

Deze **LinkedIn® Profiel Checklist** is speciaal voor jou gecreëerd om je op een snelle, overzichtelijke manier te begeleiden naar een professioneel en pakkend LinkedIn® profiel. Deze cruciale eerste stap is de basis om efficiënter en met meer ‘fun’ met behulp van LinkedIn® als dé specialist in jouw vakgebied bekend te worden. “**Be The Expert You Already Are**”. Als je deze stappen volgt, wordt ook jij gevonden op LinkedIn®.

100% - Met een 100% compleet profiel krijg je **voorrang** op minder complete profielen in de zoekresultaten. LinkedIn® geeft in je profiel precies aan wat je nog moet in- of aanvullen.

NAAM - Vul alleen je naam in, **zonder toevoegingen** zoals telefoonnummer, 300+, etc. LinkedIn® accepteert dit niet en gaat hier steeds strenger mee om. Titels (bv. MBA, etc.) mogen wel.

FOTO - Zorg voor een goede, zakelijk foto waarop je **gezicht duidelijk herkenbaar** is. Je hebt 80x80 pixels tot je beschikking.:

HEADLINE - Denk vanuit je doelgroep, niet vanuit jezelf, “*Waar is mijn doelgroep naar op zoek (product, dienst, specialiteit, etc.)?*” Gebruik interessante, kleurrijke steekwoorden die aanspreken en die je in je netwerk ‘**Top of Mind**’ maken als de expert in je branche. Begin met je belangrijkste product of dienst en eindig je headline met je functie en je bedrijfsnaam. Je hebt 120 karakters.

SUMMARY - Gebruik de summary niet alleen voor een omschrijving van je bedrijf, maar ook voor een omschrijving van Je Passie! Vraag jezelf, “**Wat drijft mij? Waarom doe ik wat ik doe?**” Schrijf daarover. Houd het wel professioneel! Schrijf daarna pas over het **wat** en het **hoe**. Uiteraard een korte omschrijving van het bedrijf is geen enkel probleem

SPECIALTIES - maak hier een lijst van **al je specialiteiten**, gebruik **Bullet points** of speciale tekens zoals ♦ ◆ ✓ ➡ ▶ om je specialismen extra onder de aandacht te brengen.

EXPERIENCE - Vul iedere baan in die je na de middelbare school hebt gehad, inclusief eventuele **relevante** vakantiebaantjes. Ook vrijwilligerswerk! Maak het zo makkelijk mogelijk voor oude bekenden (ex-werkgevers, ex-collega’s, ex-klanten, ex-leveranciers, etc.) om jou te vinden en met je te verbinden. Heb je meerdere posities binnen een bedrijf gehad, noem dan je hoogste functietitel en vermeld de andere posities in de omschrijving. Vermeld verder in de omschrijving vooral je **taken** en je **resultaten**. Je hebt 2.000 karakters bij iedere positie. Die heb je zeker niet nodig! Schrijf kort en bondig en beperk je tot het absoluut noodzakelijke.

EDUCATION - Dit is véél meer dan alleen je opleiding!! Vergeet je middelbare school niet, maar vul vooral ook alle **relevante** cursussen, leergangen en trainingen in. Deze laten zien dat je je verder ontwikkelt en bieden je de kans in contact te komen met mensen die dezelfde interesses met je delen.

RECOMMENDATIONS - Om je profiel 100% compleet te krijgen, heb je minimaal drie aanbevelingen nodig. Durf hierom te vragen bij mensen die jou al aanbevelen of hebben aanbevolen. Vraag ze om te schrijven **WAT** jullie samen gedaan hebben en **HOE** jouw bijdrage en positief verschil maakte. **GEEF** vooral ook aanbevelingen aan mensen in jouw netwerk, dit geeft je exposure aan de eerstelijns connecties van die persoon.

WEBSITES - Probeer altijd **drie websites** te noemen en personaliseer de namen door 'Other' te kiezen in plaats van 'Company Website'. Heb je geen drie websites? Geen probleem! Verwijs naar relevante of belangrijke subpagina's op je eigen site. Of verwijs naar een huidig of afgerond project.

TWITTER - Heb je een twitter account, vul deze in en selecteer de optie "**Share only tweets that contain #in**" om vervuiling op de homepagina van je connecties te voorkomen (en ontvriending!). Dit is een keuze die je kan maken, wanneer de tweets alleen zakelijk zijn en van toepassing zijn op je doelgroep dan kan je ook kiezen voor rechtstreeks plaatsen.

PUBLIC PROFILE - Verander deze in je eigen naam, zo word je makkelijker op je naam gevonden in **Google** en kun je de URL gebruiken in een email handtekening. Dit wordt ook wel vanity URL genoemd. Voorbeeld: <http://www.linkedin.com/in/fransdehoyer>

GROUPS - Word lid van minimaal tien LinkedIn® groepen, vijf groepen waarin je branchegeenoten zich bevinden en vijf waarin je klanten zich bevinden. Zoek de juiste groepen met heel gerichte zoekopdrachten, bijvoorbeeld: **(Merk OR Autobranche) AND Network**. De gevonden groepen worden niet op relevantie maar op grootte gesorteerd (grootste bovenaan). Neem actief deel aan de discussies in de groepen en demonstreer je expertise. **Bonus tip: word vooral actief in de discussies met veel reacties**. Wordt daarnaast lid van min. 10 andere groepen waarbij je vooral let op 'hoe groter, hoe beter'. Iedereen waarmee je een groep deelt kun je namelijk gratis een bericht sturen.

LinkedIn Profiel Training

Incompany workshops, concreet ontwikkeld voor bedrijven die willen dat hun medewerkers met een pakkend, krachtig en professioneel LinkedIn® profiel meer resultaat hebben op LinkedIn®.

LinkedIn Coaching

Speciaal ontwikkeld voor ondernemers en sales professionals! Je wordt individueel begeleid. De dienst kan variëren van een eenvoudige profiel analyse tot een coaching traject om:

- binnen 4 weken als **dé absolute expert** binnen je vakgebied bekend te staan!
- succesvol direct contact te krijgen met een grote groep **waardevolle leads!**