

MEEER SUCCES MET LINKEDIN!

Handleiding voor professionals

Corinne Keijzer

Inhoudsopgave

Voorwoord	11	
1. Het belang van LinkedIn	13	
1.1	Waarom een persoonlijk LinkedInprofiel?	13
1.2	Wat is social selling?	13
1.3	Hoe werkt LinkedIn?	14
1.4	Het tijdperk van het netwerken	15
1.5	Verkoop jezelf niet, laat anderen je verkopen	15
1.6	Digitaal visitekaartje	16
1.7	Zichtbaarheid	16
1.8	Richt je op je rol als expert	17
1.9	Vindbaarheid	18
1.10	Geven is het nieuwe krijgen	18
2. Een professioneel profiel	19	
2.1	Voor wie nog geen profiel heeft	19
2.2	Voor wie al een profiel heeft	20
2.3	Oude versus nieuwe lay-out	21
2.4	Het toepassen van SEO voor LinkedIn	21
2.4.1	Google Adwords	22
2.4.2	Google Trends	24
2.5	Het LinkedInlogo in je e-mail, cv of website	25
3. Je LinkedInprofiel professionaliseren	27	
3.1	Profielfoto	27
3.1.1	Check wat anderen van jouw profielfoto vinden	29
3.1.2	Lachen op je foto	30
3.2	Achtergrondfoto	31
3.3	Naam	32
3.4	Connecties	33
3.5	Kopregel	34
3.6	Huidige functie en opleiding	36
3.7	Omgeving en bedrijfstak	37
3.8	Samenvatting	38
3.8.1	Je samenvatting opstellen	38
3.8.2	De stijl van je samenvatting	39
3.8.3	De inhoud van je samenvatting	40
3.8.4	Een call-to-action in je samenvatting	41
3.8.5	Foto's, presentaties, documenten en video's toevoegen aan je samenvatting	42
3.9	Profiel-URL en openbaar profiel	43
3.9.1	Profiel-URL aanpassen	44
3.9.2	Openbaar profiel aanpassen	45
3.10	Contactgegevens	46
3.10.1	E-mail, telefoonnummer, adres, IM en Twitter	46

3.10.2	Websites	47
3.11	Een profiel in een andere taal aanmaken	48
3.11.1	Wanneer zie je wat bij een profiel in meerdere talen	49
3.12	Bepaal zelf de onderdelen van je profiel	50
3.12.1	Achtergrond	51
3.12.1.1	Werkervaring	51
3.12.1.1.1	Je werkervaring invullen	51
3.12.1.1.2	Documenten, presentaties en video's toevoegen	52
3.12.1.1.3	Als je meerdere werkzaamheden tegelijkertijd hebt	53
3.12.1.2	Opleiding	54
3.12.1.3	Ervaring als vrijwilliger	55
3.12.2	Vaardigheden	56
3.12.2.1	Vaardigheden toevoegen of verwijderen	57
3.12.2.2	Onderschrijvingen beheren	59
3.12.2.3	Onderschrijvingen vragen en geven	60
3.12.3	Prestaties	60
3.12.3.1	Publicaties	61
3.12.3.2	Diploma's/certificaten	61
3.12.3.3	Cursussen	62
3.12.3.4	Projecten	62
3.12.3.5	Onderscheidingen en prijzen	63
3.12.3.6	Patenten	63
3.12.3.7	Testscores	64
3.12.3.8	Talen	64
3.12.3.9	Organisaties	65
3.13	Aanbevelingen	66
3.13.1	Aanbevelingen vragen	66
3.13.2	Aanbevelingen geven	69
3.13.3	Aanbevelingen beheren	70
3.14	Je profiel opslaan als pdf	72
3.15	Een profiel delen	73
3.16	Wanneer heb je een zeer deskundig profiel?	74
4.	De statistieken van jouw profiel	75
4.1	Zien wie jouw profiel bekeken heeft	75
4.1.1	Waarom zie je niet altijd een naam of foto?	76
4.1.2	Informatie over de bezoekers van jouw profiel	76
4.2	Meer bezoekers naar je profiel trekken	77
4.3	Zien wie jouw profiel gevonden heeft	78
5.	Je persoonlijke instellingen	80
5.1	Account	81
5.1.1	E-mailadressen toevoegen of verwijderen	81

5.1.2	Telefoonnummers	82
5.1.3	Wachtwoord wijzigen	82
5.1.4	Taal	83
5.1.5	Naam, locatie en bedrijfstak	83
5.1.6	Waar u bent aangemeld	84
5.1.7	Feed-voorkeuren	84
5.1.8	Video's automatisch afspelen	86
5.1.9	Profielfoto's weergeven	86
5.1.10	Archief van uw gegevens downloaden	87
5.1.11	Toegestane services	87
5.1.12	Twitter-instellingen	88
5.1.13	WeChat-instellingen	88
5.1.14	Probeer Premium gratis	90
5.1.15	Uw LinkedIn-account sluiten	92
5.1.16	LinkedIn-accounts samenvoegen	93
5.2	Privacy	94
5.2.1	Uw openbare profiel bewerken	94
5.2.2	Wie kan uw connecties zien	95
5.2.3	Gebruikers die dit profiel hebben bekeken, bekeken ook	96
5.2.4	Profielwijzigingen delen	97
5.2.5	Opties voor het bekijken van profielen	97
5.2.6	Connecties op de hoogte stellen wanneer u in het nieuws bent	98
5.2.7	Wie uw achternaam kan zien	99
5.2.8	Volgers	100
5.2.9	Blokkeren	100
5.2.10	Gestopt met volgen	101
5.2.11	Uw profiel delen wanneer u op Solliciteren klikt	101
5.2.12	Recruiters laten weten dat u beschikbaar bent voor carrièrekansen	102
5.2.13	U voorstellen als connectie op basis van uw e-mailadres	102
5.2.14	U voorstellen als connectie op basis van uw telefoonnummer	103
5.2.15	Uw organisatie vertegenwoordigen	103
5.2.16	Profielzichtbaarheid buiten LinkedIn	104
5.2.17	Advertentievoorkeuren	104
5.2.18	Dubbele verificatie	105
5.3	Communicatie	105
5.3.1	E-mailfrequentie	105
5.3.2	Van wie wilt u uitnodigingen ontvangen?	108
5.3.3	Berichten van leden	108
5.3.4	Leesbevestigingen en typindicatoren	109
5.3.5	Groepsuitnodigingen	110
5.3.6	Groepsmeldingen	110
5.3.7	Deelname aan onderzoek	111
5.3.8	InMail Partner	112

6.	Zoekfunctie, connecties en uitnodigingen	113
6.1	De zoekfunctie	113
6.1.1	Personen zoeken	114
6.1.2	Gericht zoeken met behulp van booleans	115
6.1.3	Gebruik je netwerk om in contact te komen	117
6.1.4	Vacatures, bedrijven, groepen en onderwijsinstellingen zoeken	118
6.1.5	Gericht zoeken binnen posts met hashtags	119
6.1.6	Zoekopdracht opslaan en zoekmelding aanmaken	120
6.2	Iemand uitnodigen om te linken	121
6.2.1	Iemand uitnodigen via desktop of laptop	122
6.2.2	Iemand uitnodigen via smartphone of tablet	124
6.3	Uitnodigingen ontvangen	125
6.3.1	Uitnodigingen met of zonder persoonlijke boodschap	125
6.3.2	Uitnodiging intrekken	127
6.3.3	Persoonlijke contacten toevoegen	128
6.3.4	Personen die je misschien kent uitnodigen	129
6.4	Je volledige lijst met connecties	129
6.5	Een connectie verwijderen	130
6.6	Iemand volgen zonder te linken	131
6.7	Iemand blokkeren	131
7.	Updates en blogs schrijven	133
7.1	Je tijdlijn	133
7.2	Updates verbergen of connecties ontvolgen	134
7.2.1	Iemand weer volgen	135
7.3	Een update plaatsen	135
7.3.1	Een link naar een website plaatsen in je update	140
7.3.2	Een mention plaatsen in een update	142
7.3.3	Tien tips voor het plaatsen van updates	142
7.4	Het verschil tussen liken, reageren en delen	145
7.5	Een overzicht van jouw updates en statistieken	148
7.6	Een overzicht van updates van je connecties	152
7.7	Publisher – artikelen schrijven op LinkedIn	152
7.7.1	Over welke onderwerpen schrijf je artikelen?	155
7.7.2	Twaalf tips voor het schrijven van een artikel op LinkedIn	156
7.7.3	Wat als je ook blogt op je eigen website?	159
7.7.4	Promoot je eigen artikel	159
7.7.5	Statistieken van je eigen artikelen	159
7.8	Pulse	161
8.	Berichteninbox en meldingen	163
8.1	Berichteninbox	163
8.1.1	Berichten versturen en chatfunctie	163
8.1.1.1	Berichten versturen vanuit het chatvenster	165

8.1.2	Opties voor de inbox	165
8.2	Meldingen	166
8.2.1	Meldingen om te feliciteren	167
8.2.2	Uitschrijven voor meldingen	168
8.2.3	Meldingsinstellingen beheren	169
8.2.4	Uitschrijven voor meldingen op smartphone of tablet	170
9.	Groepen	173
9.1	Standaard en verborgen groepen	174
9.1.1	Standaard groepen	174
9.1.2	Verborgen groepen	175
9.2	De zichtbaarheid van groepen op je profiel	176
9.3	Hoe werken groepen?	177
9.3.1	Social listening in groepen	178
9.4	Een groep weer verlaten	179
9.5	Een overzicht van je groepen	180
9.6	Zelf een groep aanmaken	181
10.	Zoeken naar vacatures	185
10.1	Vacatures zoeken en ontdekken	185
10.1.1	Zoekopdrachten vacatures opslaan of terugvinden	187
10.2	Solliciteren en je netwerk voor je laten werken	188
10.2.1	Solliciteren via de mobiele applicatie	192
11.	Sales Navigator - tool om leads te genereren	194
11.1	Drie verschillende pakketten binnen het Verkooppakket	194
11.2	Accounts	197
11.2.1	Zoeken naar accounts	198
11.2.1.1	Account weergeven	200
11.2.1.2	Label toevoegen	202
11.2.1.3	Vergelijkbare bedrijfsaccounts weergeven	203
11.2.1.4	Huidige medewerkers van het geselecteerde account bekijken	203
11.2.2	Updates van accounts en leads	203
11.3	Leads	205
11.3.1	Zoeken naar leads met behulp van de zoekbalk	205
11.3.2	Zoeken naar leads met Lead Builder	208
11.4	De homepage van Sales Navigator	210
11.5	SSI – Social Selling Index	211
11.6	Plaatsen beheren	213
11.7	Postvak IN	213
11.8	Sales Navigator gekoppeld aan Gmail	214
11.9	Sales Navigator Team	214
11.9.1	Gebruiksrapportages	215
11.9.2	Beheerdersinstellingen	216

11.10	PointDrive	219
11.11	Tips en training vanuit LinkedIn	222
11.12	Instellingen Sales Navigator	223
11.13	Acht tips om succesvol InMails te sturen	225
12.	Mobiele applicaties en handige tools	227
12.1	LinkedInapplicaties	227
12.1.1	Artikelen opslaan om later te lezen	230
12.1.2	Verschillende LinkedInapplicaties	232
12.2	Handige tools voor LinkedIn	233
12.2.1	Buffer	233
12.2.2	Hootsuite	234
12.2.3	IFTTT	234
12.2.4	Learning	235
12.2.5	SlideShare	236
12.2.6	ProFinder	237
	Op de hoogte blijven	238
	Aan de slag met je LinkedInbedrijfspagina	239
	Dankwoord	240
	Over de auteur	241

1. Het belang van LinkedIn

LinkedIn is een zakelijk online platform voor professionals. Waren het tot een paar jaar geleden nog vooral de hbo'ers en wo'ers die een profiel aanmaakten, nu zie je ook steeds meer mbo'ers hun weg vinden naar dit professionele netwerk.

LinkedIn kent twee soorten profielen: bedrijfsprofielen en persoonlijke profielen. Op het moment van schrijven zijn er wereldwijd dik 9 miljoen bedrijfsprofielen, ruim 500 miljoen persoonlijke profielen en er komen iedere seconde twee accounts bij. In Nederland tellen we ruim 7 miljoen persoonlijke accounts en is LinkedIn het grootste professionele netwerkplatform.

Daarnaast kent LinkedIn ruim 2 miljoen groepen. Dit zijn fora waarop LinkedInleden allerlei uiteenlopende onderwerpen bespreken.

In dit boek gaat het vooral om het persoonlijke profiel, maar ook de groepen komen aan bod. Voor bedrijfsprofielen verwijs ik graag naar mijn e-book *LinkedIn voor bedrijven*.

1.1 Waarom een persoonlijk LinkedInprofiel?

De vraag 'wat moet ik met LinkedIn?' wordt vaak gesteld. Bij heel wat professionals heerst nog steeds de misvatting dat LinkedIn een soort Rolodex is met wat contacten en dat het verder een statisch platform is. Maar LinkedIn is veel meer dan dat:

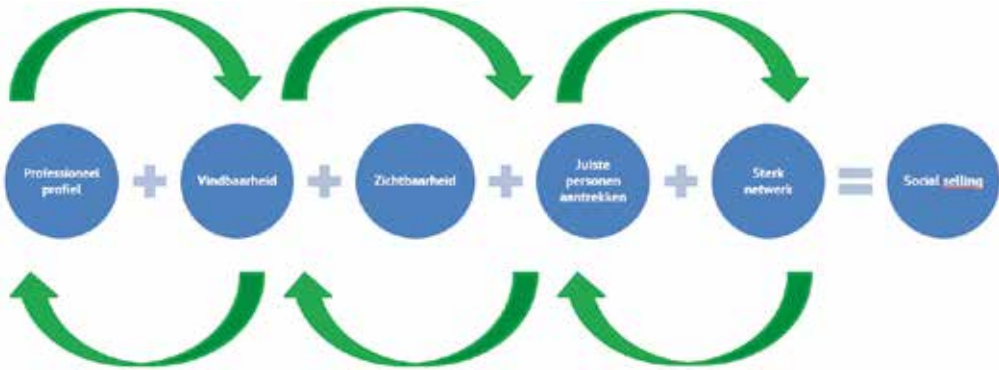
- **Het is een fantastisch netwerkplatform.**
- **Het is een database voor al je contacten, met als voordeel dat je contacten zelf hun data bijhouden.**
- **Het is je digitale cv.**
- **Het is een informatiekanaal waarop je enorm veel kunt lezen over onderwerpen uit bijvoorbeeld jouw vakgebied.**
- **Het is een platform waarop je je expertise kunt tonen.**
- **Het is je digitale visitekaartje.**
- **Het laat jou een ambassadeur zijn voor het bedrijf waarvoor je werkt.**
- **Het stelt je in staat te volgen wat interessante besluitvormers, prospects en bedrijven online zeggen en daar handig op in te spelen om jezelf zichtbaar te maken.**
- **Het is een ideaal platform om in te zetten voor social selling.**

In dit boek ga ik vooral in op dit laatste onderdeel: social selling.

1.2 Wat is social selling?

De term 'social selling' vind ik zelf niet de lading dekken. Mijn definitie van social selling is: *Social selling is een salesproces waarin je je sociale netwerken inzet om de juiste professionals en besluitvormers online te ontmoeten, hen kennis laat maken met jouw expertise en jouw merk en vervolgens bouwt aan een sterke (online) relatie die je uiteindelijk helpt om omzet te genereren.*

Eigenlijk maak je gebruik van social listening voordat je aan de slag gaat met social selling. Je luistert voordat je probeert te verkopen.



1.3 Hoe werkt LinkedIn?

Als je op LinkedIn een profiel aanmaakt, nodig je mensen uit om te linken of je wordt zelf door iemand uitgenodigd. Er is van beide kanten toestemming nodig, dus het is tweerichtingsverkeer. Op het moment dat je gelinkt bent met LinkedInleden, ben je eerste-gradsconnecties van elkaar. Is je connectie met iemand anders gelinkt, dan noem je die andere persoon een tweedegraadsconnectie. De connecties van de tweedegraadsconnecties noem je derdegraadsconnecties. Al deze connecties bij elkaar vormen jouw netwerk. Iedereen die daarbuiten valt, valt ook automatisch buiten je netwerk. Je kunt op het profiel van een LinkedInlid zien in de hoeveelste graad hij of zij zit door het cijfer achter de naam.



1.4 Het tijdperk van het netwerken

Zoals ik in het voorwoord al aangaf, is de tijd van massacommunicatie voorbij. Netwerken is voor jou als professional enorm belangrijk en als je niet al begonnen bent, dan raad ik je echt aan direct te beginnen. Anders mis je gewoon de spreekwoordelijke boot.

Waarom zo stellig? Het draait in deze tijd meer en meer om persoonlijkheid, gunfactor, social selling, persoonlijke aanbevelingen, samenwerkingen, bouwen aan relaties, vertrouwen en transparantie. En dit gebeurt niet alleen offline of via de welbekende mond-tot-mondreclame, maar juist ook steeds meer online.

Je staat waarschijnlijk wel eens op een borrel, zakelijk of privé, of op een evenement of een andere bijeenkomst met een paar mensen te praten. Op dat moment mis je alles wat er verder om je heen gezegd wordt. Stel nou dat net een paar meter achter je iemand vertelt dat hij op zoek is naar een goed bedrijf dat hem kan helpen met het verbeteren van de airconditioning in zijn bedrijf. En stel nou dat de persoon naast hem jou niet kent en niet weet dat jij daarin gespecialiseerd bent. Kans gemist! En dat is het mooie van LinkedIn: daar kun je direct anticiperen op dit soort vragen, eventueel met behulp van je waardevolle netwerk of de extra tool Sales Navigator. En daar ligt ook de kracht van LinkedIn: je kunt op ieder tijdstip van de dag updates volgen van iedereen die je wilt en daarop inspringen. Of iemand kan jouw naam doorgeven, wat het nog sterker maakt. Zorg dat mensen over jou gaan praten, offline, maar vooral ook online. Zorg dat je als eerste genoemd wordt en dat jouw naam bekend wordt bij interessante personen.

1.5 Verkoop jezelf niet, laat anderen je verkopen

Verkopers die roepen dat hun product of dienst het best, het snelst of misschien het goedkoopst is, kunnen roepen wat ze willen: we geloven verkopers niet meer op hun blauwe ogen. Wel geloven we de buurman, de vriend of vriendin of het familielid dat zo laaiend enthousiast is over jouw product of dienst. Jij als verkoper zult dus een andere weg in moeten slaan. Netwerken is hier ook een sterk onderdeel van. Zorg ervoor dat mensen jou gaan verkopen in plaats van dat je jezelf probeert te verkopen.

3. Je LinkedInprofiel professionaliseren

Of je nu al een tijd bezig bent op LinkedIn of net begonnen bent, je profiel kan altijd beter en professioneler. Als je het ooit hebt opgezet, wil dat niet zeggen dat je er niet meer naar om hoeft te kijken. LinkedIn is sowieso continu aan veranderingen onderhevig, maar ook jij verandert en je ervaringen, behoeften en wensen veranderen mee. Daarom is het verstandig met regelmaat je profiel te checken en bij te werken. In dit hoofdstuk loop ik het hele profiel stap voor stap met je door.

Je verkorte profiel is het eerste wat mensen zien als ze op je profiel komen. Dit is een soort samenvatting van een aantal onderdelen uit je profiel, een introductie van jezelf.

3.1 Profielfoto

Een eerste indruk maak je ook online maar één keer en je profielfoto is een van de belangrijkste onderdelen die als eerste 'beoordeeld' worden. Je foto kan ervoor zorgen dat mensen op je profiel blijven en eventueel contact opnemen of juist je profiel meteen weer verlaten. Let op, het gaat hier niet om een modellenwedstrijd, dus het gaat er niet om of je een knap koppie hebt, maar of je een zakelijke en professionele uitstraling hebt. Heb je geen professionele foto, dan is het verstandig er een te laten maken bij een goede fotograaf. Dit hoeft niet duur te zijn – denk bijvoorbeeld aan een winkel waar ze ook paspoortfoto's maken.

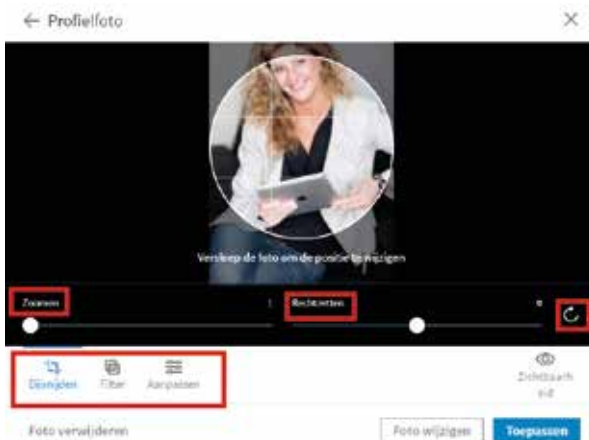
Waar moet je op letten bij het plaatsen van een foto op LinkedIn?

- 1. Plaats altijd een foto van alleen jezelf** – geen partner, kind, hond, paard of iets of iemand anders. Je profiel is persoonlijk en het gaat om jou.
- 2. Voorkom 'afgehakte' lichaamsdelen op je foto.** Soms knippen mensen zich bijvoorbeeld uit een groepsfoto en dan zie je nog een handje of een half hoofd ergens bungelen.
- 3. Zorg dat je gezicht herkenbaar is,** dus maak de foto van voren en kijk bij voorkeur in de camera. Mensen willen graag aangekeken worden.
- 4. Maak geen selfie, laat iemand anders een foto van je maken.**
- 5. Houd vakantie-, strand-, festival- of andere vrijetijdscamera's voor Facebook.**
- 6. Draag zakelijke kleding.**
- 7. Zwart-wit of kleur maakt niet uit,** het kan allebei.
- 8. De achtergrond maakt ook niet uit,** blijkt uit onderzoek van de tool Photofeeler. Wel zou ik het zakelijk houden, dus geen foto op een festival bijvoorbeeld.
- 9. Je profielfoto moet 300 × 300 pixels zijn.** Gebruik dit formaat en zorg voor een scherpe foto.

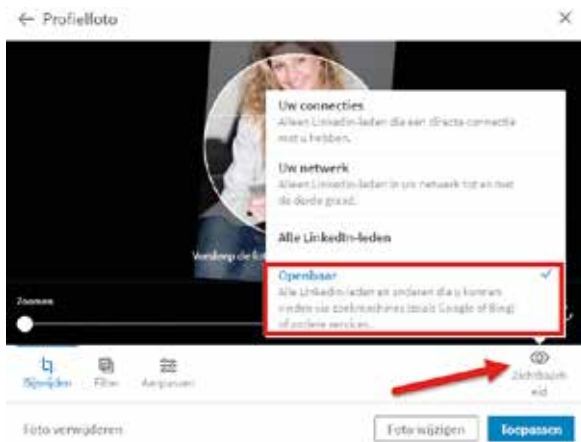


Let op: Voorkom dat jij en je collega's allemaal een soortgelijke profielfoto maken voor het bedrijf om 'eenzelfde uitstraling te creëren'. Voor herkenning en zichtbaarheid is het juist niet goed als jullie allemaal dezelfde uitstraling hebben. Dit wordt soms wel door het bedrijf gevraagd of opgelegd, er wordt zelfs een fotograaf voor ingehuurd, maar geef aan dat je dat niet wilt. Het is namelijk jouw profiel, jouw identiteit en die is authentiek. Een goede fotograaf inhuren is natuurlijk prima, maar kies je eigen achtergrond, omgeving, uitstraling en kleding en wees vooral jezelf.

Je kunt je foto uploaden of wijzigen door in je eigen profiel met je muis op de profielfoto te gaan staan (of als je die nog niet geüpload hebt het lege veld voor je profielfoto) en te klikken. De mogelijkheid verschijnt dan om een foto te uploaden. Kies je bestand en daarna 'Foto uploaden'. Je kunt je foto bijsnijden indien gewenst; schuif hiervoor met het schuifbalkje over de foto totdat je het gewenste formaat hebt. Ook is er de mogelijkheid om je foto te draaien of er een filter overheen te plaatsen zodat de kleur verandert en kun je met het licht spelen door op 'Aanpassen' te klikken.



Je kunt rechtsonder kiezen voor vier zichtbaarheidsopties. Klik hiervoor op het oogje en maak de juiste keuze: 'Uw connecties' (mensen met wie je direct gelinkt bent), 'Uw netwerk (connecties en connecties van jouw connecties)', 'Alle LinkedIn-leden' en 'Openbaar' (alle leden maar ook de mensen die geen LinkedInaccount hebben en bijvoorbeeld via Google op je profiel komen). Mijn advies is om het op 'Openbaar' te zetten. LinkedIn is een open platform waar een open manier van communiceren zeer gewaardeerd wordt. En zeg nou zelf, linken met iemand die zichzelf niet wil laten zien, dat wil toch niemand?



Tip: Ook in de mobiele applicatie kun vanuit je profiel je foto bewerken door erop te tikken met je vingers. Je kunt er een filter overheen plaatsen, vervagen of bijvoorbeeld de warmte-instellingen aanpassen.

3.1.1 Check wat anderen van jouw profielfoto vinden

Je kunt op de website [Photofeeler.com](https://www.photofeeler.com) door andere professionals gratis laten beoordelen wat ze van jouw profielfoto vinden, gebaseerd op drie pijlers:

- **Of je bekwaam overkomt.**
- **Of je aardig overkomt.**
- **Of je invloedrijk overkomt.**

Om de beoordelingen te kunnen krijgen moet je wel eerst een aantal anderen een beoordeling geven. Photofeeler is een leuke tool om eens te kijken of je foto goed gewaardeerd wordt op deze verschillende onderdelen. Aan de hand van deze beoordelingen kun je misschien eens bekijken of je niet een nieuwe foto moet (laten) maken. Ga hiervoor naar <https://www.photofeeler.com/my-account>.

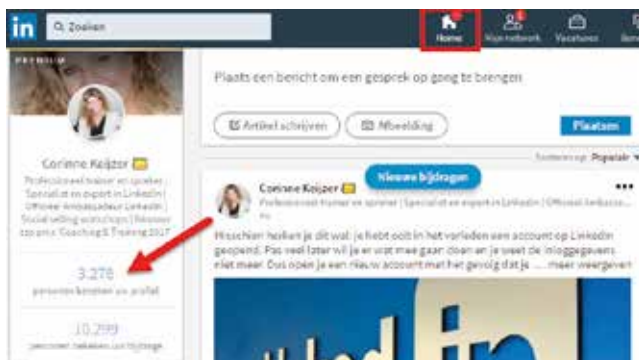


4. De statistieken van jouw profiel

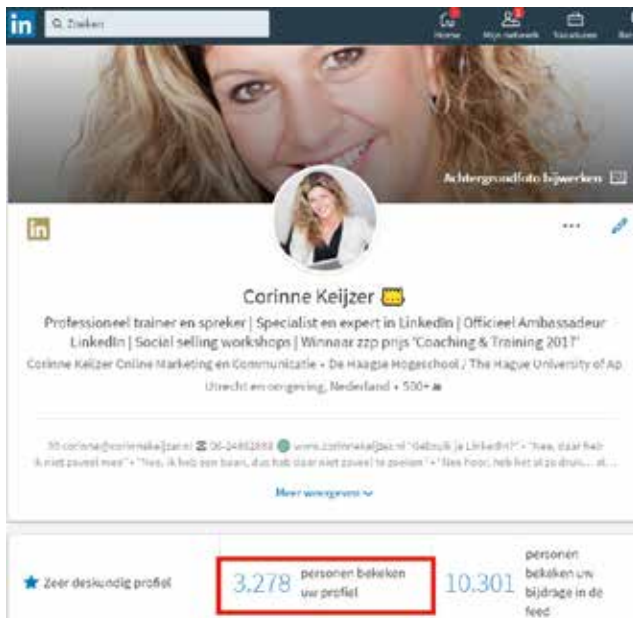
De populairste en meest gebruikte optie binnen LinkedIn is het bekijken van andere profielen. Behalve dat het leuk is om andere professionals te bekijken en door hen bekeken te worden, biedt deze optie veel mooie zakelijke kansen: netwerken, leads genereren, je bezoekers analyseren op regio, functie en zelfs bedrijf. Daarnaast kun je ook zien hoe vaak je profiel in de zoekresultaten is getoond. Kortom, twee statistieken die je een schat aan informatie geven waar je voordeel mee kunt doen.

4.1 Zien wie jouw profiel bekeken heeft

Op de homepage zie je in de linker kantlijn hoe vaak je profiel is bekeken in de afgelopen negentig dagen.

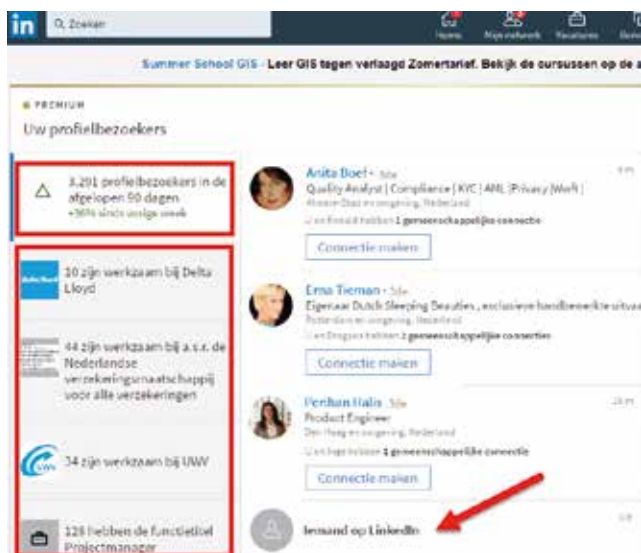


Ook zie je op je eigen profiel hoe vaak je profiel bekeken is.



Klik in een van twee voorgaande opties op ‘... personen bekeken uw profiel’ om te zien wie die bezoekers waren.

Voor niet-betalende leden is het alleen mogelijk de laatste vijf personen terug te zien die je profiel bezocht hebben. Betalende leden kunnen alle bezoekers van de afgelopen negentig dagen zien.



4.1.1 Waarom zie je niet altijd een naam of foto?

Zoals je in voorgaand voorbeeld ziet, zie je niet van iedere bezoeker een naam of foto bij het profiel. De vijfde persoon in het voorbeeld heeft zijn profiel zo ingesteld dat je niet kunt zien wie hij of zij is. Hier kun je verder niets mee. Wellicht is het een gemiste kans voor diegene, aangezien ik nu geen contact kan opnemen of kan terugkijken en hem of haar wellicht verder kan helpen. Iemand die zijn profiel op 'Anoniem' heeft staan, of alleen zijn branche en bedrijf bekendmaakt, kan zelf ook niet zien wie op zijn of haar profiel kijkt. Wel zo eerlijk.

Meer over de instellingen van je profielbezoek vind je in [paragraaf 5.2.5](#).

4.1.2 Informatie over de bezoekers van jouw profiel

Behalve de vijf laatste personen die op je profiel hebben gekeken, zie je linksboven ook hoeveel keer jouw profiel is weergegeven in de afgelopen negentig dagen. Deze periode staat vast en kun je niet zelf instellen. Je kunt ook zien met hoeveel procent het aantal profielweergaven in de afgelopen week gedaald of gestegen is en hoe je uitgevoerde acties zich verhouden ten opzichte van de afgelopen week.

In mijn geval is mijn profiel 3291 keer weergegeven in de afgelopen negentig dagen en dat is 36 procent meer dan vorige week.

Onder het aantal profielbezoekers zie je van welke bedrijven je bezoekers komen. Je ziet de bedrijven waar de meeste bezoekers vandaan komen, in mijn geval Delta Lloyd, a.s.r. en UWV. Daarnaast zie ik wat voor functies mijn bezoekers het meest hebben – in dit geval projectmanager. Deze gegevens kunnen heel waardevol zijn. Waarom zijn deze mensen in mijn profiel geïnteresseerd?



Tip: Als meerdere mensen van eenzelfde bedrijf op jouw profiel hebben gekeken, dan zou je denken dat er over jou gesproken is. Misschien hebben ze je profiel gezien en vinden ze je interessant voor een vacature? Of misschien zijn ze op zoek naar iemand met jouw diensten die hen kan helpen?

Heb je een betaalpakket, dan kun je op het bedrijf in deze statistiek klikken om te zien wie op jouw profiel gekeken hebben. Klik sowieso terug (dan nemen ze soms ook contact op) of trek de stoute schoenen aan en vraag een van de bezoekers rechtstreeks of je iets voor hen kunt betekenen. Uiteraard zou het mooi zijn als er iemand uit jouw directe netwerk, een eerstegraadsconnectie dus, tussen zit zodat je een directe ingang hebt.

4.2 Meer bezoekers naar je profiel trekken

Wat kun je doen om (nog) meer bezoekers op je LinkedInprofiel te krijgen? Een aantal tips:

- 1. Vindbaarheid.** Het is heel belangrijk dat je je profiel vindbaar maakt door het op de juiste manier in te richten en zoekmachineoptimalisatie toe te passen (zie [paragraaf 2.4](#)).
- 2. Zichtbaarheid.** Hoe zichtbaarder je jezelf maakt, hoe meer mensen er naar je profiel komen kijken. Dit doe je door te reageren op updates of blogs van je connecties of op discussies in groepen, maar ook door deze te liken of te delen. En uiteraard geldt dat ook als je zelf iets plaatst (lees meer hierover in [paragraaf 7.3](#) en [7.7](#)).
- 3. Netwerken.** Hoe groter je netwerk, hoe groter je bereik en hoe meer mensen jou online 'zien' als je aan je zichtbaarheid werkt. Netwerken doe je offline – en als je mensen ontmoet voeg je ze online toe – maar voeg ook mensen online toe die je (hopelijk) in de toekomst ook offline zult ontmoeten (lees meer hierover in [hoofdstuk 6](#)).
- 4. Je profiel profileren.** Het is belangrijk dat je profiel zo veel mogelijk bekendheid krijgt en dat mensen je weten te vinden op LinkedIn. Dit kun je bijvoorbeeld doen door het LinkedInlogo met je URL op te nemen op je visitekaartje, op je website en in je e-mailhandtekening.

7. Updates en blogs schrijven

De homepage is de hoofdpagina van LinkedIn en na je profiel het belangrijkste onderdeel. Hier komen namelijk alle activiteiten uit je netwerk voorbij. Je vindt de homepage door boven in je menubalk op 'Home' te klikken.

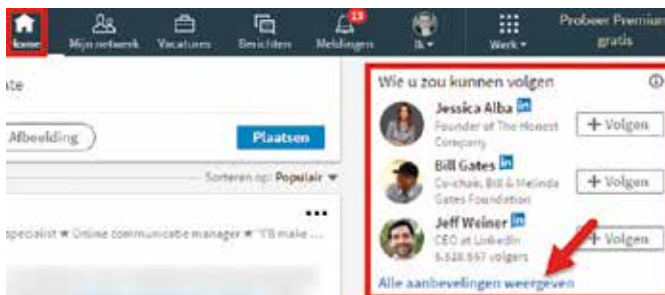


7.1 Je tijdlijn

Op de homepage vind je je tijdlijn. Hier komen alle statusupdates van jou en je connecties voorbij, maar ook van de bedrijven, influencers, groepen en scholen die je volgt. Deze updates zijn bijvoorbeeld meldingen van een connectie over een blogpost, een zakelijke onderneming waar hij of zij mee bezig is of een nieuwtje. Ook komen meldingen voorbij van nieuwe connecties van jouw connecties, aanpassingen van profielen en berichten die jouw connecties liken of waar ze op reageren. Op het moment van schrijven kun je je tijdlijn helaas niet meer filteren op berichten. Je ziet alles van iedereen, wat het best druk kan maken. Wel kun je kiezen voor de populairste updates (meeste reacties, likes en/of gedeeld) of recente updates in chronologische volgorde.



Daarnaast krijg je in de rechter kantlijn suggesties te zien voor personen, met name influencers, die je kunt volgen. Klik op 'Alle aanbevelingen weergeven' om meer suggesties te krijgen.



Zie voor meer uitleg over dit onderdeel [paragraaf 5.1.7](#).

7.2 Updates verbergen of connecties ontvolgen

Soms vind je updates van bepaalde connecties of bedrijven niet interessant, niet leuk of zelfs irritant. Vooral als het niet-zakelijke updates zijn, zoals spelletjes of plaatjes die meer materiaal voor bijvoorbeeld Facebook zijn. Maar de connectie in zijn geheel verwijderen uit je netwerk vind je misschien te ver gaan.

In dat geval heb je meerdere opties:

- Je kunt de desbetreffende update **verbergen**. Hiermee voorkom je dat hij nog een keer in je tijdlijn getoond wordt.
- Je kunt de persoon die de update geplaatst heeft, of degene die erop gereageerd heeft, **ontvolgen**. Hiermee geef je aan geen updates meer van die persoon in je tijdlijn te willen zien.
- Is het een update die echt niet door de beugel kan en bijvoorbeeld in strijd is met de regels en voorwaarden van LinkedIn, dan kun je de update **rapporteren**.

Ga in de desbetreffende update staan en klik op de drie puntjes rechtsboven in de post.



Maak nu je keuze. Kies je voor het verbergen van de update of het niet meer volgen van de persoon, dan krijg je een en dezelfde melding. Heb je er per ongeluk op geklikt, dan kun je het nog ongedaan maken.



Wil je de update rapporteren, dan kies je uit de volgende mogelijkheden:



11. Sales Navigator - tool om leads te genereren

LinkedIn draait om data, heel veel data. Aan de ene kant maken mensen profielen aan die ze vullen met allerlei data, aan de andere kant zijn er groepen professionals die mensen zoeken op basis van die data. Alles draait om zichtbaarheid, vindbaarheid, verbinden, transparantie, vertrouwen winnen, relaties bouwen. Een goed bijgewerkt profiel is belangrijk voor jou, maar ook voor de mensen die jou zoeken. Of dat nu recruiters zijn, opdrachtgevers, werkgevers of (potentiële) klanten, de perfecte match komt alleen tot stand als de data kloppen en op elkaar aansluiten.

Sales Navigator is een zeer waardevolle tool die je krijgt bij het afsluiten van het Verkoop-betaalpakket. Deze tool, bedoeld om social selling te bevorderen door de juiste besluitvormers op een gemakkelijke manier te volgen, kan je helpen een overzichtelijke pijplijn aan te leggen van potentiële klanten, opdrachtgevers of andere interessante personen op LinkedIn. Dat gaat via data – waardevolle data die door professionals zelf worden verstrekt.

11.1 Drie verschillende pakketten binnen het Verkooppakket

Wanneer je kiest voor het betaalpakket Verkoop (zie ook [paragraaf 5.1.14](#)), kun je kiezen uit drie versies daarvan: *Sales Navigator Professional*, *Sales Navigator Team* en *Sales Navigator Enterprise*. De verschillen zitten, behalve in de prijs, in de opties per pakket: het aantal InMails, het aantal leads dat je kunt opslaan, synchronisatie met je CRM systeem, gebruiksrapportages en of je met medewerkers gezamenlijk gebruik kunt maken van Sales Navigator of met het hele bedrijf. Let ook goed op het verschil in prijs wanneer je per jaar betaalt of per maand. Op het moment van schrijven is het nieuwste pakket, Sales Navigator Enterprise, nog niet opgenomen in de prijstabel. Het heeft dezelfde opties als Sales Navigator Team, alleen krijg je vijftig in plaats van dertig InMails (zie [paragraaf 11.13](#)), kun je connecties van alle medewerkers uit de organisatie bekijken in plaats van alleen het team (zie [paragraaf 11.9](#)) en kun je onbeperkt presentaties toevoegen aan PointDrive (zie [paragraaf 11.10](#)).

The screenshot displays the LinkedIn Sales Navigator interface for the company AkzoNobel. At the top, there are navigation tabs for 'STARTPAGINA', 'ACCOUNTS (34)', 'LEADS (25)', 'POSTUAK (16)', and 'BEHEERDER'. The main header shows the company name 'AkzoNobel' and its location 'Chemis - Amsterdam en omgeving, Nederland'. Below this, there is a section for 'Over AkzoNobel' and 'Hoofdkantoor'. A grid of employee profiles is visible, including M.H.T. Slagen, Tjerk Hilde Wijma, and Renie Nuijtinck. A red box highlights a specific update from AkzoNobel titled 'Heeft een update gedeeld' (Shared an update), which discusses green energy inventions. A red arrow points to the 'Nieuw' (New) filter in the 'Uw updates filteren' (Filter your updates) sidebar.

En hier begint het interessant te worden. Je hebt nu een aparte tijdlijn met enkel updates van het desbetreffende bedrijf én de werknemers die je interessant vindt. Ongeacht of je gelinkt bent, kun je van deze werknemers in één oogopslag alles volgen wat er gezegd, gedeeld of verspreid wordt, zonder ruis van allerlei updates waar je niets aan hebt, zoals vaak in je eigen tijdlijn op LinkedIn het geval is. Je kunt nu direct reageren op updates van andere LinkedInleden dan uit je eigen directe netwerk en ook hun updates liken of delen. Dit is het moment dat je je kunt mengen in discussies, je expertise kunt tonen en vooral jouw zichtbaarheid kunt vergroten. Op deze manier kun je in contact komen met belangrijke besluitvormers en potentiële klanten. Normaal gesproken kun je namelijk in je tijdlijn van LinkedIn alleen de updates zien en volgen van mensen die met jou gelinkt zijn of bedrijven die je volgt. Hier komt social listening om de hoek kijken alvorens je overgaat tot social selling.

Je weet nu heel snel wat er speelt binnen een bedrijf of bij bepaalde personen en kunt hier snel op inspelen. Maak nu niet de fout jezelf hier direct te promoten of spamgedrag te vertonen door je product of dienst aan te bieden. Luisteren, anticiperen en uiteindelijk boeien en binden zijn de waardevolle kernwoorden. Het is mogelijk een persoonlijk bericht

te sturen, maar wees er voorzichtig mee en schrik mensen niet te snel af. Zet desnoods je eigen netwerk in, als je een gezamenlijke connectie hebt, bijvoorbeeld door je voor te stellen of door zijn of haar naam te noemen als je de stoute schoenen aantrekt. Op die manier wek je meer vertrouwen en schrik je je prospect niet af.



Tip: Je kunt bijvoorbeeld ook zien wanneer een van je opgeslagen leads een nieuwe functie heeft. Dat zijn mooie momenten om iemand te feliciteren (met een persoonlijk bericht, niet de standaard notitie van LinkedIn!) en contact te leggen.

11.3 Leads

Behalve dat je leads kunt vinden, zoals omschreven in **paragraaf 11.2.1**, kun je ook direct op zoek naar leads met behulp van de zoekbalk en de Lead Builder.

11.3.1 Zoeken naar leads met behulp van de zoekbalk

In de menubalk kies je voor 'Leads' als je meer leads wilt opzoeken. Afhankelijk van het betaalpakket dat je hebt, kun je 1500 of 3000 leads opslaan. Links in de kolom kun je je zoekopdracht uitbreiden om de juiste personen te vinden die voor jou van belang zijn.

The screenshot displays the LinkedIn Sales Navigator interface. At the top, the navigation bar includes 'STARTPAGINA', 'ACCOUNTS (34)', 'LEADS (21)', 'POSTYAK IN', and 'BEHEERDE'. A red arrow points to the 'LEADS (21)' tab. Below the navigation bar, the main content area shows 'Uw opgeslagen leads (21)'. On the left, a sidebar titled 'Filteren' (Filter) is highlighted with a red box. It contains sections for 'Locatie' (with options like Beroep (21), EMEA (11), Europa (21), and Nederland (21)), 'Rol' (with options like Niet u bent verbonden, Directiegraads connecties, Tweede graads connecties, Gesloten, and Directiegraads en alle andere), 'Bedrijf' (with options like Bedrijven of bedrijven waaraan u niet verbonden bent, Zicht, risico- en verzekeringstaalbeurten (5), Augen (4), Delta Lloyd (4), and BearingPoint (3)), and 'Bedrijfsnaam' (with options like Bedrijfstakken toevoegen and Verzekeringen (5)). The main content area shows a list of leads with details such as name, company, and status. The first lead is 'Ianya Hatvany' from 'TopFens', with a status of 'Opgeslagen' and 'InMail verzenden'. The second lead is 'Erna Fierman' from 'OLGREEN', also with a status of 'Opgeslagen' and 'InMail verzenden'. The third lead is 'Rik Kruijer' from 'Unirobe Meëus Groep BV', with a status of 'Opgeslagen' and 'InMail verzenden'.

Over de auteur



Corinne Keijzer heeft zich in de afgelopen jaren volledig gespecialiseerd in socialmediamarketing en -strategie, met de focus op Facebook, Twitter en LinkedIn. Ze houdt zich als zelfstandig ondernemer dagelijks bezig met consultancy voor diverse organisaties en heeft al vele andere zelfstandig ondernemers op weg geholpen in de wereld van social media. Ze helpt bedrijven met het opzetten en uitvoeren van hun socialmediamarketing en -strategie en daarnaast is ze bedreven in het geven van op maat gemaakte trainingen, met name op gebied van LinkedIn. Ze is auteur van honderden blogs, artikelen en meerdere boeken over social media. Daarnaast wordt ze met regelmaat gevraagd voor het televisieprogramma Shownieuws om in de uitzending haar

advies en mening te geven over social media. Ook geeft ze vaak tips, adviezen en interviews aan kranten en tijdschriften en voor online artikelen.



In 2017 is zij door de vakjury van de FOTY Awards uitgeroepen tot zzp'er van het jaar in de categorie 'Coaching & training'.

Volg Corinne op www.corinnekeijzer.nl om op de hoogte te blijven van alle ontwikkelingen of zoek haar op LinkedIn en nodig haar (uiteraard met een persoonlijk bericht) uit om te linken.

MEER SUCCES MET LINKEDIN!

Handleiding voor professionals

Veel mensen zien LinkedIn nog steeds als een database voor contacten of denken dat je het alleen maar gebruikt bij het zoeken naar een nieuwe baan. Jammer, want LinkedIn biedt voor professionals zoveel meer.

Na het lezen van dit boek snap je de meerwaarde van LinkedIn en ben ook jij in staat zakelijk succes uit dit uitgebreide platform te halen. Zorg ervoor dat je je concurrentie voor blijft en leer alle geheimen rondom social selling.

Dit boek is geschikt voor zowel beginners als gevorderden en voor iedere professional een absolute aanrader. Behalve dat je je profiel doorloopt en veel tips krijgt om jezelf beter vindbaar en zichtbaar te maken, word je ook meegenomen in de wereld van social selling en de aparte LinkedIntool Sales Navigator. Hoe trek je potentiële klanten of opdrachtgevers naar je profiel? Hoe kan interactie tot waardevolle leads leiden? En wat moet je doen om op LinkedIn de status van expert te krijgen, waardoor mensen jouw naam noemen zodra er iemand gezocht wordt met jouw expertise?



CORINNE KEIJZER

AUTEUR 'MEER SUCCES MET LINKEDIN!'

Corinne Keijzer is een van de bekendste en succesvolste LinkedInexperts van Nederland en geeft al jarenlang training op dit gebied. Haar online handleiding voor LinkedIn, die al ruim 60.000 keer gedownload is, is voor velen een begrip.

Ze geeft niet alleen trainingen, maar helpt ook allerlei bedrijven met het bedenken en opzetten van de socialmediastrategie, waarbij ze met regelmaat samenwerkt met de medewerkers van LinkedIn zelf.

In 2017 is zij uitgeroepen tot beste zzp'er in de categorie 'Coaching en training' en is zij door LinkedIn benoemd tot officieel ambassadeur van LinkedIn.



MARCEL MOLENAAR

COUNTRYMANAGER LINKEDIN BENELUX

"Meer succes met LinkedIn! is een zeer compleet en gedegen overzicht van alle functionaliteiten die het LinkedInplatform aan professionals te bieden heeft. Ik heb het dan ook met plezier gelezen en weet zeker dat zowel startende als ervaren netwerkers veel waardevolle informatie zullen halen uit deze handleiding."

ISBN 978-90-821903-3-5



9 789082 190335 >

LinkedIn

WWW.LINKEDIN.COM/IN/CORINNEKEIJZER/



SOME BOOKS
— UITGEVERIJ —