vind je niet wat je zoekt op LinkedIn, dan kun je overwegen je eigen groep te starten. Je hebt als **EIGENAAR/ GROEP MANAGER** een eigen status en het vergroot je zichtbaarheid. Vergeet niet dat het ook tijd kost om een dergelijke groep te onderhouden. Bovendien heb je een bepaalde groeps grootte nodig voor spontane interactie. Anders moet het allemaal bij jou vandaan komen. Ongeveer 1 op de 10 leden is actief.

Realiseer je dat 10% van de leden in een groep reageren en dat 90% passief vanaf de zijlijn meekijkt, maar niet reageert.

De overige leden kijken toe. Mijn persoonlijke ervaring is dat zodra een groep boven de 1.000 leden komt, er voldoende interactie vanuit de leden is en ontstaat er een levendige groep. Realiseer je dit voordat je aan een groep begint.

Bepaal ook van tevoren het doel van de groep. Als je als bedrijf een groep gaat starten en daarin worden alleen producten en diensten aangeprezen, dan is het snel gedaan met de interactie in de groep. Dan kun je beter een bedrijfspagina aanmaken. Die zijn hiervoor bedoeld. Check §5 voor alle informatie over het maken en gebruiken van een bedrijfspagina.

Maak bewust een keuze voor een **STANDAARD GROEP** of een **VERBORGEN GROEP**.

Lees in de laatste alinea van § 9.1 wat het verschil is tussen **STANDAARD** en **VERBORGEN GROEPEN**.

Je maakt een **GROEP** als volgt aan. Ga in je LinkedIn profiel op de menubalk naar **WERK**, dan naar **GROEPEN**. Rechts bovenin de zie je **GROEP MAKEN**. Klik op deze knop en vul onderstaande gegevens in:

The screenshot shows a 'Groep maken' (Create Group) form with the following fields:

- Groepsnaam***: A text input field with the placeholder 'Geef de groep een naam' and a character count of '0/100'. A small asterisk indicates it is a required field.
- Beschrijving***: A text input field with the placeholder 'Wat is het doel van uw groep?' and a character count of '0/2000'. A small asterisk indicates it is a required field.
- Bedrijfstak (maximaal 3)**: A button labeled 'Bedrijfstak toevoegen +'.
- Locatie**: A text input field with the placeholder 'Voeg een locatie aan uw groep toe'.
- Groepsregels**: A text input field with the placeholder 'Zet de toon en verwachting voor uw groep'.

A 'Maken' button is located at the bottom right of the form.

Het invullen van de velden wijzen zich vanzelf. Velden met een sterretje zijn verplicht. Als je klaar bent met het invullen klik dan op de knop **MAKEN**.

§ 9.5 VERWIJDEREN VAN GROEPEN

Alleen een groeipseigenaar kan een groep verwijderen. Voer deze actie uit op de PC. Indien jij de groeipseigenaar bent, handel dan als volgt:

- ✓ Navigeer naar de Home-pagina van uw **GROEP**.
- ✓ Klik op de groep die je wil verwijderen.
- ✓ Klik op het pictogram **BEWERKEN** (het pennenetje) rechts van de groepsnaam.
- ✓ In het venster dat verschijnt, klik je linksonder op **DEZE GROEP VERWIJDEREN**.

- ✓ Klik op **GROEP VERWIJDEREN** om de actie te bevestigen.

LET OP: verwijderen van een groep is een definitieve actie. Na het verwijderen kunnen groepen niet opnieuw worden geopend.

LinkedIn raad je aan om voordat je een groep gaat verwijderen eerst de leden hiervan in kennis te stellen.

§ 9.6 INSTELLINGEN IN GROEPEN

In deze paragraaf wil ik twee van de instellingen voor groepen onder de aandacht brengen:

1. Meldingen instellen voor groepen

Hoe doe je dat?

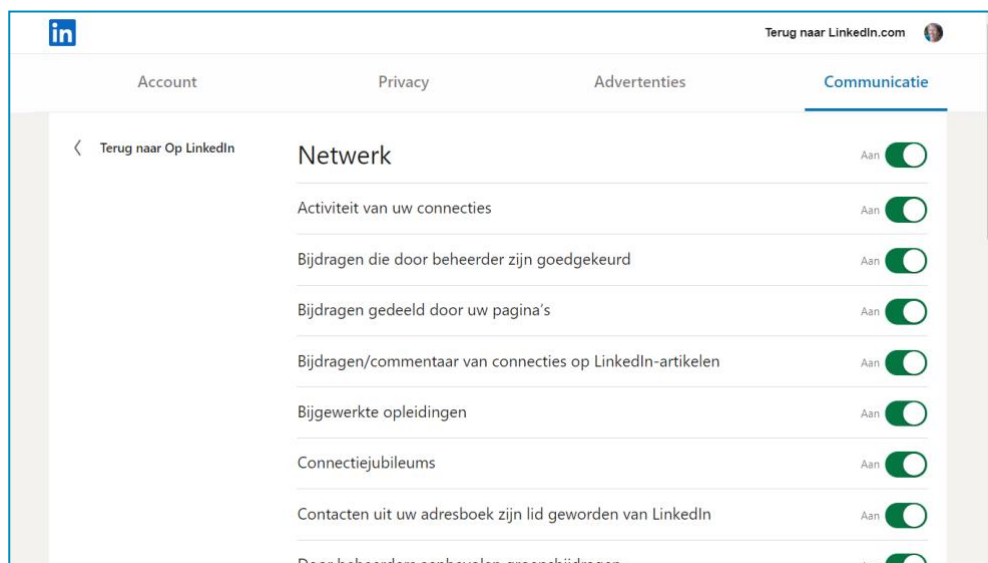
Ga in de menubalk van je LinkedIn profiel naar **INSTELLINGEN EN PRIVACY**, daarna naar **COMMUNICATIE | OP LINKEDIN | NETWERK**.

Standaard staan onderstaande opties op AAN:

- ✓ Activiteit van uw connecties
- ✓ **Bijdragen die door beheerder zijn goedgekeurd**
- ✓ Bijdragen gedeeld door uw pagina's
- ✓ Bijdragen/commentaar van connecties op LinkedIn-artikelen
- ✓ Bijgewerkte opleidingen
- ✓ Connectiejubileums
- ✓ Connecties zullen deelnemen aan evenementen waarvoor u bent uitgenodigd of waarvoor u uw deelname al hebt bevestigd

- ✓ Contacten uit uw adresboek zijn lid geworden van LinkedIn
- ✓ **Door beheerders aanbevolen groepsbijdragen**
- ✓ Evenementen die mijn connecties bijwonen
- ✓ Functiewijzigingen in uw netwerk
- ✓ Geaccepteerde connectieverzoeken
- ✓ **Goedgekeurde lidmaatschapsverzoeken voor groepen**
- ✓ **Groepsbijdragen gedeeld door leden**
- ✓ **Groepsbijdragen met reacties**
- ✓ **Groepsbijdrage voor beheerders**
- ✓ **Groepsuitnodigingen**
- ✓ Herinneringen voor evenementen
- ✓ Herinneringen voor evenementen die op het punt staan te beginnen
- ✓ **Lidmaatschapsverzoeken voor groepen**
- ✓ Live video gaat beginnen
- ✓ Nieuwe volgers op uw pagina's
- ✓ Uitnodigingen voor nieuwsbrieven
- ✓ Updates van uw nieuwe connecties
- ✓ Verjaardagen in uw netwerk
- ✓ Werkjubileums in uw netwerk

Door op het groene deel van het vlakje bij **AAN** te klikken, wordt het grijs en staat het **UIT**.

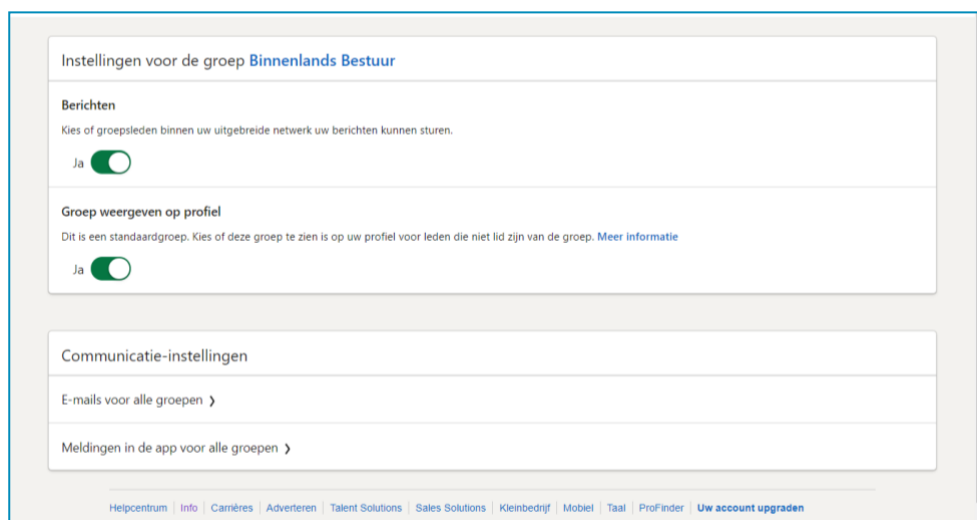


2. Instellingen aanpassen voor groepen

Hoe doe je dat?

Ga in de menubalk naar **WERK** en selecteer **GROEPEN**. Klik op een groep van je keuze. Kies bovenaan bij de 3 puntjes achter de naam van de groep voor de optie:

INSTELLINGEN BIJWERKEN.



Je kunt de volgende instellingen aanpassen (standaard staan deze op **JA**):

✓ **BERICHTEN**

Kies of groepsleden binnen uw uitgebreide netwerk u berichten kunnen sturen.

✓ **GROEP WEERGEVEN OP PROFIEL**

Kies of deze groep te zien is op uw profiel voor leden die niet lid zijn van de groep.

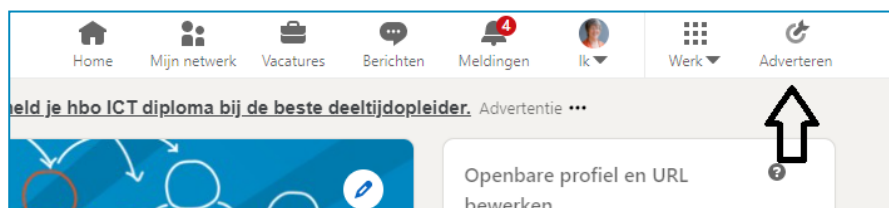
10. WAT KUN JE NOG MEER MET LINKEDIN

Onder de knop **WERK** in de menubalk van LinkedIn, vind je een heel aantal opties, waaronder:

- ✓ **VACATURE PLAATSEN**: hier kun je als bedrijf een betaalde vacature plaatsen. Prijzen fluctueren al naar gelang tijdsduur en de regio.
- ✓ **LEARNING**: zoek cursussen of bekijk cursussen die populair zijn in jouw branche. (is op dit moment alleen in het Engels beschikbaar).
- ✓ **INZICHTEN**: hiermee kom je in het programma Talent Solutions waarmee je als bedrijf o.a. vacatures kunt plaatsen of carrière pagina's kunt maken en inzichten krijgt in de strategische keuzes aangaande personeel (is op dit moment alleen in het Engels beschikbaar).
- ✓ **LEADS ZOEKEN**: hiermee kom je terecht bij het Premium account voor Sales Navigator om leads te kunnen genereren. Check § 5.3 voor meer informatie.
- ✓ **GROEPEN**: check § 9.
- ✓ **PROFINDER**: zoek de beste lokale freelancers. (is op dit moment alleen in het Engels beschikbaar).
- ✓ **SALARY**: zoek een functie en LinkedIn geeft indicatie van salarissen.

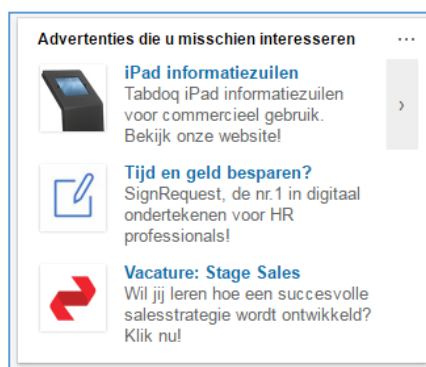
Hieronder wordt de optie **ADVERTEREN** uitgelegd.

§ 10.1 ADVERTEREN



Je kunt via LinkedIn kleine tekstadvertenties maken die bij de door jou gewenste doelgroep rechts in het profiel verschijnen. Op bijna alle pagina's op LinkedIn kun je advertenties terugvinden (behalve in Vacatures en in Groepen).

Hoe zo'n tekstadvertentie eruitziet, zie je op onderstaand plaatje:



Je komt als je op **ADVERTEREN** klikt in de module **CAMPAGNEBEHEER** terecht waar – nadat je die hebt ingevuld, kiest voor de tweede optie (als je kiest voor tekstadvertentie). Eerst maak je een LinkedIn advertentieaccount aan en daarna kun je aan de slag. In [deze link](#) naar het LinkedIn Helpcentrum lees je precies hoe je de advertentie opmaakt:

Met dank aan het Helpcentrum van LinkedIn!

Klik op [deze link](#) om de mogelijkheden van adverteren te ontdekken.

§ 10.2 BEVEILIGING

LinkedIn is een internetapplicatie. Dus het is verstandig om je wachtwoorden zorgvuldig te kiezen en regelmatig (4x per jaar) van wachtwoord te wisselen.

Je kunt op LinkedIn een dubbele beveiliging instellen door via **HOME | INSTELLINGEN & PRIVACY | AANMELDING EN BEVEILIGING | ACCOUNTVOORKEUREN | DUBBELE VERIFICATIE** je mobiele telefoonnummer op te geven. Dan krijg je via SMS een verificatiecode toegestuurd. Als je die code bevestigt, dan wordt de dubbele beveiliging actief.

§ 10.3 SOCIAL SELLING

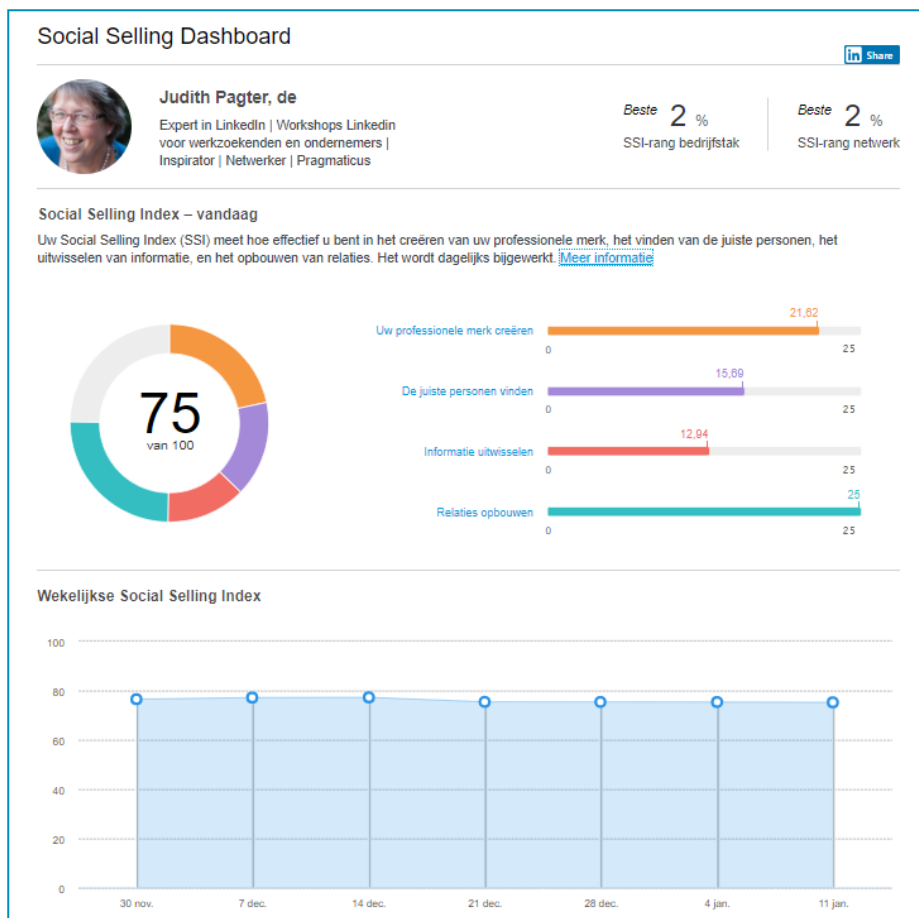
LinkedIn heeft een tool ontwikkeld (Social Selling Index (SSI) waarmee je kunt berekenen wat jouw persoonlijke score op LinkedIn is op de schaal van 1 tot 100. Wil je zie hoe effectief jij op LinkedIn bent, klik dan op [deze link](#).

En klik op **GET YOUR SCORE FREE** om te zien wat jouw Social Selling Index is.

Verscheidene gegevens die aan jouw LinkedIn-account zijn gekoppeld, worden gebruikt om je SSI-score te berekenen. Hieronder vallen de volgende gegevens:

1. Gegevens over jouw professionele merk
 - ✓ De volledigheid van jouw LinkedIn-profiel, waaronder de onderschrijvingen die je hebt ontvangen
 - ✓ Artikelen die je hebt gepubliceerd en het aantal volgers van die artikelen
2. Gegevens over jouw relaties
 - ✓ Connecties
 - ✓ Het acceptatiepercentage van jouw connectieverzoeken
3. Gegevens over jouw betrokkenheid bij LinkedIn
 - ✓ Deelt, markeringen als interessant, commentaren en opnieuw gedeeld
 - ✓ Verzonden berichten en het responspercentage
 - ✓ Groepen waarvan je lid bent geworden en jouw activiteiten binnen groepen
4. Gegevens over jouw gebruik van LinkedIn om prospects te vinden
 - ✓ Zoekopdrachten personen
 - ✓ Profielweergaven
 - ✓ Dagen actief

De SSI-index kun je alleen zelf bekijken. Ben je nieuwsgierig hoe die er van mij uitziet?



11. STRATEGIE

§ 11.1 STRATEGIEËN VOOR HET VINDEN VAN EEN NIEUWE BAAN

Om je kans op een nieuwe baan via LinkedIn te vergroten, kun je een aantal dingen doen:

PROFIEL

- ✓ Zorg ervoor dat je profiel er goed uitziet: een aansprekende achtergrondfoto, een goede professionele foto van je gezicht, ten minste drie goede inhoudelijke aanbevelingen en zet in **KOPREGEL** onder je naam waar je naar op zoek bent: “beschikbaar per..., als (functie)...., regio...”.
- ✓ Beschrijf je droombaan in **INFO** en vergeet niet een prettig leesbaar stukje over jezelf te schrijven. Let op dat alleen de eerste paar regels van de **INFO** meteen leesbaar zijn. Om de rest van de tekst te lezen, moet je klikken op “**meer weergeven**”. En heel belangrijk om in de laatste regel van de samenvatting je e-mailadres en/of je telefoonnummer toe te voegen, zodat een potentiële nieuwe werkgever contact met je kan opnemen. Je hebt maximaal 2.600 karakters.
- ✓ Zorg dat je **VAARDIGHEDEN** zijn ingevuld. En geef onderschrijvingen van vaardigheden in je netwerk weg, zodat je connecties ook jou gaan onderschrijven voor de belangrijkste vaardigheden. Zet die dus bovenaan!
- ✓ Stel je profiel zo in dat je recruiters laat weten dat je beschikbaar bent voor carrièrekansen. Hoe doe je dat? Ga naar **IK | PROFIEL WEERGEVEN | ONDER JE WOONPLAATS KLIK JE OP: BESCHIKBAAR VOOR WERK**. Vul de vakjes in.

- ✓ Maak gebruik van de functionaliteit **#OPENTOWORK** waardoor je een opvallende groene band onderaan je persoonlijke foto krijgt zodat iedereen meteen ziet dat je beschikbaar bent. Kijk in § 3.12 voor de instructies.
- ✓ Ga naar **IK | INSTELLINGEN EN PRIVACY**. Ga daarna naar de knop **GEGEVENS PRIVACY** en dan naar **VOORKEUREN VOOR HET ZOEKEN NAAR EEN BAAN | UW PROFIEL DELEN ALS U OP SOLLICITEREN KLIKT**. Als je via **VACATURES** in de menubalk zoekt en wil solliciteren, dan wordt als deze knop geactiveerd is, jouw LinkedIn profiel als sollicitatie doorgestuurd aan degene die de advertentie heeft geplaatst. Moet je wel alles van tevoren goed gecheckt hebben en je **INFO** als motivatie hebben aangepast.

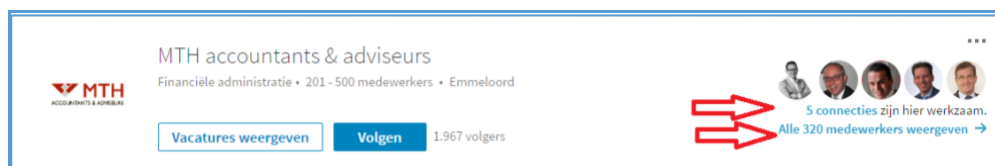
✓ JE PROFIEL AANKLEDEN

Je kunt met de knop **PROFIELONDERDEEL TOEVOEGEN** (links onder je naam) aan je LinkedIn profiel nieuwe kopjes toevoegen die van belang zijn om jezelf nog beter te profileren, bijvoorbeeld onder **PRESTATIES**.

✓ NETWERK UITBREIDEN

Probeer je netwerk uit te breiden met contacten die je kent via **MIJN NETWERK** en **MENSEN DIE U MISSCHIEN KENT** en/of via **GROEPEN** (berichten sturen) en/of via **BEDRIJVEN** (benader contacten die daar werken of activeer **ALLE ... MEDEWERKERS WEERGEVEN** om via je netwerk je te laten introduceren bij de juiste medewerker).

Zorg voor een kwalitatief goed en uitgebreid netwerk op LinkedIn waarop je kunt terugvallen. Immers 70% van de vacatures wordt ingevuld via het netwerk!



Kijk voor een beschrijving in **§ 7.2 EEN CONNECTIE MAKEN**.

DEFINITIE

- ✓ Maak een definitie van waaraan je nieuwe baan moet voldoen: bedrijfstak, regio of plaats, functie en ga eens zoeken op **PERSONEN** en gebruik de filters in de witte balk meteen onder de hoofdmenubalk. Kijk eens welke mensen op deze functies zitten. Misschien ken je er een aantal van en kun je met ze in gesprek raken.

GROEPEN

- ✓ Word lid van lokale/regionale LinkedIn groepen en ga op zoek naar leden die bij bedrijven werken waar jij zou willen werken.
- ✓ Word lid van groepen in jouw beroepscategorie en kijk wie daar lid zijn en bij welke bedrijven ze werken. Wellicht zitten er bekenden tussen met wie je contact zou kunnen opnemen.
- ✓ Check regelmatig **VACATURES** in **GROEPEN**. Die zijn gratis en daar wordt door bedrijven veel gebruik van gemaakt.
- ✓ Er zijn veel groepen die vacatures verzamelen. Zoek een regionale groep bijvoorbeeld Flevoland en type daarachter “vacatures”. Dan vind je de groep **VACATURES IN FLEVOLAND**. Zo zijn er veel van dit soort groepen. Meld je als lid aan. Zo blijf je op de hoogte.

BEDRIJVEN

- ✓ Ga via bedrijven op zoek naar bedrijven waar jij zou willen werken en word volger. Zo word je op de hoogte gehouden van wat daar speelt.
- ✓ **LET OP:** te allen tijde is voor iedereen zichtbaar onder in je persoonlijke profiel bij **INTERESSES** welke bedrijven je volgt. Denk daar van tevoren over na bijvoorbeeld omdat je huidige werkgever nog niet op de hoogte is van je plannen om op zoek te gaan naar een andere baan!

VACATURES

- ✓ Kijk regelmatig in **VACATURES** op LinkedIn. Dit zijn door werkgevers geplaatste betaalde advertenties waar mogelijk banen voor jou voorbijkomen. Kijk hoe

je een connectie hebt met degene die deze vacature heeft geplaatst en of er wellicht mensen uit je netwerk een 1^e graad verbinding hebben met mensen in dit bedrijf. Dan kun je deze “kruiwagen” mooi gebruiken.

HULP UIT JE NETWERK

- ✓ Zijn er mensen in je netwerk die je zouden kunnen helpen bij het zoeken naar een nieuwe baan? Zo ja, kom met ze in gesprek en vraag hun hulp.

BIJDRAGEN

- ✓ Volg via **HOME** dagelijks de bijdragen van de mensen aan wie je gelinkt bent, daar kan informatie voorbijkomen die interessant voor jezelf of jouw netwerk is. Ook komen daarin voorbij de updates van bedrijven die je volgt. Ook gepromote updates van bedrijven omdat je binnen de door hun aangegeven doelgroep past.

VRAAG

- ✓ Vraag je netwerk om hulp via **HOME** als je ergens wilt binnenkomen, maar het lukt niet (vergeet niet de persoon achteraf te bedanken voor de ingang!).

LINK MET ANDERE BANENZOEKERS

- ✓ Wellicht ben je betrokken bij een reorganisatie en zijn er meer collega's op zoek naar een nieuwe baan. Start een **VERBORGEN GROEP** en deel vacatures in de groep.

GEVEN LOONT!

- ✓ Hou te allen tijde in gedachten dat LinkedIn een netwerkinstrument is. Kom in gesprek met mensen

en vraag hoe jij ze kunt helpen. Dan gaan zij jou ook helpen. Geven loont!

§ 11.2 STRATEGIEËN VOOR HET VINDEN VAN MEER RELATIES

Met een netwerkinstrument als LinkedIn kun je je netwerk uitbreiden en jezelf meer zichtbaar maken. Hieronder vind je een aantal tips die je kunt gebruiken om dat succesvol te laten verlopen.

PROFIEL

- ✓ Zorg dat je profiel er goed uit ziet: passende zakelijke achtergrondfoto, goede professionele foto van je gezicht, omschrijvingen in ervaringsvelden, goede samenvatting met omschrijving van jouw functie en voeg informatie over je bedrijf en jezelf toe, ten minste drie goede inhoudelijke aanbevelingen en zet in **KOPREGEL** onder je naam wat je doet of aanbiedt of welk probleem jij oplost voor jouw klant. Kijk met de ogen van de klant naar jouw profiel. Of vraag de mening van iemand je je kent om eens met een frisse blik naar jouw LinkedIn profiel te kijken. We worden allemaal “blind” voor onze eigen teksten!
- ✓ Zou de klant contact met jou opnemen na lezing van jouw profiel? Vergeet in ieder geval niet je zakelijke telefoonnummer en je e-mailadres in te vullen bij **CONTACTGEGEVENS** en voeg deze ook toe onder aan de **INFO**. Dat is slim omdat je netwerk dan meteen contact met je kan opnemen en niet hoeft te zoeken. Lees in § 6.1 na over instelling **WIE UW E-MAIL ADRES KAN ZIEN?**

OPEN VOOR BEDRIJVEN

- ✓ Laat je netwerk zien dat je open staat voor nieuwe klanten. Check §3.13 voor de instructies.

NETWERK UITBREIDEN

- ✓ Probeer je netwerk uit te breiden met contacten die je kent via **MIJN NETWERK** en **AANVEVOLEN VOOR U** en/of via **GROEPEN** (berichten sturen) en/of via **BEDRIJVEN** (benader contacten die daar werken of activeer **ALLE ... MEDEWERKERS WEERGEVEN** om via je netwerk je te laten introduceren bij de juiste medewerker).

OFFLINE

- ✓ Vraag vanaf nu aan iedereen die je ontmoet en waarmee je een gesprek hebt of zij ook op LinkedIn zitten en of je mag linken. Zo kom je in een nieuw netwerk en kun je in hun connecties zien of er voor jou interessante contacten tussen zitten, waaraan je voorgesteld kunt worden.

AANBEVELING

- ✓ Vraag regelmatig aan tevreden klanten/relaties om nieuwe aanbevelingen. Zo laat jij je netwerk weten dat jij tevreden klanten/relaties hebt. Zie voor een uitgebreide omschrijving § 8.1.

DEFINITIE

- ✓ Maak een definitie waaraan je nieuwe relaties moeten voldoen: bedrijfstak, regio, functie en ga eens zoeken via **PERSONEN** met gebruikmaking van **FILTERS**. Kijk eens welke mensen op deze functies zitten. Misschien ken je er een aantal van en kun je met ze in gesprek raken.

Zorg regelmatig voor nieuwe aanbevelingen. Zo laat jij je netwerk weten dat je relaties tevreden zijn over wat je doet.

GROEPEN

- ✓ Word lid van lokale/ regionale/ landelijke/ internationale LinkedIn-groepen en ga op zoek naar leden die bij bedrijven werken waar jij mee in contact zou willen komen.
- ✓ Word lid van groepen in jouw beroepscategorie en kijk wie daar lid zijn en bij welke bedrijven ze werken. Wellicht zitten er bekenden tussen met wie je contact zou kunnen opnemen.
- ✓ Kijk in profielen van je relaties en doe suggesties voor interessante groepen op. Kijk bij **INTERESSES** onderaan het profiel.
- ✓ Kijk in de profielen van je huidige klanten van welke groepen zij lid zijn.

DISCUSSIES

- ✓ Luister naar wat er allemaal wordt gevraagd in discussies in groepen.
- ✓ Probeer mensen uit jouw netwerk aan te bevelen als daar aanleiding voor is.
- ✓ Plaats regelmatig zelf een discussie. Dat is goed voor je zichtbaarheid.
- ✓ **LET OP:** een discussie is niet reclame voor jezelf maken. Ik zie dat te vaak gebeuren in groepen. Een gesprek starten, vergt “andersom denken”. Bedenk een stelling of stel een vraag naar aanleiding van een blog en vraag de mening van de leden van de groep. Kortom voeg waarde toe in plaats van jezelf op de voorgrond te zetten en te verkopen.

Lees mijn blog [Reclame in groepen op LinkedIn](#) hierover.

VOLG BEDRIJVEN

- ✓ Ga via bedrijven op zoek naar bedrijven die jij als klant zou willen hebben en word volger. Zo word je op de hoogte gehouden van wat daar speelt.

Te allen tijde is voor iedereen zichtbaar onder in je persoonlijke profiel welke bedrijven je volgt. Denk daar van tevoren over na! De concurrentie kijkt mee!

HOME - BIJDRAGE

- ✓ Volg via **HOME** dagelijks de bijdrages van de mensen aan wie je gelinkt bent, daar kan informatie voorbijkomen die interessant voor jou is of voor je netwerk.
- ✓ Vraag je netwerk om hulp via **HOME | BIJDRAGE** bijvoorbeeld als je ergens wilt binnenkomen, maar het lukt niet (vergeet niet de persoon achteraf te bedanken voor de ingang!).
- ✓ Plaats regelmatig via **HOME** een **BIJDRAGE** om je netwerk op de hoogte te houden van waar jij mee bezig bent.

Sinds LinkedIn in **HOME** de tijdlijn hanteert zoals in Twitter posten mensen de hele dag door updates. Wees spaarzaam, maar wel met regelmaat. Plaats waardevolle content dat door je connecties wordt gelezen en waar interactie op komt (interessant, commentaar, delen).

- ✓ Schrijf met enige regelmaat een **ARTIKEL** en publiceer deze via LinkedIn. Vergeet niet tags en ook #’s toe te voegen. Deze artikelen blijven allemaal op je profiel zichtbaar. Hiermee kun jij je expertstatus verhogen.

- ✓ Reageer op **BIJDRAGEN** van jouw 1^e graad connecties. Plaats een opmerking (**COMMENTAAR**) of vind het **INTERESSANT**. Overigens komt met beide opties dit bericht terecht bij jouw 1^e graad connecties.

2E GRAAD CONNECTIES

- ✓ Kijk in het netwerk van je huidige relaties of daar relaties in zitten, waar jij mee in contact zou willen komen. De zogenaamde 2^e graad connecties. Vraag een introductie bij iemand die jij goed kent (1^e graad contact), waarvan jij weet dat deze de introductie wil doen. Je kunt dat doen door jouw 1^e graad contact een bericht te sturen.

Het spreekt vanzelf dat de kwaliteit van jouw netwerk en die van jouw contact goed moet zijn, anders kan er geen succesvolle introductie tot stand komen.

JOUW PROFIEL GEZIEN?

- ✓ Controleer regelmatig wie er op jouw profiel zijn geweest via **HOME** of via **IK | PROFIEL WEERGEVEN** en dan onder Uw Dashboard zie je hoeveel personen op je profiel hebben gekeken (afgemeten over de afgelopen 90 dagen). Je kunt overigens maar 5 personen zien die recent op je profiel gekeken hebben. Wil je er meer zien, dan zul je een betaald abonnement moeten nemen.
- ✓ Kom in gesprek met interessante bezoekers van je profiel die je nog niet kent. Mogelijk hebben zij belangstelling om klant te worden of willen zij met je linken.

BEDRIJFSPAGINA

- ✓ Zorg voor een kwalitatief goede bedrijfspagina met logo en achtergrondfoto. Zorg voor interessante en relevante content in de vorm van updates om je publiek (je volgers) regelmatig van informatie te voorzien. Nodig daarna klanten/relaties uit om je te volgen als bedrijf.

GEVEN LOONT!

- ✓ Houd te allen tijde in gedachten dat LinkedIn een netwerkinstrument is. Kom in gesprek met mensen en vraag hoe jij ze kunt helpen. Dan gaan zij jou ook helpen. Geven loont! Schiet niet in de salesmodus. Dan haken mensen af en zien je al snel als spammer.



Begin met geven.
Geven Loont!

12. NOG EVEN DIT

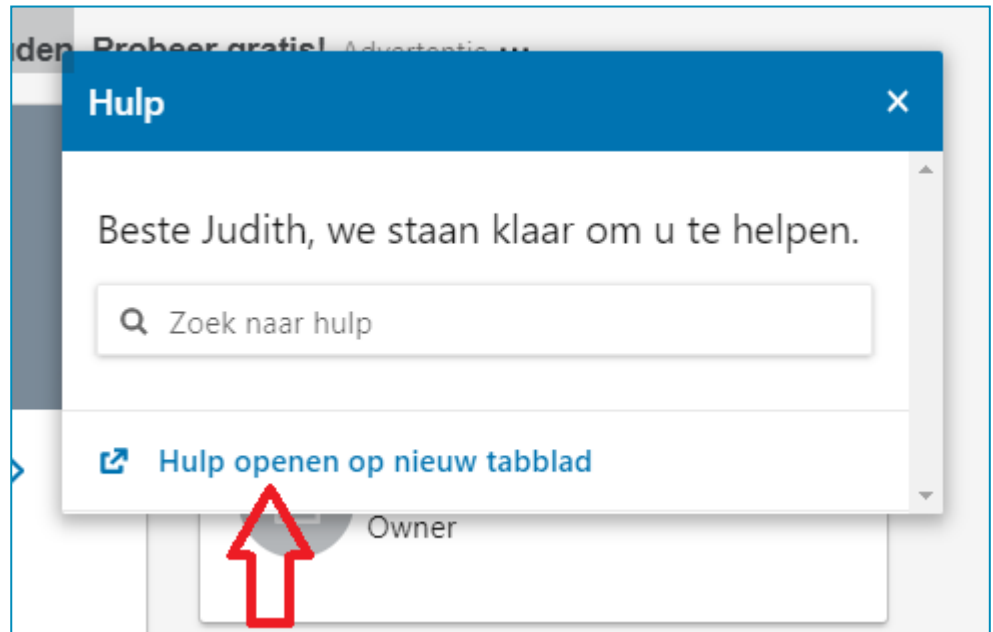
De wereld in van LinkedIn is heel groot en er valt nog heel veel meer te vertellen, maar dit zijn de handvatten voor het opstellen van een goed profiel en een aantal belangrijke tools als **GROEPEN** en **BEDRIJFSPAGINA**. Mocht je meer willen weten, kijk dan in je eigen LinkedIn profiel via **IK** en dan onder **HULP**. Daar kun je woorden intypen van onderwerpen waarover je meer wil weten. Vaak vind je hier antwoord op je vraag.

Vind je daar niet wat je zoekt of heb je voor LinkedIn een technische vraag, dan kun je contact zoeken met het LinkedIn Helpcentrum.

Zorg dat de taal van je profiel in het Nederlands staat. Dat zie je als je **IK** ziet staan op de zwarte menubalk in LinkedIn. Als er **ME** staat, ga dan naar **ME | LANGUAGE** en kies voor **NEDERLANDS**. Klik op het logo van LinkedIn in de zwarte balk om terug te gaan naar het profiel.

Ga naar **IK | HULP**

Klik op **HULP OPENEN OP EEN NIEUW TABBLAD**



Type in de zoekregel bijvoorbeeld **RECHTEN**
BEDRIJFSPAGINA in en druk op **ENTER**.

Nu kun je helemaal naar beneden scrollen en vind je in mini
lettertjes **CONTACT MET ONS OPNEMEN**.

Daarna klik je aan: **WORD DOOR ONS GEHOLPEN**.

Kies bij het onderwerp voor **ANDERS**.

Voeg als voorbeeld onderwerp **RECHTEN**
BEDRIJFSPAGINA IN en scroll naar beneden totdat je ziet
VRAAG EEN TICKET AAN.

Hier vul de vakjes in en je legt uit wat je probleem is. Je kunt
ook bijlagen toevoegen.

Weet ten slotte dat LinkedIn nog steeds volop in beweging
is. Laat dit e-book niet te lang liggen, maar ga er meteen
mee aan de slag!

Wil je op de hoogte blijven van LinkedIn blogs die door mij
geschreven worden? Bezoek dan regelmatig mijn website

www.judithdepagter.nl of schrijf je in voor de [nieuwsbrief](#) via desocialmediatraining.nl met veel slimme social media tips!

VEEL SUCCES!

§ 12.1 NOG EEN PAAR LAATSTE TIPS

- ✓ Maak vooral veel gebruik van LinkedIn.
- ✓ Maak jezelf zichtbaar.

Kijk elke dag op **HOME** en reageer op wat daar gebeurt: een bericht interessant vinden of delen, of via **MELDINGEN** iemand feliciteren met zijn/haar verjaardag, jubileum, nieuwe functie of net behaalde diploma, etc.

- ✓ Vraag aan iedereen die je ontmoet en gesproken hebt of je mag linken en stuur een (persoonlijke) uitnodiging.
- ✓ Controleer elke dag je **BERICHTEN**.
- ✓ Meld je aan bij groepen.
- ✓ Reageer op wat er gebeurt in LinkedIn **GROEPEN**. Draag bij aan gesprekken en geef antwoorden op vragen die gesteld worden. Dat verhoogt je zichtbaarheid en je expert status.
- ✓ Vergeet niet via **HOME | BIJDRAGE** regelmatig (bijvoorbeeld 1x per week) te communiceren.
- ✓ Vergeet niet mensen die je helpen te bedanken. Dat menselijke aspect is belangrijk in deze digitale wereld!

§ 12.2 WIE IS JUDITH DE PAGTER?



Ik ben opgegroeid in een huisartsengezin op het platteland in de jaren zestig. Iedereen in het gezin stond altijd klaar voor de hulpbehoevende zieke mens. Dienstbaar zijn aan mensen was het centrale thema. Als het druk was, sprongen wij waar kon bij. Je zou dus kunnen zeggen dat het dienstbaar zijn mij met de paplepel is ingegoten. Helpen van mensen en ze met elkaar in contact brengen waar mogelijk is, geeft mij een enorme voldoening. Dat is de reden waarom ik het verbinden van mensen via online en offline netwerken middels LinkedIn geweldig vindt. Dat enthousiasme breng ik gepassioneerd op mensen over.

Na 20 jaar in het internationale directiesecretarissevak te hebben gewerkt voor allerlei ondernemingen in binnen- en buitenland, ben ik gestart met een carrièreswitch naar facilitair projectmanagement in 2002. In 2007 heb ik mijn eigen bedrijf Reciproc opgestart. Eerst gericht op facilitair projectmanagement. Toen de huisvestingsmarkt ging krimpen, diende de noodzaak zich aan terug te vallen op andere talenten die ik in mij had. In december 2009 hield ik mijn allereerste lezing over LinkedIn, gevolgd in februari 2010 door mijn workshops LinkedIn voor beginners en gevorderden. Deze workshops geef ik als open inschrijvingsworkshops in Soest. Daarnaast geef ik de workshops ook op maat voor bedrijven en instellingen. In 11 jaar tijd heb ik ruim 5.000 cursisten op praktische wijze geholpen begrip te krijgen voor LinkedIn en kennisachterstanden weg te werken.

Ik geef deze trainingen als zelfstandig LinkedIn-trainer en ben niet verbonden aan de organisatie LinkedIn.

Ook ben ik eigenaar van desocialmediatraining.nl en faciliteer andere zelfstandige trainers op het gebied van social media in het geven van trainingen.

Lees reacties in aanbevelingen (§ 12.3).

VISIE

DESOCIALMEDIATRaining.NL is een netwerkorganisatie op het gebied van social media en online marketing en wil hèt kennisplatform zijn op social media gebied breed, waarbij kwalitatief goede trainers op de hoogte zijn van de laatste razendsnelle ontwikkelingen van social media en deze kennis op heldere, enthousiaste en praktische wijze weten over te brengen in individuele open inschrijftrainingen in het midden van het land en trainingen op maat bij bedrijven.

§ 12.3 JUDITH DE PAGTER AANBEVOLEN

MONIC GROENENDAAL

Dank Judith voor de concrete tips om mijn LinkedIn professioneler te maken. Online via Zoom is dit goed en inspirerend door jou gedaan. Goed binnen de tijd en duidelijke voorbeelden. Monic Groenendaal, Morfosis.

21 april 2020, Monic Groenendaal was een klant van Judith de Pagter

AGNES TIJMEN OP SMEIJERS

De digitale LinkedIn bijeenkomst die ik bij Judith gevolgd heb, was heel helder. Haar aanwijzingen waren onmiddellijk toepasbaar. Haar directe, constructieve feedback werkt inspirerend.

21 april 2020, Agnes Tijmen op Smeijers was een klant van Judith de Pagter

PASCAL DELEU

Judith provided CTA (International Organisation) a training on LinkedIn. It was really fantastic. Her explanation are crystal clear, she is very well prepared and her English is excellent. Nearly all CTA staff had this training and they underlined how useful it was.

11 april 2020, Pascal Deleu was een klant van Judith de Pagter

PAUL VAN DER VELPEN

Heldere en zeer praktische LinkedIn training gevolgd bij Judith. Ik kon de kennis direct toepassen.

21 februari 2020, Pascal Deleu was een klant van Judith de Pagter

MIRJAM VAN GELDER

Ik heb onlangs bij Judith het LinkedIn Wintercollege (3 modules) gevolgd. En ben zeer tevreden over deze praktische workshops! Judith is niet alleen theoretisch en praktisch onderlegd. Ze kan haar kennis vol enthousiasme overbrengen. Zij heeft mij uitstekend geholpen bij optimaliseren van mijn profiel en bedrijfspagina. Wil je ook beter weten hoe LinkedIn werkt en hoe je dit online netwerk beter kan inzetten? Dan kan ik Judith van harte aanbevelen!

24 januari 2020, Mirjam van Gelder was een klant van Judith de Pagter

HAROLD VAN BOURGONDIEËN

Heldere en vooral praktische LinkedIntraining van Judith gehad. Veel geleerd en direct toepasbaar!

2 december 2019, Harold van Bourgondiën was een klant van Judith de Pagter en volgde de drie modules van het het LinkedIn Wintercollege 2019.

PETRA HASSELO

Onlangs heb ik een training “LinkedIn voor de HR-professional” gevolgd bij Judith. Het telefonisch contact was prettig en soepel verlopen en vol enthousiasme reed ik naar Soest waar de training plaats vond. In de auto nam ik me voor om het maximale uit de training en LinkedIn te gaan halen, zonder al te veel van mezelf prijs te gaan geven. Een zekere mate van onzichtbaarheid op het internet bevalt me namelijk wel. Binnen het uur was het gedaan met mijn voornemen tot onzichtbaarheid. Niet gedwongen, maar overtuigd geraakt door de argumenten van Judith, haar aanstekelijk werkend enthousiasme en haar deskundigheid natuurlijk. Judith gaat daadwerkelijk een verbinding met je

aan, niet alleen voor de trainingsdag zelf maar ook voor daarna. Ook in de maanden die volgen op de training, is zij degene die contact blijft zoeken en met aanbevelingen komt. Twijfel niet om een samenwerking met haar aan te gaan. Je krijgt veel meer dan dat ze belooft, je krijgt betrokkenheid.

23 september 2019, Petra Hasselo was een klant van Judith de Pagter

HENK MAK

Na in februari 2019 de cursus "basisvaardigheden LinkedIn voor de ondernemer" bij Judith te hebben gevolgd heb ik in september de tweede cursus "LinkedIn Summerschool module 3" gevolgd met als insteek LinkedIn meer in te zetten als marketingtool. In beide cursussen weet Judith helder en duidelijk de tools en foefjes van LinkedIn d.m.v. uitleg en opdrachten aan de cursisten over te brengen. Het is echt een eye-opener en aan te bevelen voor ieder bedrijf dat op zoek is naar uitbreiding van de mogelijkheden om op dit platform actief te zijn.

10 september 2019, Henk Mak was een klant van Judith de Pagter

FRANCK HELMONDS

De KNLTB verhuist zijn activiteiten in 2019 van Amersfoort naar Amstelveen. Vanuit een goed sociaal beleid hebben we vanuit HR een aantal medewerkers de mogelijkheid geboden om hun LinkedIn te optimaliseren. We hebben daarvoor naar volle tevredenheid Judith de Pagter ingezet. Judith heeft drive en expertise en leidt je op een enthousiaste heldere wijze door de LinkedIn mogelijkheden! Ze heeft een kort en krachtig introductieprogramma met uitstekend

naslagwerk. Het mooiste is, ze spoort je ook aan. Een aantal weken na de training adviseert ze individuele cursisten op hun profiel (heel effectief). In het kader van (verplichtte) loopbaan en arbeidsmarkt activiteiten voor (groepen) medewerkers kan ik haar van harte aanbevelen!

6 mei 2019, Franck Helmonds was een klant van Judith de Pagter

CARLA TEN BULTE

Judith doet wat ze zegt! Ik heb genoten van een training werken met LinkedIn begin maart dit jaar. Ze werkt met heldere kennisoverdracht, is pragmatisch en doelgericht, waarbij ze zelfs oog heeft voor maatwerk voor haar klanten. De overtuiging waarom het Sociale Medium LinkedIn niet meer is weg te denken is onomkeerbaar bij mij aangewakkerd! Niet doelloos profileren, maar juist de focus vinden hoe je jouw netwerk kan aanboren, waarbij het doel delen van kennis en informatie voorop staat! Wat een mooi medium, waarbij ik met mijn profiel nog mag stoeien want ook dat is nodig...Doen & Onderzoeken 😊. Morgen een follow-upmoment over mijn profilering. Ook fijn! Dank Judith, voor jouw betrokkenheid en passie.

11 maart 2019, Carla ten Bulte was een klant van Judith de Pagter

ELZA BULSTRA

Ik heb de training 'Meer klanten met LinkedIn' bij Judith gevolgd. Zij weet zo ongeveer alles over LinkedIn én legt de mogelijkheden die LinkedIn biedt heel helder uit. Erg prettig vond ik dat we in een klein groepje waren, en direct met ons eigen profiel aan de slag gingen. Vragen werden meteen beantwoord, problemen opgelost. En tijdens de training werd er door een fotograaf een professionele foto gemaakt voor je LinkedIn profiel. Dat vond ik ook een toegevoegde waarde aan de training. Na afloop kregen we een - eveneens

- zeer duidelijke- online handleiding LinkedIn. Die heb ik helemaal doorgelopen, waardoor mijn profiel nu helemaal ingevuld, aantrekkelijk en up to date is. En ik weet nu heel goed welke opties LinkedIn biedt om zoekopdrachten uit te zetten en op welke manieren je het best bij je doelgroep onder de aandacht komt en blijft. Een week na de training bood Judith een Skype sessie aan voor eventuele vragen. Heel fijn! En twee weken na de training kreeg ik een terugkoppeling en tips over mijn inmiddels flink aangepaste LinkedInpagina. Ik heb heel veel van Judith geleerd! Mijn profiel is sinds de training van Judith zichtbaarder, completer en aantrekkelijker geworden. In korte tijd is het aantal bezoekers van mijn profiel aanzienlijk gestegen. Bedankt Judith!

24 februari 2019, Elza Bulstra was een klant van Judith de Pagter

JAN SCHUURMAN

Van de 2 uur coaching met Judith heb ik veel opgestoken, het was erg nuttig! Prettig om in alle rust eens helemaal door mijn profiel heen te lopen. Ze had zich goed voorbereid en ingelezen in mijn profiel. Als ik al die dingen die zij aangaf zelf allemaal had moet uitpuzzelen dan had me dat uren gekost. Handig dus om samen met een doorgewinterd LinkedIn-kenner de puntjes op de i te zetten. Ik ga al die dingen die we besproken hebben uitproberen.

28 september 2018, Jan Schuurman was een klant van Judith de Pagter

TITIA VELLENGA

De kracht van Judith in haar social mediatrainingen is haar heldere, sterk praktijkgerichte kennisoverdracht. Ze heeft mij laten kennismaken met de vele toepassingsmogelijkheden van LinkedIn, zonder dat ik overvoerd raakte door informatie. Ik heb Judith in alle opzichten ervaren als een professional die ook oog heeft voor cursisten die minder vaardig zijn met social media. Dat blijkt ook uit haar zorgvuldige nazorg, die mij ertoe heeft aangezet echt met LinkedIn aan de slag te gaan en ook rendement te halen uit de training.

15 juni 2018, Titia Vellenga was een klant van Judith de Pagter

HANNIE VAN LENT

Judith heeft ons een uitstekende LinkedIntraining gegeven; duidelijk, hands-on en enthousiast neemt zij je mee in de wereld van social media. Wat leer je veel in een paar uur tijd! Ik kan haar van harte aanbevelen!

14 juni 2018, Hannie van Lent was een klant van Judith de Pagter

REMKO KOOPMAN

Judith heeft ons super goed op weg geholpen met het goed gebruiken van LinkedIn. Duidelijke heldere uitleg en goede hulp op locatie.

14 februari 2018, Remko Koopman was een klant van Judith de Pagter

WIM ZWARTBOL

Bij Judith heb ik de training "Aan de slag met LinkedIn" gevolgd. In 2 woorden: Zeer Waardevol.

Judith is een vakvrouw, gedreven en een hele prettige, gastvrije persoonlijkheid. Kan zich goed inleven en vertaalt op een creatieve manier de theorie naar de praktijk,

herkenbaar en leerzaam. Ze gaat voor het maximaal haalbare en blijvende resultaat. Ik kan haar dan ook van harte aanbevelen!

17 augustus 2017, Wim Zwartbol was een klant van Judith de Pagter

HELMA STARINK

Judith is een geweldige LinkedIntrainer. Zij kan je alle ins and outs leren van dit zakelijke Social Media. Met alle geduld legt zij de leerstof uit. Ik heb enorm veel van haar geleerd.

29 juni 2017, Helma Starink was een klant van Judith de Pagter

RICHARD FLAPPER

Op 22 mei heb ik de Workshop LinkedIntraining gevolgd bij Judith de Pagter. Wat een fijne cursus was dit. In 2 uur tijd helemaal bijgepraat over de nieuwste versie van LinkedIn. Heel praktisch en vol met tips en trucs. Jammer dat het zo snel voorbij was. Maar gelukkig kwam deze week het E-book 'mensen verbinden via LinkedIn. Dit boek was bij de cursus inbegrepen.

Nieuwsgierig als ik was gelijk maar even gebladerd in het e-book. En het was alsof ik Judith weer voor de groep zag staan! Het e-book is geschreven op de manier waarop Judith haar cursussen geeft: vol enthousiasme, helder en duidelijk, met goede praktische voorbeelden. Echt een aanrader, ik kan deze cursus dan ook bij iedereen aanbevelen. Judith bedankt.

31 mei 2017, Richard Flapper was een klant van Judith de Pagter

Wil je nog meer aanbevelingen lezen, check dan mijn [LinkedIn profiel](#).