KAKO NAVDUŠITI Z VAŠIM LINKEDIN PROFILOM?

Pred vami je priročnik, skozi katerega boste dobili nekaj konkretnih in uporabnih nasvetov, kako ustvariti ali osvežiti LinkedIn profil, da bo resnično izražal vaša znanja, kompetence, izkušnje in osebnost. Priročnik je nastal na podlagi izobraževanja DMS Taktik, ki ga je pripravila Azra Mujkanović Češek (Madwise).

Zakaj sploh posvečati pozornost LinkedInu?

LinkedIn je imel v letu že več kot 740 milijonov uporabnikov, platforma zelo hitro raste in številka se premika proti 800 milijonov uporabnikov. V Sloveniji je bilo aprila 2021 registriranih 380.000 profilov, kar je 18 % prebivalstva Slovenije. Čeprav je LinkedIn za Facebookom drugo najpomembnejše B2B omrežje, je njegova prednost ta, da je na njem velika večina odločevalcev z veliko večjo nakupno močjo!

Vse spremembe v življenju gredo skozi shemo:

Trenutno / neželeno stanje → **Prihodnje /** želeno stanje

jamranje — *proces* — *sanjarjenje*

Prvi del je stanje nezadovoljstva, v katerem se pogosto zataknemo in ustavimo pri »jamranju«. Želimo si preiti v prihodnje želeno stanje, tu pa se lahko hitro ujamemo v sanjarjenje. Osredotočiti se moramo na proces prehajanja iz neželenega v želeno stanje. Če govorimo o LinkedIn profilu, se moramo posvetiti tistim aktivnostim, s katerimi bomo obogatili naš LinkedIn profil do te mere, da bomo resnično ponosni nanj.

NASVET: Začnite pri nastavitvah!

- **Izmerite svoj SSI (Social Selling Index):** To je odlično sredstvo za spremljanje napredka pri dosegu in vpletenosti uporabnikov na vaše objave. Ta indeks je merilo, kako učinkovita je vaša osebnost na LinkedInu. >> IZMERITE VAŠ SSI
- **Izključite obvestila o spremembah na profilu:** Uporabniki LinkedIna želijo dodano vrednost skozi vaše objave na profilu in ne skozi spremembe o vaših zaposlitvah, dopolnitvah izobrazbe … Teh posodobitev bo verjetno precej, zato izključite njihovo objavljanje in bodite prizanesljivi do svoje mreže.
- **Personalizirajte URL profil:** Generičen URL ne izgleda profesionalno, poleg tega pa nas ovira tudi pri SEO optimizaciji, saj nas ljudje težje najdejo na iskalnikih.
- **Privatizacija profila:** Če se pogosto sprehajate po profilih drugih uporabnikov, v nastavitvah vklopite anonimno brskanje, s katerim ostali ne bodo vedeli, da ste obiskali njihov profil, po drugi strani pa tudi sami ne boste vedeli, kdo si ogleduje vašega.
- **Uredite profil tudi za tiste, ki ne uporabljajo LinkedIna:** Nastavite sekcije, ki jih lahko vidijo tudi tisti, ki ne uporabljajo tega omrežja. Naš profil mora biti takšen, da smo nanj ponosni, zato ni potrebe po tem, da karkoli skrivamo.

!

10 NAJPOMEMBNEJŠIH SEKCIJ LINKEDIN PROFILA

Profilna fotografija

Pokažite se v najboljši luči, hkrati pa poskrbite, da vas bodo ljudje prepoznali. Fotografija naj bo »svežega datuma«, vsaj 60 % fotografije naj bo vaš obraz. Bodite sami na fotografiji in glejte v fotoaparat. Fotografija naj izraža držo in način oblačenja, kot ga imate v poslu. Seveda mora biti tudi ustrezne kvalitete.

Fotografija za ozadje

Ta fotografija mora podpirati sporočilo vašega profila. Izraža naj kredibilnost in strokovnost, tu niso primerna lepa in abstraktna ozadja, ki jih imamo na namizju računalnika ali na zaslonu pametnega telefona. Priporočljivo je, da na to fotografijo dodate slogan ali vaš osebni »USP«.

NASVET:

V Canvi najdete predloge učinkovitih LinkedIn »bannerjev«.

Naslov

Omejen je na 220 znakov, z nekaj »žongliranja« pa se poskrbite za to, da boste v teh 220 znaki povedali vse ključne informacije.

3 sestavine učinkovitega »headlina«:

- Pozicija in podjetje.
- Ključne besede iz vaše industrije oziroma branže.
- Edinstveno sporočilo, ki vas bo razlikovalo od drugih: osebna vrednota, hobi, prepričanje - nekaj, po čemer si vas uporabniki zapomnijo.
- BONUS: kreativni znaki in »čustvenčki«.

O vas

To je mesto, na katerem se pohvalite in predstavite svoje dosežke. Ni recepta, kako to naredimo in s koliko besedami. Bodite kreativni pri tem, ko opisujete, kakšne so vaše delovne naloge, predstavite svoje dosežke in pri tem uporabite zanimive statistike in številke, predstavite svoje vrednote in strasti ter pojasnite, zakaj ste unikatni.

NASVET:

Opisa ne spreminjajte prevečkrat, saj lahko to privede do zmanjšanja dosega vašega profila in objav. Priporočljivo je enkrat ali dvakrat na leto.

Delovne izkušnje

V tem delu ne predstavite samo pozicije, podjetja in trajanja, temveč izpostavite detajle, s katerimi bo vaš profil postal bolj profesionalen in prepričljiv. Ne pišite o svojih zadolžitvah, ampak izpostavite svoje dosežke na delovnem mestu, bodite konkretni in vključite merljive rezultate ter številke. Dodajte zunanje študije in povezave, ki podpirajo vašo ekspertizo na določenem področju. To je ključni del LinkedIn profila, zato je osrednji namen tega dela ustvarjanje zaupanja v vaše sposobnosti in v vašo strokovnost.

Izobrazba in kompetence

Poudarite najvišjo relevantno stopnjo izobrazbe, tudi če morda ni s področja, na katerem delujete. Pri tem zapišite, kako vam znanja s tega področja pomagajo pri vašem delu. Izpostavite tiste licence in certifikate, ki so povezani z vašo industrijo. Dodajte tudi projekte prostovoljstva, ki bodo dodali osebno noto in pokazali, kje ste aktivni tudi zunaj delovnega mesta.

Potrditve (Endorsements)

Poskrbite, da boste imeli čim večje število potrditev pri veščinah, ki so najtesneje povezane s pozicijo, na kateri ste. Identificirajte od 3 do 5 ključnih veščin in pridobite čim več potrditev. Pri tem se izogibajte generičnim veščinam, ki jih vsi izpostavljajo v svojih življenjepisih.

NASVET:

Samo 3 % uporabnikov, ki jih boste »endorsali«, vam bodo to uslugo vrnili, zato jih spodbudite z osebnim sporočilom. Nič ni narobe, če uporabnike, ki jih osebno poznamo, tudi prosimo, naj potrdijo našo ekspertizo na določenih področjih.

Priporočila

V Sloveniji ne igrajo tako zelo pomembne vloge, ker se večinoma vsi osebno poznamo, v tujini pa imajo priporočila veliko težo in če si želite sodelovati z nekom iz tujine, potem je priporočljivo, da se posvetite temu delu vašega LinkedIn profila. Sestavite seznam petih ljudi, ki bi nam lahko napisali priporočilo. Pošljite jim prošnjo in tudi že vključite napisano priporočilo, ki ga pripravite sami. Tako boste poskrbeli, da boste imeli na profilu zapisano tisto, kar želite, s tem pa boste tudi prihranili čas tistemu, ki vas bo priporočil. Za priporočilo se zahvalite in NE vračajte usluge, saj lahko izmenjava priporočil izpade zelo nekredibilno.

Dosežki

Dosežki so različnih vrst, izberite tiste, ki podpirajo vašo strokovnost - obvladovanje jezikov, licence, diplome, oprijemljivi in merljivi rezultati ...

NASVET:

Dosežke izpostavite že v vašem opisu, sicer se kaj lahko izgubijo, ker so locirani povsem na dnu vašega profila.

Interesi

Sledite tistim ljudem in stranem, ki dodajajo relevantnost in strokovnost vašemu profilu in vaši mreži. Komentirajte in reagirajte na relevantne objave, kajti vsaka nepremišljena objava ali komentar lahko načne vaš ugled.

NASVET:

Če ne veste, komu slediti, preverite, komu sledijo vaši sodelavci, poslovni partnerji, konkurenca ...

MREŽENJE NA LINKEDINU

LinkedIn povezave so treh vrst:

- **Neposredne povezave:** To so uporabniki, s katerimi ste neposredno povezani in lahko z njimi komunicirate preko neposrednih sporočil.
- **Posredne povezave:** Uporabniki, s katerimi so povezani tisti, s katerimi smo povezani mi. Najbolj ustrezni za širjenje mreže s prošnjo za povezovanje, pri čemer je zelo priporočljivo, da takšni osebi pošljete tudi osebno sporočilo.
- **»3rd degree« povezave:** Če ima takšna oseba izpisano polno ime, se sicer lahko z njo povežemo, če nima, je edini način, da stopimo z njo v stik plačljiv »in-mail«. Mrežite se z uporabniki in poskrbite za to, da boste imeli s čim širšim krogom vsaj posredne povezave.

NASVET:

Najprej uvozite kontakte iz drugih družbenih omrežij ali Gmaila. To lahko opravite zelo enostavno, z nekaj kliki. Nato mrežo razširite z ljudmi, ki jih poznate - sošolci, kolegi, znanci in prijatelji. Če opazite, da uporabniki všečkajo in komentirajo vaše objave, se jim v sporočilu zahvalite za to in jim pošljite prošnjo za povezavo. Za povezovanje so primerni tudi tisti uporabniki, ki ste jih srečali na dogodku oziroma ste se udeležili istega virtualnega dogodka ali imate podobne interese.

LINKEDIN BOTNON:

Najprej začnite odnos z osebo prek LinkedIna s tem, da ji začnete slediti, spremljate njene objave in ko ugotovite, da je vsebina relevantna, se vpletite v njene objave z všečki ali komentarji. Šele nato pošljite prošnjo za povezovanje z osebnim sporočilom, zakaj se želite povezati. LinkedIn hitro raste in uporabniki ne sprejemajo več prošenj uporabnikov, ki jih ne poznajo in ki jim ne pošljejo sporočila, zakaj se želijo povezati!