

Inhoudsopgave

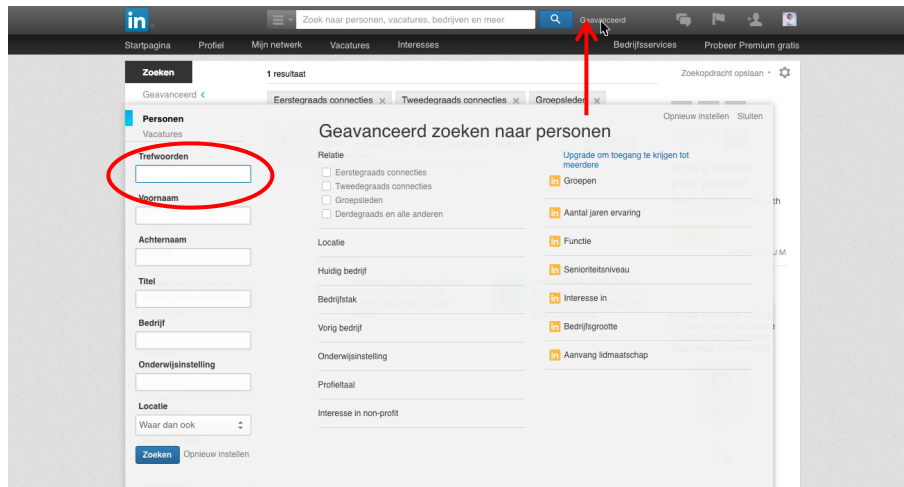
Over de auteur	9
Introductie	11
Deel 1: De knoppen van het LinkedIn-profiel	13
Fout nr. 1 U doet zichzelf tekort: geen trefwoorden en een inefficiënte kopregel	17
Fout nr. 2 Onprofessionele/afleidende profielfoto, geen foto of geen achtergrond	23
Fout nr. 3 Profiel niet 100% compleet	29
Fout nr. 4 Websites die algemeen zijn, bijvoorbeeld 'Bedrijfswebsite' of 'Persoonlijke website'	31
Fout nr. 5 URL van uw openbare profiel (link) met veel cijfers, letters en schuine strepen aan het eind	33
Fout nr. 6 Minder dan 500 connecties	35
Deel 2 Schrijf- en presentatietips voor een KILLER LinkedIn-profiel	51
Fout nr. 7 Lege of ineffectieve samenvatting	55
Fout nr. 8 Geen beschrijvingen of zwakke beschrijvingen van werkzaamheden en prestaties	67
Fout nr. 9 Gebrek aan consistentie/verschillen in indeling en structuur, en fouten in spelling, grammatica en interpunctie	71
Fout nr. 10 Onaantrekkelijke opmaak	73
Fout nr. 11 Geen vaardigheden beschreven	77
Fout nr. 12 Het niet delen van updates en andere belangrijke informatie	83
Fout nr. 13 Speciale onderdelen niet gebruiken	97
Fout nr. 14 Geen portfolio-items in de onderdelen Samenvatting en Ervaring	101
Deel 3 Speel het LinkedIn-spel en win	105
Fout nr. 15 Geen gebruikmaken van de vacaturefuncties op LinkedIn	109
Fout nr. 16 Ontoereikend of ineffectief lidmaatschap van groepen	115
Fout nr. 17 Geen aanbevelingen, heel weinig aanbevelingen en/of saaie en slordig opgestelde aanbevelingen	121
Fout nr. 18 Een statisch (onveranderd, verouderd) profiel en denken dat alleen dit boek lezen genoeg is	127
Deel 4 Bonustips	131
Bonustip 1 Sla uw werk en uw connecties op!	133
Bonustip 2 Voor bedrijven: zorg voor merkconsistentie en maak een bedrijfspagina	137
Bonustip 3 LinkedIn-logo maken	141
Bonustip 4 Voor werkloze werkzoekenden: wat zet u in de kopregel, activiteitenupdates en het onderdeel Ervaring	143
Bonustip 5 Maak geen inbreuk op de gebruiksvoorwaarden van LinkedIn	145
Bonustip 6 Wees de baas over uw uitstraling!	147
Bonustip 7 Uw profiel aanmaken in een andere taal	149

Bijlagen	151
Bijlage A Checklijst om uw LinkedIn-profiel te voltooien	153
Bijlage B Tekenlimieten voor uw LinkedIn-profielen	155
Bijlage C Afmetingen afbeeldingen in LinkedIn	156
Bijlage D De 25 meest gewilde vaardigheden en te veel gebruikte buzzwoorden	157
Bijlage E Informatie over betaalde accounts	159
Bijlage F LinkedIn Hulp	160

FOUT NR. 1

U doet zichzelf tekort: geen trefwoorden en een inefficiënte kopregel

'Trefwoorden' zijn de woorden en zinnen in uw profiel die overeenkomen met de termen die webgebruikers intypen bij zoekopdrachten. Als u bijvoorbeeld het trefwoord 'sportjournalist' opneemt in uw LinkedIn-profiel, komt u in beeld wanneer iemand een 'sportjournalist' zoekt in LinkedIn. U ziet het volgende scherm wanneer u op de knop Geavanceerd klikt in LinkedIn:



Hoe vaker een bepaald woord of een bepaalde zin opduikt in uw profiel, hoe groter de kans dat uw profiel verschijnt in zoekresultaten van mensen die op zoek zijn naar dat woord of die zin.

Een van de belangrijkste plekken om trefwoorden te plaatsen is in de kopregel. De 'kopregel' op LinkedIn is het gedeelte onder uw naam, en het is één van de eerste dingen die mensen zien als ze uw profiel bekijken.

Het ligt misschien niet voor de hand dat uw postcode ook een soort trefwoord is, vooral als u werkzoekend bent. Recruiters zoeken naar werkzoekenden op locatie! U wordt gevraagd om uw postcode in te voeren wanneer u voor het eerst uw account aanmaakt. Dit moet u zorgvuldig doen.

Het probleem

Er zijn meer dan 300 miljoen professionals wereldwijd die gebruikmaken van LinkedIn, waaronder 100 miljoen in de Verenigde Staten en 6 miljoen in Nederland. En de site groeit exponentieel met meer dan twee nieuwe leden per seconde (zie Wikipedia¹ en de statistiekenpagina van LinkedIn²). Hoe wordt u dan gevonden tussen al deze mensen zonder optimaal gebruik van trefwoorden? Het antwoord: waarschijnlijk niet.

Met korte titels als 'IT-consultant', 'Sportmanager' of 'Sales Professional' in de kopregel bent u niet te onderscheiden van elke andere persoon met dezelfde titel in de bijna 300 miljoen LinkedIn-profielen. Om op te vallen moet u zichzelf onderscheiden in de kopregel, met zowel trefwoorden als een aantrekkelijk statement. Als u dit niet doet, veroverd u geen positie boven in de zoekresultaten van LinkedIn en trekt u de aandacht van de lezers niet.

1 Wikipedia over LinkedIn - <https://nl.wikipedia.org/wiki/LinkedIn>

2 300 miljoen leden Infographic - <http://www.slideshare.net/linkedin/300-million-linkedin-members>

Wanneer u een postcode gebruikt van een afgelegen gebied en u bent op zoek naar een baan in een grote stad, komt u niet voor in de zoekresultaten van recruiters. Recruiters hebben de mogelijkheid om te zoeken naar potentiële kandidaten binnen een straal van een kilometer vanaf een bepaalde postcode. U wilt natuurlijk in beeld komen bij die zoekresultaten!

De verbetering

Verplaats uzelf in de positie van de mensen die op zoek zijn naar u, of het nu klanten, recruiters of andere partners zijn, en probeer vast te stellen naar welke zinnen/woorden ze zouden zoeken. Deze trefwoorden kunnen functiebenamingen zijn, competenties, regio's, technische vaardigheden, zachte vaardigheden, talen en meer.

Als u werkzoekend bent, bekijk dan eens de vacatures in uw vakgebied en de positie die u ambieert. Zoek vervolgens de trefwoorden die herhaaldelijk terugkomen en als u van leuke online tools houdt, plaats een kopie van een paar lijsten in [Wordle.net](https://wordle.net) en maak een woordmap die laat zien welke woorden het meest voorkomen. Gebruik deze trefwoorden! En, niet onbelangrijk, gebruik een postcode dichtbij de plaats waar u wilt werken! Als het voor u mogelijk is om in Amsterdam te werken, maar u woont bijvoorbeeld op 25 kilometer afstand, gebruik dan een postcode halverwege zodat u ook in de zoekresultaten voorkomt bij personen die binnen een straal van 10 kilometer van zowel het centrum van Amsterdam als uw woonadres zoeken.

Terugkomend op trefwoorden: u kent uw vak beter dan wie ook, dus door te brainstormen met veelgebruikte woorden in uw vakgebied komen de perfecte trefwoorden vanzelf naar boven drijven. Een andere slimme tactiek is op zoek te gaan naar profielen van andere mensen met dezelfde achtergrond of functies. Ook kunt u ideeën opdoen bij het onderdeel Vaardigheden door het menu uit te klappen en de trefwoorden te bekijken die LinkedIn voorstelt voor uw beroep. Voor meer informatie over het toevoegen van vaardigheden, [zie Fout nr. 11](#).

Zodra u uw top trefwoorden hebt vastgesteld, voeg ze dan zoveel mogelijk toe in de volgende onderdelen: **Kopregel, Huidige functie, Samenvatting, Specialismen** (als u dit gedeelte hebt), **Extra functietitels en Interesses**. De geavanceerde zoekmachine doorzoekt volledige profielen, dus voeg overal trefwoorden toe! Voeg ze vaak en vanaf het begin van het profiel toe, met behoud van de natuurlijke flow van uw taalgebruik (dat wil zeggen, geen overdaad door trefwoordoptimalisatie). Voordat ik mijn eigen verhaal vertel en kopregels ga voorstellen die goed werken, laat ik een voorbeeld zien van hoe het niet moet:

Interesses

Print, print, print, print, print, contact maken, contact maken, contact maken, uitgeverij, uitgeverij, uitgeverij, uitgeverij, recruiters, recruiters, recruiters, recruiters, drukwerk, drukwerk, drukwerk, drukwerk, drukwerk, drukwerk, drukwerk, teamwork, teamwork, teamwork, teamwork, teamwork, teamwork, teamwork, teamwork

Hoewel u gevonden zou kunnen worden in een zoekresultaat vanwege de grote hoeveelheid trefwoorden, zal de lezer onmiddellijk afhaken.

Gebruik trefwoorden slim

Voordat ik de kracht van trefwoorden kende, had ik als kopregel: **Oprichter en Senior Editor, The Essay Expert**. Duidelijk te weinig trefwoorden! Nu is mijn kopregel:

Brenda Bernstein

Resume & LinkedIn Profile Writer, Author, Speaker ★
Executive Resumes ★ Executive LinkedIn Profiles ★
College Essays

Madison, Wisconsin Area | Writing and Editing

3

De nieuwe kop bevat veel meer trefwoorden. Toen ik mijn kop had aangepast en ook meer trefwoorden had toegevoegd in mijn Huidige functietitel, Samenvatting, Specialismen en andere Functietitels maakte ik een sprong van bijna onzichtbaar in zoekresultaten naar een plek boven in de ranglijsten voor zoekresultaten naar 'cv-schrijver voor managers' in de buurt van Madison, WI.

Ontwerp een titel voor uw profiel dat ons vertelt wat u zo uniek maakt en die zoveel mogelijk trefwoorden bevat. Hier zijn enkele voorbeelden:

Frank Kanu

1st

Management / Business Consultant ■ Speaker ■ Author
■ Leading Fortune 500 and Small Business Executives & Teams

Jacksonville, Florida Area | Management Consulting

Michelle Henry

1st

Executive well-versed in Strategic Planning, Capacity Building, Program Implementation & Partnership Development

Greater New York City Area | Nonprofit Organization Management

Nilesh Patel

1st

Experienced in Human Resources & Employment Law, Career Counseling, and Nonprofit Management.

Greater New York City Area | Nonprofit Organization Management

Ziet u het voordeel ten opzichte van koppen als 'consultant', 'Senior VP (vice president)' of 'Projectmanager'? Specifieke kopregels geven kleur aan uw profiel in tegenstelling tot alleen het noemen van uw functie en ze bevatten trefwoorden om u te helpen boven in de zoekresultaten te komen. Ook kunnen ze iets verklappen over uw persoonlijkheid, uw resultaten en een aantal van uw andere vaardigheden.

OPMERKING: het toevoegen van de juiste trefwoorden is geen garantie dat uw profiel boven in de ranglijst van zoekresultaten verschijnt. Er zijn andere factoren die meespelen bij de ranglijstpositie, waaronder vooral het aantal connecties en het percentage van de volledigheid van uw profiel. Maar zonder trefwoorden blijft uw profiel zeker onder in de ranglijst hangen.

Wat als ik de functie waarvoor ik gevonden wil worden nooit heb gehad?

Als u op zoek bent naar een functie als Hoofd financiën en u heeft nog nooit een dergelijke functie gehad, zoek dan creatieve manieren om de trefwoorden Hoofd en financiën toe te voegen, bijvoorbeeld: Hoofd-niveau financiën of Beschikbaar voor Hoofd financiële positie bij een groeiend bedrijf.

Natuurlijk moet u ervoor zorgen dat u geen verkeerd beeld schetst, dus misschien zou u kunnen zeggen: 'klaar voor een nieuwe uitdaging in...' of iets dergelijks. En vergeet niet dat als u taken hebt uitgevoerd die bij een functie passen, dat u die functie dan gewoon in de kopregel kunt zetten. Ik zeg altijd: als u het werk hebt gedaan, kunt u de functienaam opeisen!

Moet ik een slogan toevoegen?

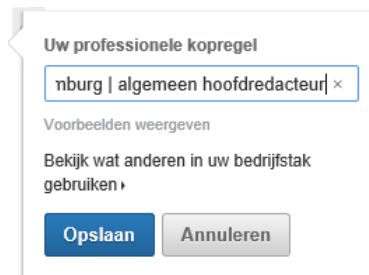
Greig Wells van BeFoundJobs heeft onderzoek gedaan dat aantoont dat uw succespercentage zal stijgen als u, naast de 'gewone' trefwoorden in uw kopregel, een slogan of 'USP' (Unique Selling Point, uniek verkooppunt) toevoegt aan uw profiel. Beste strategie: gebruik trefwoorden om uw vindbaarheid via zoekopdrachten te verhogen en voeg een slogan of USP toe om interesse te wekken zodat mensen graag verder lezen.

Als u uw meest effectieve strategische kopregel hebt gekozen, kunt u deze als volgt toevoegen aan uw profiel, en vermijd daarbij een aantal valkuilen:

Klik op de blauw gemarkeerde kopregel.



U kunt vervolgens 'Uw professionele kopregel' aanpassen.



LET OP BIJ HET AANPASSEN VAN UW HUIDIGE FUNCTIE!

Wanneer u een huidige functie op LinkedIn toevoegt, zal het programma automatisch de kopregel vervangen met de huidige functie. Zorg ervoor dat u de kopregel die u kiest opslaat, zodat u deze snel kunt vervangen. Ook als uw kopregel en de huidige functie niet overeenkomen, laat LinkedIn regelmatig een scherm zien met de vraag of dit uw huidige functie is.

Als u op **Ja** klikt, wordt de kopregel vervangen. Klik op **Nee** als u wilt voorkomen dat u de kopregel opnieuw moet maken.

Hoe krijg ik trefwoorden in mijn functietitels?

De velden voor de functietitels zijn uitermate belangrijke plekken voor uw trefwoorden. Vergeet ze niet! Laat het idee los dat u alleen uw officiële functie in het veld zou moeten plaatsen. U hebt 100 karakters om mee te spelen, dus gebruik die mogelijkheid. Hier zijn enkele voorbeelden van functietitels die trefwoord-geoptimaliseerd zijn:

VOORBEELD 1: Senior manager juridische zaken / juridisch adviseur

Senior manager juridische zaken | Betrouwbaar juridisch adviseur | Internationale deals |
Verantwoording regionale senior juridisch adviseur Midden-Oosten | Contractmanagement |
Due diligence | Projectuitvoering

VOORBEELD 2: Sales executive technologie

Accountmanager Sales & Channel, grote klanten | Bedrijfstechnologie | Channel-strategie
zakelijke ontwikkeling / Salesmanager | Cloud computing | Sales executive opslag technologie |
Technologie-oplossingen | OEM | SaaS-technologie