

MEEER SUCCES MET LINKEDIN!

Handleiding voor professionals

INKIJKEXEMPLAAR

Corinne Keijzer

DIGITALMOVIE
we are social

Meer succes met LinkedIn!

Handleiding voor professionals

Corinne Keijzer

DIGITALMOVES
we are social

Copyright en auteursrechten

ISBN: 9789083096810

NUR: 802, 811

Trefwoorden: Marketing, LinkedIn, Social media, Sales

Derde druk: februari 2021

© Copyright 2021 Corinne Keijzer, Amersfoort: www.corinnekeijzer.nl en www.digitalmoves.nl

Een uitgave van Some Books Uitgeverij: www.somebooks.nl

Design omslag en opmaak binnenwerk: Rik Keijzer – New Flavours

Foto auteur: Yvette Wolterinck - Eyescream

Eindredactie: Roelof Broekman

Alle rechten zijn voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt worden, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande toestemming van de auteur of uitgever.

Voor zover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16B Auteurswet 1912j het besluit van 20 juni 1974, St.b. 351, zoals gewijzigd bij Besluit van 23 augustus 1985, st. b. 471 en artikel 17 Auteurswet 1912, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de stichting Reprorecht. Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere werken of andere compilatiewerken (artikel 16 Auteurswet 1912), in welke vorm dan ook, dient men zich tot de auteur te wenden.

Ondanks alle aan de samenstelling van dit boek bestede zorg kan noch de redactie, noch de auteur, noch de uitgever aansprakelijkheid aanvaarden voor schade die het gevolg is van enige fout in deze uitgave of veranderingen die door LinkedIn doorgevoerd zijn sinds de uitgifte van dit boek.

Voor zover er auteursrecht op de afbeeldingen in dit werk rust, hebben wij geprobeerd de bronnen immer nauwkeurig te vermelden.

Je kunt Corinne Keijzer voor tips, nieuws en de laatste ontwikkelingen op gebied van LinkedIn volgen op de volgende socialmediakanalen en websites:



Facebook:

<https://www.facebook.com/corinnekeijzer.digitalmoves>



Twitter:

www.twitter.com/corinnekeijzer



LinkedIn:

www.linkedin.com/in/corinnekeijzer/

www.linkedin.com/company/digital-moves/



Blogs:

www.corinnekeijzer.nl



Workshops en (online video) trainingen:

www.digitalmoves.nl



Socialmediaboeken:

www.somebooks.nl

Voorwoord

De tijd van massacommunicatie is voorbij. We leven in een netwerkmaatschappij, en socialmediakanalen en interactieve medianetwerken spelen een steeds grotere rol als het gaat om beslissingen nemen – zowel in je privéleven als in bedrijven en organisaties. In de B2B-omgeving wordt, volgens onderzoeksbureau IDC, inmiddels 75 procent van de aankopen met behulp van social media gedaan. 81 procent van de zakelijke beslissingnemers toont eerder interesse in contacten met een sterk profiel.

Veel bedrijven en organisaties zag ik daardoor in de loop der jaren hun strategie flink aanpassen: van eenrichtingsverkeer, dat vooral bestond uit zenden, naar een interactieve houding ten opzichte van (potentiële) klanten, opdrachtgevers, stakeholders en andere geïnteresseerden en betrokkenen.

Ook voor werknemers is er veel veranderd. Koude acquisitie wordt door steeds minder mensen gewaardeerd: nog maar 10 procent van de benaderde mensen vindt dat acceptabel. Je zult dus op een andere manier in contact moeten komen met nieuwe klanten en op innovatieve wijze je producten of diensten aan de man moeten brengen. Online aanwezigheid is een must in deze tijd. Als zelfstandig ondernemer, maar ook als medewerker fungeer je als ambassadeur van je bedrijf, en dan kun je je maar beter op professionele wijze presenteren. Want voordat je het weet, is je concurrent je voor.

Sinds eind 2009 werk ik officieel met LinkedIn. Het is mijn digitale visitekaartje, de beste tool om potentiële klanten en opdrachtgevers te vinden, te netwerken en mijzelf te profileren als expert. Ik train, begeleid en adviseer mensen en bedrijven in de wirwar van social media. Ik benader zelf geen mensen, maar ik zorg ervoor dat ze mij vinden en vervolgens benaderen. En dat kun jij ook voor elkaar krijgen, als je LinkedIn op de juiste manier inzet.

Om jou als professional verder te helpen in deze netwerkmaatschappij, heb ik dit boek geschreven. Het is geschikt voor zowel beginners als gevorderden en vooral gebaseerd op eigen ervaringen uit de praktijk. Ik werkte met mkb'ers, met zzp'ers en voor langere periodes binnen grotere (corporate) bedrijven in allerlei verschillende branches.

Dit boek helpt je om een stevige basis te leggen voor een duidelijk vindbaar en zichtbaar profiel en zorgt ervoor dat je begrijpt wat netwerken inhoudt, hoe je social selling kunt toepassen en hoe ook jij uiteindelijk tot die waardevolle leads en goede klanten komt.

LinkedIn is je digitale cv, je professionele visitekaartje, maar vooral ook het platform waar je als professional vandaag de dag niet meer zonder kunt.

Ik wens je heel veel succes met en op LinkedIn!

Corinne Keijzer - Digital Moves



Voorwoord	4
1 Het belang van LinkedIn	13
<i>Waarom een persoonlijk LinkedIn-profiel?</i>	13
<i>Koude acquisitie vs social selling</i>	14
<i>De vijf belangrijke elementen van social selling</i>	14
<i>Hoe werkt LinkedIn?</i>	15
<i>Het tijdperk van het netwerken</i>	16
<i>Verkoop jezelf niet, laat anderen je verkopen</i>	17
<i>Digitaal visitekaartje</i>	17
<i>Zichtbaarheid</i>	18
<i>Richt je op je rol als expert</i>	18
<i>Vindbaarheid</i>	19
<i>Geven is het nieuwe krijgen</i>	20
1.1 <i>Checklist na hoofdstuk 1</i>	20
2. Een professioneel profiel	21
2.1 <i>Voor wie nog geen profiel heeft</i>	21
2.2 <i>Voor wie al een profiel heeft</i>	23
2.3 <i>Verskil in opties en lay-out</i>	23
2.4 <i>Het toepassen van SEO voor LinkedIn</i>	24
<i>Ubersuggest</i>	24
<i>Google Trends</i>	25
2.5 <i>Het LinkedIn-logo in je e-mail, cv of website</i>	27
2.6 <i>Checklist na hoofdstuk 2</i>	28
3. Je LinkedIn-profiel professionaliseren	29
3.1 <i>Profielfoto</i>	30
<i>Check wat anderen van jouw profielfoto vinden</i>	33
<i>Lachend op je foto</i>	34
3.2 <i>Achtergrondfoto</i>	35
3.3 <i>Naam</i>	36
3.4 <i>Connecties</i>	39
3.5 <i>Kopregel</i>	40
<i>Een paar concrete voorbeelden voor kopregels</i>	41
3.6 <i>Huidige functie en opleiding</i>	42
3.7 <i>Omgeving en bedrijfstak</i>	43

3.8 Contactgegevens.....	44
Websites.....	46
Telefoonnummer.....	47
Adres.....	47
E-mailadres.....	48
Twitter.....	51
Skype-adres of andere Instant Messenger.....	52
Verjaardag.....	53
3.9 Profiel-URL en openbaar profiel.....	54
Profiel-URL aanpassen.....	54
Openbaar profiel aanpassen.....	55
3.10 Beschikbaar en aangeboden services.....	56
Beschikbaarheid.....	56
Aangeboden services voor zelfstandigen.....	60
3.11 Profielonderdeel toevoegen.....	62
Info.....	63
Uitgelicht.....	68
Achtergrond.....	71
Vaardigheden en onderschrijvingen.....	79
Prestaties.....	87
Aanvullende informatie en Ondersteunende talen.....	91
3.12 Aanbevelingen.....	91
3.13 Een profiel in een andere taal aanmaken.....	98
3.14 Je profiel opslaan als pdf.....	103
3.15 Een profiel delen.....	103
3.16 Wanneer heb je een zeer deskundig profiel?.....	104
3.17 Salarisinzichten.....	106
Salarisinzichten.....	106
Mijn items.....	108
3.18 Checklist na hoofdstuk 3.....	108
4. De statistieken van jouw profiel.....	110
4.1 Zien wie jouw profiel bekeken heeft.....	110
Waarom zie je niet altijd een naam of foto?.....	111

Hoe maak ik mezelf zichtbaar of anoniem.....	112
Informatie over de bezoekers van jouw profiel.....	113
4.2 Meer bezoekers naar je profiel trekken	114
4.3 Zien wie jouw profiel gevonden heeft	115
4.4 Checklist na hoofdstuk 4.....	118
5 Je belangrijkste instellingen	119
5.1 Accountvoorkeuren.....	120
Taal.....	121
Gebruikers die dit profiel hebben bekeken, bekeken ook	122
‘Reactiveren’ - probeer Premium gratis	123
Accountbeheer – het samenvoegen, sluiten of op inactief zetten van accounts	126
Je LinkedIn-accounts samenvoegen.....	126
Account sluiten.....	127
5.2 Aanmelding en beveiliging.....	128
Waar u bent aangemeld	129
Dubbele verificatie.....	129
5.3 Zichtbaarheid	131
Uw openbare profiel bewerken.....	131
Wie uw connecties kan zien.....	132
Profielzichtbaarheid buiten LinkedIn	133
Online Status beheren	133
Functiewijzigingen, gewijzigde opleidingen en werkjubileums delen.....	135
5.4 Communicatie	135
E-mail	136
Push	137
Leesbevestigingen en typindicatoren	138
5.5 Gegevensprivacy	138
Uw gegevens en activiteit beheren.....	139
Toegestane services	140
5.6 Advertentiegegevens.....	141
Profielgegevens voor het personaliseren van advertenties	141
Interessecategorieën	142
Gegevens verzameld op LinkedIn.....	143

Informatie over doelgroepen voor websites die u bezoekt	144
Advertenties buiten LinkedIn	145
Interacties met bedrijven	145
Aan advertenties gerelateerde acties.....	146
5.7 Checklist na hoofdstuk 5.....	146
6. Zoekfunctie, connecties en uitnodigingen	147
6.1 De zoekfunctie.....	147
Personen zoeken	149
Vacatures, evenementen, bedrijven, groepen en onderwijsinstellingen zoeken.....	156
Gericht zoeken binnen content op LinkedIn	157
Zoekopdracht opslaan en zoekmelding aanmaken.....	159
6.2 Iemand uitnodigen om te linken.....	160
Iemand uitnodigen via desktop of laptop	161
Iemand uitnodigen via smartphone of tablet	163
Iemand uitnodigen met een QR-code	164
Uitnodiging intrekken.....	165
6.3 Uitnodigingen ontvangen	166
Uitnodigingen met of zonder persoonlijke boodschap.....	166
Persoonlijke contacten toevoegen	168
Personen die je misschien kent uitnodigen	169
6.4 Je volledige lijst met connecties.....	169
Een connectie verwijderen	170
6.5 Iemand volgen zonder te linken.....	171
Waar vind je je volgers terug.....	173
6.6 Iemand blokkeren	174
6.7 Checklist na hoofdstuk 6.....	176
7. De homepage en je tijdlijn	177
7.1 De inrichting van je homepage	177
Statistieken, opgeslagen items en beheerde pagina's.....	179
Het volgen van hashtags, evenementen en groepen.....	181
7.2 Contentmarketing en -strategie	183
Bekendheid genereren:	184

Overweging	184
Conversie.....	185
Gebruik LinkedIn als middel	185
7.3 Een update plaatsen.....	186
Een afbeelding of foto plaatsen in je update.....	193
Een video plaatsen	200
Een document plaatsen in je update.....	205
Een link naar een website plaatsen in je update.....	207
Het gebruik van hashtags in updates	209
Een mention plaatsen in een update.....	211
Speciale opties bij plaatsen update.....	214
Tien extra tips voor het plaatsen van updates	216
7.4 Het algoritme van de tijdlijn.....	218
Wat is een view.....	220
7.5 Updates verbergen of connecties ontvolgen	221
Iemand weer volgen	222
7.6 Liken, reageren en delen.....	223
7.7 Een overzicht van jouw updates, activiteiten en statistieken	226
De statistieken van je updates.....	229
Een overzicht van updates van je connecties.....	231
7.8 Een artikel of nieuwsbrief	232
Promoot je eigen artikel.....	237
Statistieken van je artikelen	238
10 tips voor onderwerpen voor je artikel of nieuwsbrief	239
12 tips voor het schrijven van een artikel op LinkedIn	241
Wat als je ook blogt op je eigen website?.....	244
7.9 Evenementen	244
Een evenement aanmaken	245
Opties voor een gepubliceerd evenement	248
Wat gebeurt er als je je connecties uitnodigt.....	250
Zelf vragen deel te nemen aan een evenement	252
Geef bekendheid aan je evenement door te delen of te posten	253
7.10 Stories	255

Waar vind je stories	255
Wat plaats je in stories	256
Wie heeft je story bekeken	257
Iemand taggen in je story.....	259
Wat je verder moet weten over Stories	259
7.11 Checklist na hoofdstuk 7.....	260
8. Berichteninbox en meldingen.....	262
8.1 Privéberichten in je inbox	262
Wie kun je een privébericht sturen op LinkedIn	262
Berichten versturen op laptop/desktop en mobiele apps	263
Bericht verwijderen of bewerken.....	264
Gifjes, bestanden en videomeetings.....	265
Sprakberichten.....	266
Smart replies	267
Opties voor de inbox	267
Berichten versturen vanuit het chatvenster	270
8.2 Meldingen.....	272
Meldingen om te feliciteren.....	272
Uitschrijven voor meldingen	273
Meldingsinstellingen beheren	274
8.3 Checklist na hoofdstuk 8.....	275
9. Groepen	276
9.1 Lijstgroepen en verborgen groepen	277
Lijstgroepen.....	277
Verborgen groepen.....	278
9.2 Hoe werken groepen?.....	279
Social listening in groepen.....	280
Een groep weer verlaten.....	281
Je instellingen bijwerken	281
9.3 Waar vind je jouw groepen.....	282
9.4 Zelf een groep aanmaken.....	284
9.5 Checklist na hoofdstuk 9.....	286
10. Zoeken naar vacatures	287

Zoekopdrachten vacatures opslaan of terugvinden.....	289
10.1 Solliciteren en je netwerk voor je laten werken.....	290
Solliciteren via de mobiele applicatie.....	293
10.2 Checklist na hoofdstuk 10.....	294
11. Mobiele applicaties en handige tools.....	295
11.1 LinkedIn-applicatie.....	295
Verschillende LinkedIn-applicaties.....	297
11.2 Handige tools voor LinkedIn.....	298
SSI – Social Selling Index.....	298
Hootsuite.....	302
IFTTT.....	303
Learning.....	304
SlideShare.....	305
ProFinder.....	306
Shield app.....	308
Answer the public.....	308
Helpdesk LinkedIn.....	309
11.3 Checklist na hoofdstuk 11.....	309
LinkedIn info en blogs.....	310
Aan de slag met je LinkedIn-bedrijfspagina.....	311
Dankwoord.....	312
Over de auteur.....	312
Workshops, sprekerssessies en trainingen.....	314
Online trainingen.....	314

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: bedrijfspagina's en persoonlijke profielen. Op het moment van schrijven zijn er wereldwijd dik 30 miljoen bedrijfspagina's, bijna 750 miljoen persoonlijke profielen in 200 landen en komen er iedere seconde drie accounts bij. In Nederland tellen we bijna 9 miljoen persoonlijke accounts en is LinkedIn het grootste professionele netwerkplatform. Nederlanders zijn 's werelds grootste (en misschien wel succesvolste) gebruikers van LinkedIn. Niet voor niets komen de ontwerpers ook naar Nederland om te sparren en onze feedback te vragen over het gebruik. Als officieel ambassadeur, samen met een paar vakgenoten, ben ik al een aantal keren het gesprek aangegaan. En dat vind ik het mooie aan de medewerkers van LinkedIn: ze staan altijd open voor (opbouwende) kritiek en frisse ideeën.

Naast persoonlijke profielen en bedrijfspagina's kent LinkedIn ruim 2 miljoen groepen. Dit zijn fora waarop LinkedIn-leden allerlei uiteenlopende onderwerpen bespreken. In dit boek gaat het vooral om het persoonlijke profiel, maar ook de groepen komen aan bod. Voor bedrijfspagina's verwijst ik graag naar mijn boek [*LinkedIn voor bedrijven*](#).

Waarom een persoonlijk LinkedIn-profiel?

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 of alleen geschikt voor werkzoekenden. Maar LinkedIn is veel meer dan dat:

- Het is een fantastisch netwerkplatform.
- Het is een database voor al je contacten, met als voordeel dat jouw contacten zelf hun data bijhouden.
- Het is je digitale cv waarmee je direct kunt solliciteren op vacatures binnen LinkedIn.
- Het is een informatiekanaal waarop je enorm veel kunt lezen over onderwerpen uit bijvoorbeeld jouw vakgebied.
- Het is een platform waarop je je vakkennis kunt tonen.
- Het is je digitale visitekaartje.

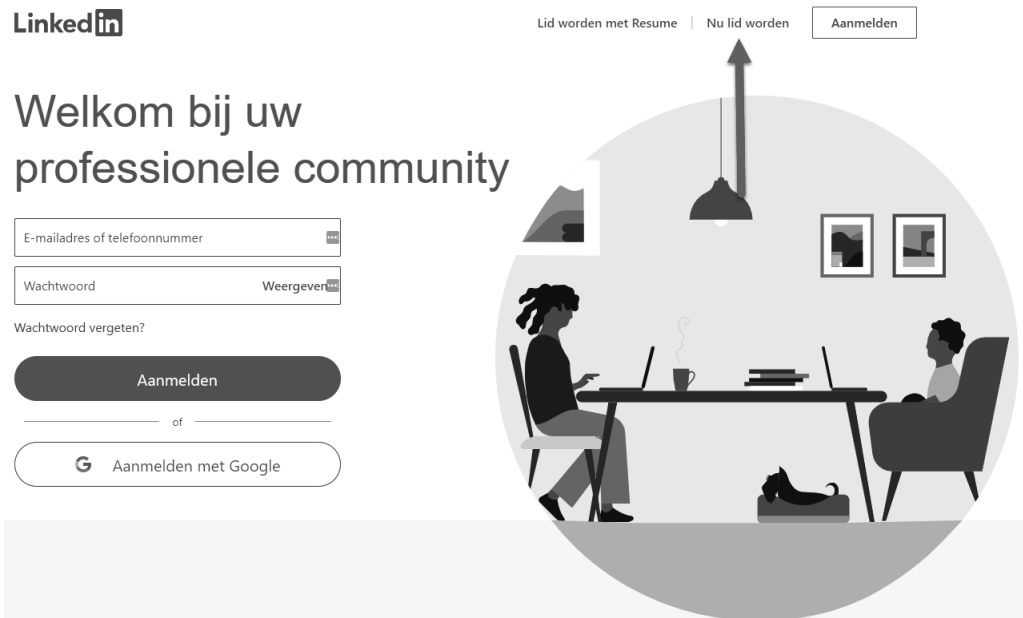
2. Een professioneel profiel

Zoals ik al zei in het voorwoord is dit boek geschikt voor alle niveaus. Ben je net begonnen of heb je nog geen profiel? Geen probleem, volg rustig alle stappen in dit boek. Heb je al wel een profiel, dan kun je verdergaan met [paragraaf 2.2](#).

2.1 Voor wie nog geen profiel heeft

Indien je nog geen LinkedIn-profiel hebt, is het nu tijd er een aan te maken. Op die manier kun je alles wat je in dit boek leert direct toepassen. Een profiel aanmaken is zo gebeurd. Ga naar www.Linkedin.com en klik op 'Lid worden'.

Vul je gegevens in of log in met je Google account. Gebruik altijd je echte naam (geen bedrijfsnaam) en klik op 'Nu lid worden'.



Nadat je bewijs hebt geleverd dat je een 'echt persoon' bent door middel van het oplossen van een vraag of puzzel, kun je verder. In het volgende veld kun je aangeven of je in dienst, werkzoekende of student bent. Afhankelijk van wat je kiest, vul je de velden in. Ben je 'in dienst', dan vraagt LinkedIn om je functietitel en bedrijfsnaam. Uiteraard kun je later nog onderdelen toevoegen of aanvullen.

Laten we beginnen met uw profiel

De sleutel tot succes op LinkedIn

Land *

Nederland

Postcode (bijv. 1018 VV) *

3813

Als u een locatie toevoegt, kunnen we u relevantere personen, vacatures en nieuws laten zien

Volgende * Verplichte informatie

Hierna moet je met een code, verstuurd aan je e-mailadres, je account verifiëren en kom je op je profiel terecht. Nu kan het echte werk beginnen. Succes!

Nikki Keijzer
Social media manager bij Digital Moves
Nieuwland, Provincie Utrecht, Nederland

Digital Moves
Contactgegevens weergeven
0 connecties

Profielonderdeel toevoegen Meer...

Profielsterkte: **Beginner**

Wanneer werkte u bij Digital Moves:
Er worden elke week meer dan 300.000 zoekopdrachten uitgevoerd op aantal jaren ervaring.

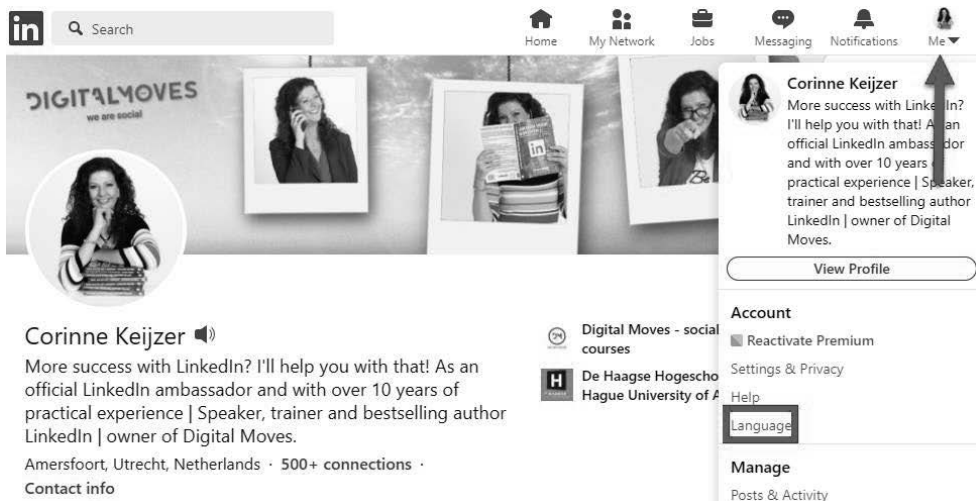
< Vorige Volgende > **Datums toevoegen**



LinkedIn werkt niet op alle browsers even goed. Vooral met Internet Explorer of Edge kom je veel problemen tegen, bijvoorbeeld bij het opslaan van instellingen of aanpassingen. Kies daarom voor Chrome, Safari of Firefox, dan heb je die problemen niet of een stuk minder.

2.2 Voor wie al een profiel heeft

Dit boek is geschreven voor de Nederlandse taalinstelling op LinkedIn. Heb je al een profiel en is de lay-out nog ingesteld in het Engels, dan kun je deze (tijdelijk) aanpassen aan de Nederlandse taal zodat je de termen niet zelf hoeft te vertalen. Het aanpassen van de taal kan via de instellingen (meer daarover lees je in [paragraaf 5.1](#)), maar er is ook een snellere methode: ga naar je foto rechts bovenin en klik in het uitklapmenu op 'Language' of de vertaling daarvan in de taal die je hebt ingesteld.



2.3 Verschil in opties en lay-out

De afbeeldingen en lay-out in dit boek kunnen soms verschillen van die van jouw profiel. LinkedIn is continu in ontwikkeling en er worden geregeld nieuwe functies toegevoegd die niet voor iedereen tegelijk zichtbaar zijn. Vaak zijn deze opties eerder beschikbaar in het Engels en komen ze pas later in de Nederlandse taal. Check zelf maar eens of je verschil ziet als je even omschakelt naar het Engels. Het is nooit te zeggen wanneer je een nieuwe optie of lay-out krijgt; soms is dat binnen een dag, soms duurt het een jaar.



Alle uitleg in dit boek is gebaseerd op de laptop/desktopversie van LinkedIn tenzij anders vermeld. Het is ook mogelijk met je mobiele applicatie aanpassingen te doen, maar niet alles is op de app beschikbaar en opties staan soms op een andere plek.

3. Je LinkedIn-profiel professionaliseren

Of je nu al een tijd bezig bent op LinkedIn of net begonnen: 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. Uiteraard verschilt de insteek per persoon en functie, kijk daarom vooral naar wat bij jou en je werkzaamheden of situatie past. Iemand die op de IT helpdesk werkt heeft andere bedoelingen dan een salesmanager die op leads en prospects uit is.



LinkedIn kent geen opmaakstelsel. Je kunt in LinkedIn dus niet iets dik drukken, onderstrepen of schuin drukken. Hier zijn wel externe tools voor die je kunt gebruiken, zoals [LingoJam](#). Opsommingen, symbolen en emoji's kunnen vanuit Word of je telefoon gekopieerd en geplakt worden.

Let wel op: niet alle browsers en besturingssystemen ondersteunen de codes van deze handelingen. Daardoor loop je het risico dat mensen jouw tekst zien als vierkantjes of vraagtekens. Daarnaast worden dit soort teksten niet geïndexeerd door Google of LinkedIn en zijn ze dus SEO-technisch niet van waarde.

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



Wijzigingen in je introductieprofiel worden niet met je netwerk gedeeld (alleen in de aanvullende velden verderop in je profiel, indien gewenst). Wil je toch laten weten dat je iets aangepast hebt, laat het dan in een aparte update aan je netwerk weten.

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. Binnen een kwart van een seconde is onbewust een oordeel geveld. 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 niet of je een knap koppie hebt, maar of je een zakelijke en professionele uitstraling hebt. Bezit je geen professionele foto, dan is het misschien wel 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 zakelijke foto op LinkedIn?

1. **Wees jezelf.** Niet meer, niet minder. Jij bent jij, ieder individu is anders, dus denk er niet te moeilijk over. Het belangrijkste is dat je goed en snel herkenbaar bent voor je zakenrelaties.
2. **Draag zakelijke kleding, maar wel kleding die bij jou past.** Draag je nooit een stropdas, dan hoeft dat ook echt niet op je profielfoto. Kennen mensen jou in het zakenleven in een hoodie of sweatshirt? Dan ook op je foto.
3. **Plaats altijd een foto van alleen jezelf.** Dus geen partner, kind, hond, paard of iets of iemand anders. Je profiel is persoonlijk en het gaat om jou. Daarnaast is het een zakelijk platform, houd vooral dat in gedachte bij het maken of plaatsen van de foto.
4. **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. Staat niet professioneel.
5. **Zorg dat je gezicht herkenbaar is.** Maak de foto van voren en kijk bij voorkeur in de camera. Oogcontact is heel belangrijk bij een eerste indruk. Maar ook hier geldt weer: blijf jezelf. Heb je een superleuke lachende foto waarbij je in de lucht kijkt en ben jij dat op en top? Lekker doen.
6. **Maak geen selfie.** Laat iemand anders een foto van je maken. Misschien dat over een paar jaar selfies ook op LinkedIn meer geaccepteerd worden, maar nu nog niet.
7. **Houd vakantie-, strand-, festival- of andere vrijetijdsfoto's voor Facebook.**
8. **Zwart-wit of kleur maakt niet uit.** Het kan allebei.
9. **De achtergrond maakt ook niet uit.** Dit blijkt uit onderzoek van de tool [Photofeeler](#). Wel zou ik het zakelijk houden, dus geen foto op een festival bijvoorbeeld of met een biertje in de hand. Tenzij je op een festival werkt of bier verkoopt...

10. **Je profielfoto moet 300 × 300 pixels zijn.** Gebruik dit formaat en zorg voor een scherpe foto. Check altijd ook mobiele applicaties of je daar goed scherp op overkomt.



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 (de marketingafdeling van) het bedrijf gevraagd of opgelegd en 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 uniek.

Het is het beste om authentiek over te komen. Een goede fotograaf inhuren is natuurlijk prima, maar kies je eigen achtergrond, omgeving, uitstraling en kleding en wees vooral jezelf, daar bereik je het meeste mee.

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.

Corinne Keijzer

Meer succes met LinkedIn? Ik help je daarbij! Als officieel LinkedIn ambassadeur én met ruim 10 jaar praktijkervaring | Spreker, trainer en bestseller auteur LinkedIn | eigenaar Digital Moves

Amersfoort, Utrecht, Nederland · 500+ connecties ·

Contactgegevens

Beschikbaar ▾ Profielonderdeel toevoegen ▾ Meer...

Digital Moves - social media courses

De Haagse Hogeschool / The Hague University of Applied...

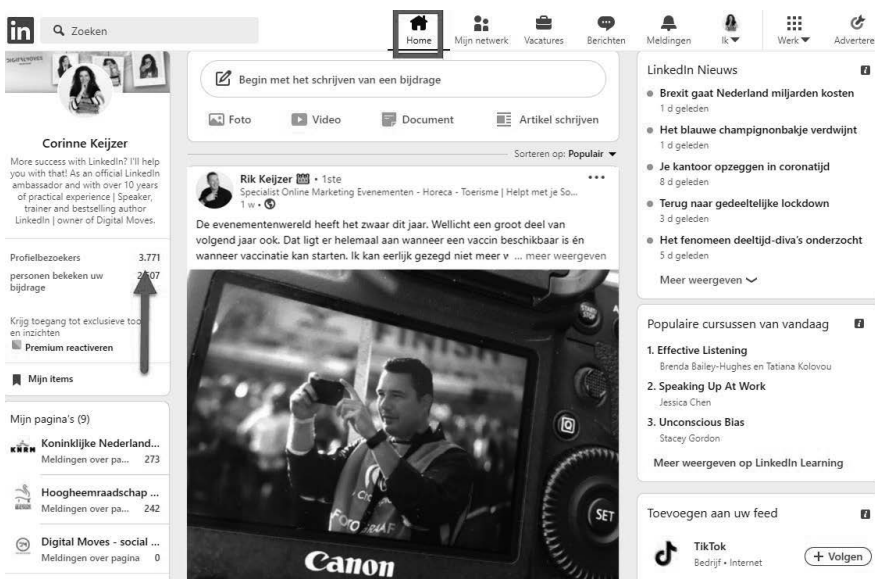
De mogelijkheid verschijnt dan om een foto te uploaden. Kies je bestand en daarna 'Foto uploaden'. Je kunt je foto bijsnijden indien gewenst; schuif hiervoor met het schuifbalkje over de foto totdat je het gewenste formaat hebt. Tevens is er de mogelijkheid om je foto te

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. Kortom, het geeft je een schat aan informatie waar je 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 90 dagen. Dit dashboard is niet zichtbaar voor andere LinkedIn-leden.



Ook zie je op het dashboard in je eigen profiel hoe vaak je profiel bekeken is. Anderen LinkedIn-leden zien dit niet.











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 90 dagen zien.

Wie heeft uw profiel bekeken?

3.707 profielbezoekers in de afgelopen 90 dagen -13% sinds vorige week

Alle profielbezoekers 100 interessante bezoekers 6 zijn werkzaam bij ABN AMRO Bank >

 <p>Rik Keijzer  • 1ste Specialist Online Marketing Evenementen - Horeca - Toerism...</p> <p>Bericht</p>	 <p>Krijg toegang tot de rest van uw profielweergaven met Premium</p> <p> Patrick en miljoenen andere leden gebruiken Premium</p> <p>Premium reactiveren</p>	 <p>Nederlands profiel Heeft u gevonden via Homepagina</p> <p>Bericht</p>
 <p>Heeft u gevonden via Homepagina Patrick Keijzer en 21 anderen</p> <p>Connectie maken</p>	 <p>Ingeborg van Gerwen-Maas • 1ste Arbeidsinspecteur- Occupational Health and Safety Inspector Heeft u gevonden via LinkedIn-profiel</p> <p>Bericht</p>	 <p>1 LinkedIn-lid Deze persoon bekeek uw profiel in privémodus</p> <p>Meer informatie</p>

Waarom zie je niet altijd een naam of foto?

Zoals uit voorgaand voorbeeld blijkt, zie je niet van iedere bezoeker een naam of foto bij het profiel. De persoon rechts onderaan in het voorbeeld heeft zijn of haar profiel zo ingesteld dat je niet kunt zien wie het 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 'privémodus' heeft staan, of alleen zijn

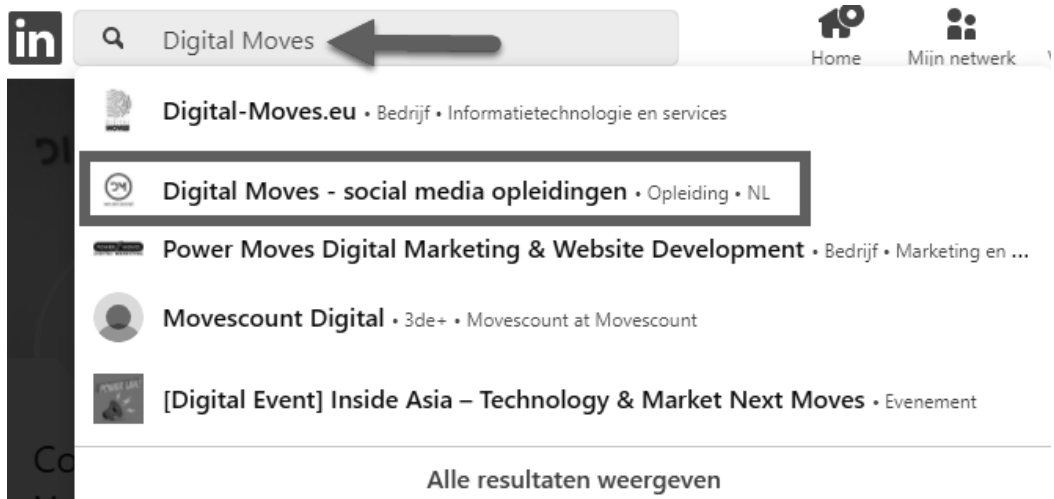
6. Zoekfunctie, connecties en uitnodigingen

LinkedIn is een perfect medium om contact te maken met bekenden, maar zeker ook met onbekenden. Beperk je niet alleen tot je bekende (vrienden)kring of vakgebied, maar kijk vooral ook daarbuiten. Vaak zijn juist de tweedegraadsconnecties (connecties van jouw connecties) van belang, omdat daar weleens die potentiële klant, opdrachtgever, werkgever of samenwerkingspartner tussen kan zitten.

Beperk je ook niet tot alleen online netwerken, maar combineer dit in gezonde balans met offline netwerken. Face-to-face iemand ontmoeten blijft belangrijk om de gunfactor te vergroten.

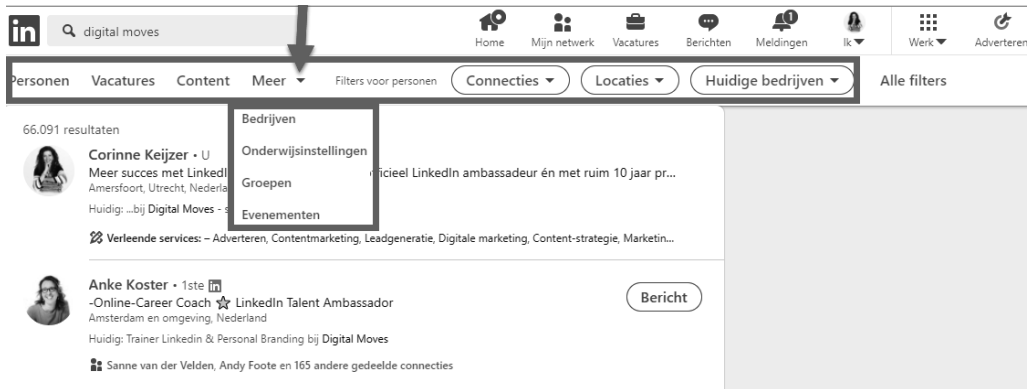
6.1 De zoekfunctie

Boven in LinkedIn zie je een zoekbalk. Ben je gericht op zoek naar een persoon of een bedrijf, dan kun je hier de naam ingeven en komt LinkedIn direct met suggesties waar je uit kunt kiezen. Daar kun je op klikken zodat je op dat profiel komt.



Wil je uitgebreid zoeken met filters, dan is het handig om het zoekwoord in te typen en vervolgens een enter te geven.

Je krijgt nu alle categorieën te zien waarop je kunt zoeken. Standaard opent LinkedIn op 'Personen'. Dat je Anke en mij als zoekresultaat ziet is dus niet vreemd aangezien wij beide met onze werkervaring aan Digital Moves gekoppeld zijn.



Naast 'Personen' zie je de volgende categorieën waar je uit kunt kiezen:

- Vacatures
- Content

En wanneer je klikt op 'Meer':

- Bedrijven
- Onderwijsinstellingen
- Groepen
- Evenementen

In deze optie zie je ook hoe belangrijk het is om de teksten in je profiel met de juiste zoektermen te schrijven (zie [paragraaf 2.4](#) over SEO) en je vaardigheden goed in te vullen en te onderschrijven (zie [paragraaf 3.11](#)). Bij een zoekopdracht met een keyword uit je vakgebied kun je zomaar ineens opduiken als mensen daar op zoeken en jij dit woord in je profiel hebt staan.

In mijn voorbeeld ben ik op zoek naar een 'SEO specialist'. Aan de rechterkant kun je vervolgens nog verder zoeken op de juiste vaardigheid. Het is dus van groot belang je profiel zo volledig mogelijk en op de juiste manier te vullen.

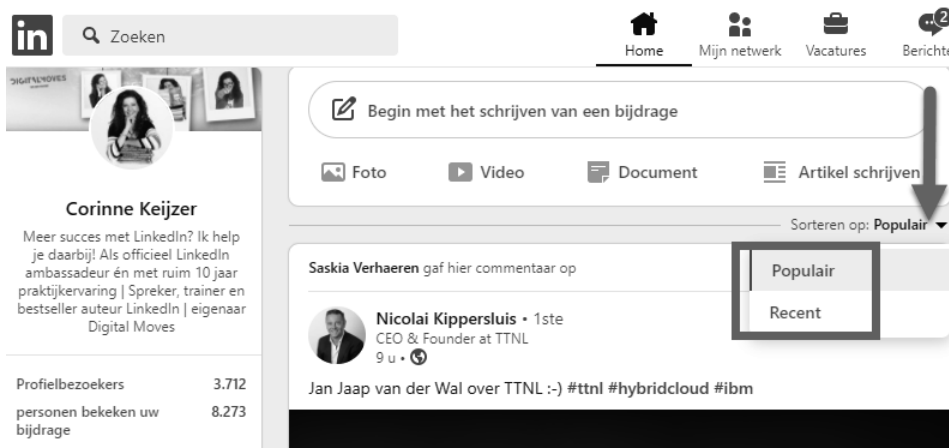
7. De homepage en je tijdlijn

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' of het LinkedIn-logo links te klikken.



7.1 De inrichting van je homepage

Op de homepage vind je je persoonlijke tijdlijn. Hier komen alle statusupdates van jou en je connecties voorbij, maar ook van de bedrijven, influencers, groepen en universiteiten en hogescholen die je volgt. Ook komen, eventueel naar wens, meldingen voorbij van nieuwe connecties van jouw connecties, baanwisselingen, afgeronde opleidingen en berichten die jouw connecties liken of waar ze op reageren. Op het moment van schrijven kun je je tijdlijn helaas niet filteren op berichten. Je ziet alles van iedereen, wat het best druk kan maken. Wel kun je kiezen voor 'Populair' (gerelateerd aan het algoritme) of 'Recent' welke een tijdlijn in chronologische volgorde laat zien. Helaas is dit alleen mogelijk op desktop/laptop, niet op mobiele applicaties. LinkedIn onthoudt deze aanpassing niet, je moet dit steeds weer handmatig omzetten wil je de tijdlijn 'Recent' bekijken. De werking van het algoritme wordt verderop in deze paragraaf verder toegelicht.





Bekendheid genereren:

In deze categorie maak je content die mensen kennis laat maken met jouw product of dienst en waarvoor ze zich niet hoeven te registreren. Ongeveer 60 procent van je content zal hierop gericht zijn. Denk bijvoorbeeld aan blogposts, infographics of eenvoudige tips. Zorg dat mensen je naam, product of dienst vaker tegenkomen en gaan herkennen, en win zo vertrouwen. De basis van een goede zakelijke relatie begint hier.



Prospects hebben ongeveer 12 stukken content gezien voordat ze overgaan tot aankoop van een product of dienst.

Overweging

Als mensen je kennen komen ze in de overwegingfase. In deze fase gaan ze op zoek naar bedrijven of personen zoals jij die iets bieden wat zij nodig hebben. Ze hebben onderzoek gedaan en hebben op dat moment gemiddeld drie aanbieders op het oog die ze om een offerte vragen op basis van jouw content (op LinkedIn, maar ook op andere kanalen) en eventuele advertenties. Hier wil je uiteraard bij zitten.

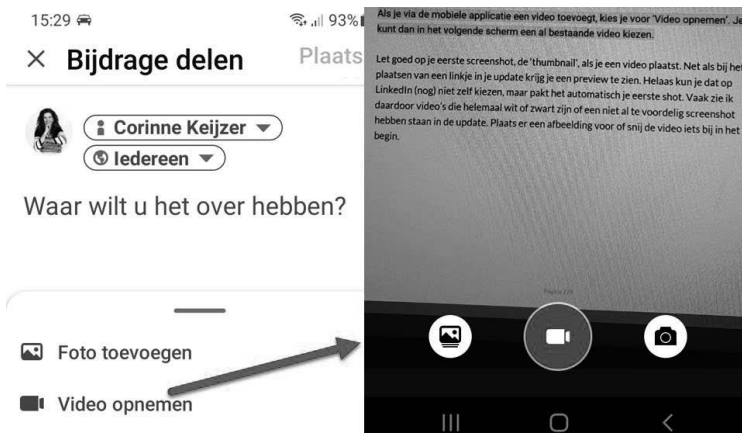
Een video plaatsen

Je kunt rechtstreeks op je tijdlijn een video plaatsen, we noemen dat 'native video'. Je hebt de video al opgenomen en plaatst het vanaf je filmrol op je telefoon of vanaf je harde schijf op je computer. Het bestand is een mp4. Als je doorklikt in het veld op de homepage, zoals aangegeven in het begin van deze paragraaf, klik je op het play-icoontje om de video te plaatsen en selecteer je het bestand.



Een native video mag niet langer dan 10 minuten duren op LinkedIn. Heb je een video die langer duurt en kun je het niet inkorten, dan raad ik je aan het op YouTube of Vimeo te plaatsen en vandaaruit een link te plaatsen in je update op LinkedIn.

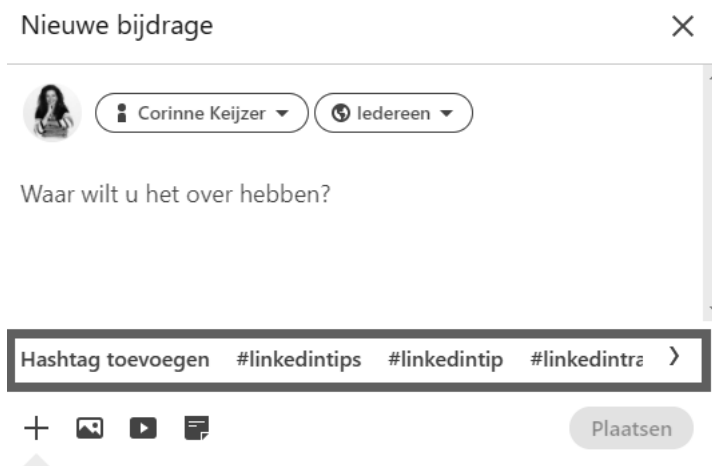
Als je via de mobiele applicatie een video toevoegt, kies je voor 'Video opnemen'. Je kunt dan in het volgende scherm een al bestaande video kiezen door op het linker icoontje te klikken.



Het gebruik van hashtags in updates

Naast het volgen van updates kun je ook hashtags plaatsen in je updates en hashtags volgen op de homepage. Hashtags zijn labels die je aan je content kunt koppelen met een hekje #. Als ik een update plaats over iets nieuws op LinkedIn, dan zet ik daar bijvoorbeeld '#LinkedInTipsCorinne' bij (niet hoofdlettergevoelig). Op die manier kunnen andere LinkedIn-leden mijn updates snel terugvinden in de zoekoptie, zie [paragraaf 6.1](#).

LinkedIn geeft je direct wat suggesties als je je tekst begint te typen in de update, zowel op mobiele apps als op laptop/desktop. Klik je op 'Hashtag toevoegen', dan volgt een '#' en moet je zelf de hashtag nog intypen.



Het is dus belangrijk om voor jezelf te bedenken welke hashtags je je updates wilt meegeven en welke woorden je gebruikt. Voor herkenning is het handig om een paar 'vaste' hashtags te verzinnen die met jouw vak, jullie organisatie, producten of diensten te maken hebben, maar ook om op populaire bestaande hashtags mee te liften.

Ik post bijvoorbeeld veel van mijn tips met '#LinkedInTips', '#LinkedInMarketing' en '#SocialSelling'. De hashtags zet ik altijd achteraan de post, nooit middenin de tekst. Dat houdt het leesbaarder (realiseer je dat niet iedereen weet en snapt wat die hekjes met woorden betekenen). Ook plaats ik er niet te veel, drie tot vijf hashtags is echt meer dan genoeg. Op het moment dat je een hashtag toevoegt wordt deze blauw en kun je erop doorklikken om de tijdlijn van desbetreffende hashtag te zien.

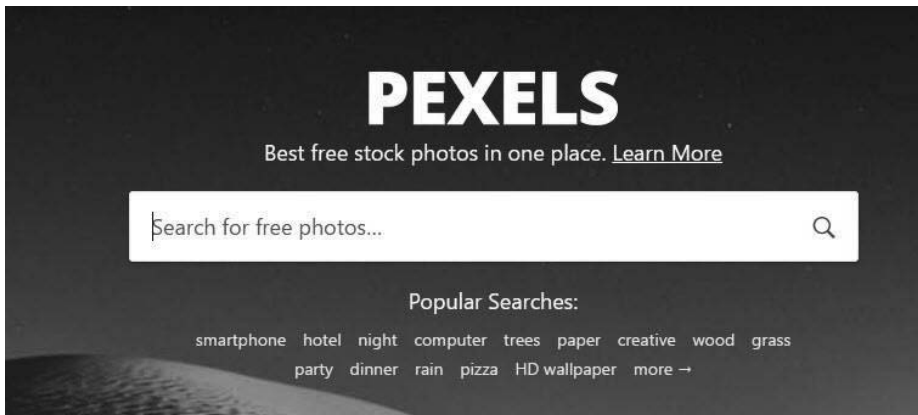
Het leuke van zo'n poll is, als hij is afgerond heb je weer input voor een nieuwe update.

Tien extra tips voor het plaatsen van updates

Als je updates plaatst wil je ook graag dat mensen er iets mee 'doen'. Van tevoren is het belangrijk om te bepalen voor wie je de update plaatst en wat je ermee wilt bereiken. Wil je mensen naar je website trekken, wil je dat ze iets downloaden, wil je hen informeren of wil je graag interactie op je update? Bepaal één doel, alles wat extra gebeurt is mooi meegenomen.

Tip 1: Plaats het liefst een echte, zelfgemaakte foto of afbeelding bij je persoonlijke update.

Voorkom het gebruik van zogenaamde 'stockfoto's', oftewel foto's die je online koopt. Heb je echt zelf geen materiaal, kies dan een foto die het meest in de buurt komt van een foto die je zelf gemaakt zou hebben. Kijk uit dat je niet zomaar iets pikt van internet. Je hebt vaak met auteursrechten te maken en je kunt daar flinke rekeningen van honderden euro's voor krijgen als je ongevraagd een afbeelding gebruikt. Steeds vaker worden hier speciale opsporingsbureaus voor ingezet. Op internet vind je veel mogelijkheden voor gratis foto's en plaatjes, zoals op de websites van Flickr en Pexels. Let altijd op de voorwaarden, soms mag je de afbeeldingen gebruiken, maar dan wel met bronvermelding.



Tip 2: Gebruik apps om je foto's en/of video's te bewerken. Er zijn er genoeg te vinden en allemaal zijn ze vrij gebruiksvriendelijk. Je kunt foto's dan bijvoorbeeld scherper maken, donkerder, lichter of er een filter overheen plaatsen om ze meer kleur te geven. Ook is het mogelijk om er tekst in te plaatsen, wat soms een leuk effect kan geven en nuttig kan zijn. Zelf werk ik met 'Camera+' of 'Photoshop Express' voor het bewerken van mijn foto's en 'Quik' voor het bewerken van mijn video's.

De statistieken van je updates

Je ziet in je bijdragen ook de statistieken van je updates die je geplaatst hebt. Onder de update staat hoe vaak de bijdrage bekeken is, oftewel het aantal 'views' (In het begin van deze paragraaf heb ik uitgelegd wat een view precies is). Doordat jouw connecties liken, delen of reageren wordt jouw update zichtbaar in het netwerk van je connecties en dus je bereik groter.



Corinne Keijzer
Meer succes met LinkedIn? Ik help je daarbij! Als officieel LinkedIn ambassadeu...
1 mnd • 🌐

Hebben jullie het ook gemerkt aan je bijdragen hier op LinkedIn? Laag bereik, interactie die traag op gang komt? Maar ook content die langer blijft 'hangen'?
... meer weergeven

Het algoritme is aangepast!

631 • 258 commentaren

👍 Interessant 💬 Commentaar ➔ Delen ✉ Versturen

48.120 personen bekeken uw bijdrage in de feed

Als je doorklikt op het aantal bekeken personen, dan zie je meer gegevens, bijvoorbeeld waar deze mensen werken en in welke bedrijfstak. Ook kun je zien wie je update gedeeld heeft door bovenin te klikken op '...keer opnieuw gedeeld'. Mooie informatie om te zien wie meer dan gewone interesse heeft in jouw content. Misschien een persoon die nog geen connectie is? Bekijk het profiel in ieder geval, wie weet waar het toe leidt.

12 tips voor het schrijven van een artikel op LinkedIn

Een artikel schrijven voor een online platform is heel anders dan een artikel voor in een krant of tijdschrift. In principe kan iedereen schrijven, maar het is de kunst om het leesbaar en interessant te maken voor je doelgroep. Ik geef je daarom een aantal tips die je kunt toepassen waardoor je blog meer kans heeft om gedeeld te worden of interactie uit te lokken.

Tip 1: Plaats altijd een toepasselijke omslagfoto bij het onderwerp van je artikel. Als mensen je artikel delen, komt deze afbeelding ook bij het gedeelde item te staan. Dit is uiteraard aantrekkelijker dan alleen platte tekst. Heb je zelf geen foto of afbeelding, dan kun je putten uit de vele websites waar ze gratis afbeeldingen aanbieden (zoals Pexels of Flickr) of verkopen (zoals iStockfoto of Envato Elements).

Tip 2: Kies een titel die pakkend is en waar je direct uit kunt afleiden waar het artikel over gaat. Soms is het ook handig om de doelgroep te benoemen. In plaats van 'Tien tips over coaching' kun je er ook van maken: 'Tien tips voor businesscoaches'. Probeer binnen de 60 tekens te blijven met je titel, aangezien dit het criterium is dat de meeste zoekmachines hanteren.



Tip 3: Houd rekening met zoekmachine-optimalisatie als je je tekst gaat schrijven. Je artikel wordt door onder andere Google geïndexeerd en wordt dus ook vindbaar en zichtbaar in de zoekresultaten als mensen zoeken op bepaalde termen in de zoekmachines (zie voor meer uitleg [paragraaf 2.4](#)).

Tip 4: Start je artikel met een sterke introductie. De eerste regels van je meest recente artikel zijn zichtbaar bij het plaatsen. Maar mensen lezen online ook vaak in een 'Z-vorm'. Dat wil zeggen dat ze het bovenste gedeelte lezen, daarna schuin scannend door het artikel heen gaan en eventueel de slotzin of de laatste alinea nog lezen. Over het algemeen kun je er dus van uitgaan dat de belangrijkste informatie bovenaan en onderaan moet komen te staan. Het

8. Berichteninbox en meldingen

Er zijn verschillende opties om berichten, meldingen en notificaties te ontvangen op LinkedIn.

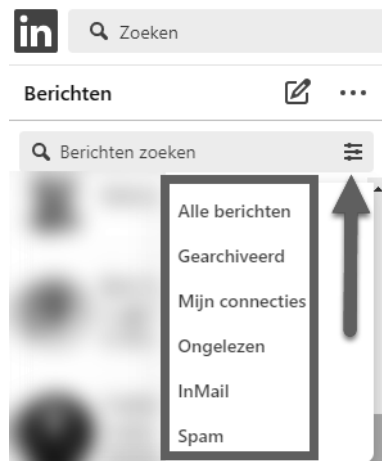
8.1 Privéberichten in je inbox

In je 'Berichten' komen al je privéberichten, groepsberichten en InMails (privéberichten van betalende leden met wie je niet gelinkt bent) binnen en vind je al je uitgaande berichten. Hoe kom je het snelst in je inbox? In je menubalk, boven in je profiel, zie je een icoontje in de vorm van tekstballonnetjes staan. Klik erop om in je inbox te komen.



Je krijgt nu een overzicht te zien van al je berichten. Dit zijn zowel ontvangen als verzonden privéberichten, maar ook bijvoorbeeld uitnodigingen waarop je gereageerd hebt.

Onder het icoontje met de drie schuifjes zie je nu zes opties: al je berichten, gearcheveerde berichten, alle berichten van je connecties, ongelezen berichten, InMails en spam.



Wie kun je een privébericht sturen op LinkedIn

Je kunt LinkedIn-leden alleen een privébericht sturen als je met elkaar gelinkt bent. Er zijn een paar uitzonderingen:

9. Groepen

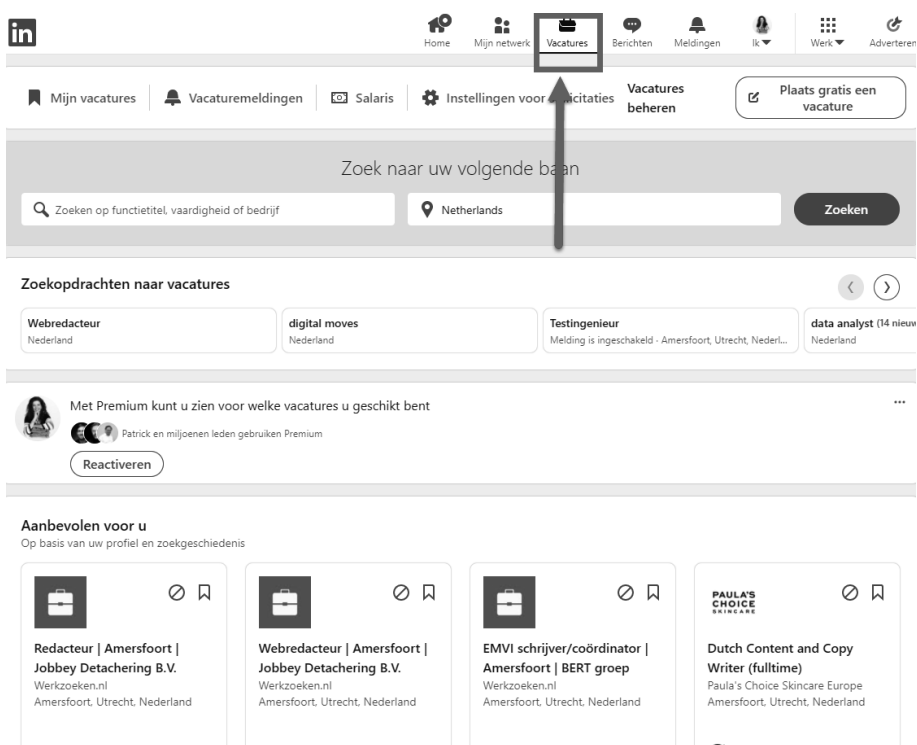
Groepen vormen een interessant onderdeel van LinkedIn. Het zijn fora voor professionals, gericht op een specifiek onderwerp. Over het algemeen hebben ze allemaal een zakelijke insteek. Het nut van LinkedIn-groepen zit in het volgende:

- *Groepen zijn erg geschikt om te **netwerken**.* Je kunt hier nieuwe mensen leren kennen, online en later wellicht offline. Er zijn zelfs groepen waarin mensen oproepen met elkaar te linken om zo het netwerk uit te breiden. Uiteraard blijft het in je netwerk gaan om kwaliteit en niet om aantallen, maar handig is het wel om een wat groter bereik te krijgen.
- *Groepen zijn een **walhalla** als het gaat om **informatie en tips**.* Vooral vakgerichte of branchegerichte groepen zijn interessant, omdat daar door professionals uit jouw eigen vakgebied veel nieuws en tips gedeeld worden.
- *Groepen zijn een **handige vraagbaak**.* Er zit vaak veel expertise in groepen uit een bepaald vakgebied. Veel mensen met kennis en ervaring zijn bereid jou te helpen. Schroom dus niet en stel je vragen in de groep. De kans is groot dat je snel antwoord of hulp krijgt.
- *Je kunt jouw **kennis delen** in groepen en daarmee jouw **professionaliteit aantonen**.* Doe dit niet alleen in vakgerichte of branchegerichte groepen, maar juist ook daarbuiten in andere soorten groepen. Er zijn genoeg mensen die op jouw expertise zitten te wachten. En hoe mooi is het als je mensen helpt en onbaatzuchtig adviseert, zodat ze later op je profiel komen en je wellicht eens bellen of mailen voor een afspraak. Of nog mooier: als andere mensen jou als expert adviseren aan mensen van wie ze horen dat die iemand zoeken zoals jij. Niet spammen, maar helpen is het advies. Wie weet val je daardoor op bij die ene potentiële opdrachtgever, klant of werkgever.
- *Vaak zijn groepen handig om bepaalde **informatie te delen en daarover te discussiëren**, zonder dat je fysiek bij elkaar bent.* Zeker in deze tijd van het nieuwe werken, waarin veel collega's elkaar niet meer vaak zien door onder andere thuiswerken, is een gezamenlijke, besloten LinkedIn-groep vanuit je werk een mooie optie. Mail wordt vaak als vervelend ervaren en loopt te veel langs elkaar heen. In een groep kun je alles centraliseren.
- *In groepen vind je **interessante vacatures**.* In LinkedIn-groepen zit een aparte ruimte voor vacatures. Deze hebben betrekking op het groepsonderwerp en kunnen interessant zijn als je zoekt naar werk in de desbetreffende branche. Of uiteraard ook als je iemand kent die een baan zoekt.

10. Zoeken naar vacatures

LinkedIn leent zich uitstekend voor het zoeken naar een geschikte baan. Bovendien kent het bepaalde functionaliteiten en opties die vacaturesites niet hebben en heb je een netwerk dat je kunt inzetten. Op dit moment van schrijven is 14 procent van de LinkedIn-leden op zoek naar een baan, maar ook mensen mét een baan staan open voor een nieuwe carrière move, maar liefst 83 procent!

Klik boven in de menubalk op 'Vacatures'. Er opent dan een nieuw veld met mogelijkheden om te zoeken naar vacatures in jouw locatie.



Als eerste zie je in deze omgeving direct de vacatures die je misschien interesseren, onder 'Aanbevolen voor u'. LinkedIn selecteert deze vacatures automatisch op basis van wat je in je profiel ingevuld hebt. Het scheelt je zoekwerk en je kunt er direct op klikken. Vind je de voorkeuren niet passend, dan heeft LinkedIn nog niet goed door wat je precies zoekt. Je eigen concrete zoekopdrachten zullen ook zorgen voor betere suggesties, maar dat heeft soms even tijd nodig.

In [paragraaf 3.10](#) liet ik je al zien hoe je jezelf opvallend beschikbaar kunt maken door middel van je profielfoto met label '#Opentowork'. Je moest daarvoor aangeven in welke functie je

11. Mobiele applicaties en handige tools

LinkedIn heeft speciale mobiele applicaties en tools waarmee je gerichte handelingen kunt uitvoeren. Ook zijn er een aantal externe tools en apps die ik je niet wil onthouden omdat ze ontzettend handig zijn bij het inzetten van LinkedIn.

11.1 LinkedIn-applicatie

De bekendste applicatie is die van het platform zelf: de LinkedIn app.



Dankwoord

Behalve dat ik heel erg veel van mijn content uit eigen ervaring put door mijn werkzaamheden bij bedrijven, in trainingen en in workshops, haal ik uiteraard ook vaak informatie van online platforms, blogs, nieuwskanalen en LinkedIn-kanalen zelf. Maar mijn bronnen voor dit boek waren door de jaren heen vooral ook de werknemers van LinkedIn zelf.

LinkedIn heeft een fantastisch team in de USA, Amsterdam en Dublin, waar ik regelmatig contact mee heb. Het team is opgesplitst in drie onderdelen: Talent Solutions (voor de recruitment), Sales Solutions (voor de sales, waaronder Sales Navigator) en Marketing Solutions (voor de advertenties). Vanwege mijn werkzaamheden bij vele bedrijven uit allerlei branches en op verschillende gebieden werk ik regelmatig samen met LinkedIn binnen alle drie de takken van sport. Daarnaast ben ik in 2017 benoemd tot officieel ambassadeur van LinkedIn. Ik maak vaak dankbaar gebruik van hun informatie, documenten en workshops en ben ook altijd welkom op hun hoofdkantoor, waar ze me dan weer bijpraten over de laatste ontwikkelingen. Daarom ook dank aan al deze LinkedIn-collega's!

Tot slot wil ik iedereen uit mijn vriendenkring bedanken die zijn of haar profiel en profielfoto ter beschikking heeft gesteld voor dit boek: Rik Keijzer, Ingeborg van Gerwen, Saskia Verhaeren, Fiona Gisius, Manfred Jansen, Marjoke Verboom, Perihan Halis, Eric van Rijn, Martina Zwaan, Rebecca de Ruiten, Nicolai Kippersluis, Tanya Hatvary, Henk Struik, Monica Ebbes, dank jullie wel, echt super dat ik jullie profielen mocht lenen! Thom Laagkemper en Bert Schonewille, dank voor het mogen gebruiken van jullie content. Marcel Molenaar, dank voor jouw eeuwige support vanuit LinkedIn en je mooie recensie achterop het boek.

Over de auteur

Corinne heeft zich in de afgelopen jaren volledig gespecialiseerd in socialmediamarketing en -strategie, met tegenwoordig vooral de focus op LinkedIn, waar zij tot officieel ambassadeur is benoemd en ook regelmatig met de LinkedIn-ontwerpers contact heeft. Met haar bedrijf Digital Moves werkt ze samen met andere ondernemers die ieder hun eigen expertise hebben op gebied van online media. Regelmatig wordt ze gevraagd als spreker, met name over het onderwerp 'social selling met LinkedIn', maar ook op gebied van contentmarketing, ondernemen en digitaliseren en enthousiasmeren van een organisatie. Daarnaast is ze bedreven in het geven van op maat gemaakte LinkedIn-trainingen.

Ze is auteur van honderden blogs, artikelen en meerdere boeken over social media. In 2017 is zij door een vakjury van de FOTY awards verkozen tot beste zzp'er in de categorie 'Coaching & Training'.

Volg Corinne op <http://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.



**OFFICIAL
LINKEDIN
AMBASSADOR**

'Meer succes met LinkedIn is een zeer compleet en gedegen overzicht van alle functionaliteiten die het LinkedIn-platform 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.'



Marcel Molenaar, Countrymanager LinkedIn Benelux

Workshops, sprekerssessies en trainingen

Geen zin om het allemaal zelf uit te vogelen? Via Digital Moves bieden we verschillende workshops, trainingen en sprekerssessies aan met verschillende doelen en voor verschillende doelgroepen. Deze vinden plaats in Amersfoort of bij jou binnen je bedrijf. Het is maar net wat je wilt. Zie voor meer informatie: <https://www.digitalmoves.nl/>



Online trainingen

Met de online trainingen van de Digital Moves Academy hoef je zelfs helemaal niet de deur uit. Kies je eigen training en leer lekker op je gemak achter je laptop alle ins en outs van het persoonlijke profiel, de Sales Navigator of (binnenkort) de LinkedIn bedrijfspagina.

<https://www.digitalmoves-academy.nl/>

