

HANDLEIDING LINKEDIN

Basis handleiding voor iedereen die een professioneel profiel wil opzetten



Corinne Keijzer

DIGITALMOVES
we are social

Handleiding LinkedIn

**Basis handleiding voor iedereen die een
professioneel profiel wil opzetten**

Corinne Keijzer



Copyright en auteursrechten

ISBN: 9789083495019

NUR: 802, 811

Trefwoorden: Marketing, LinkedIn, Social media, Sales

20ste druk: januari 2025

© Copyright 2025 Corinne Keijzer, Amersfoort

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

Design omslag en opmaak binnenwerk: Rik Keijzer

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:



LinkedIn:

www.Linkedin.com/in/corinnekeijzer/

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



Digital Moves

www.digitalmoves.nl

Geen zin om het allemaal zelf uit te vinden? Of wil je samen met je collega's aan de slag? Of het nu gaat om een persoonlijk profiel of een bedrijfspagina, bij Digital Moves bieden we diverse soorten LinkedIn-trainingen en sprekerssessies aan op het gebied van employee advocacy, social selling, personal branding, contentstrategie, contentmarketing en contentcreatie. Alle trainingen en sprekerssessies worden op maat gemaakt op basis van jouw of jullie wensen en behoeften.

Bekijk ons trainingsaanbod op Digital Moves: <https://www.digitalmoves.nl/>



Voorwoord

De tijd van massacommunicatie ligt achter ons. We leven in een netwerkmaatschappij waarin socialmediakanalen en interactieve medianetwerken een steeds grotere rol spelen bij het nemen van beslissingen – zowel privé als zakelijk. Volgens onderzoeksbureau IDC wordt in de B2B-sector inmiddels 75 procent van de aankopen beïnvloed door social media. Daarnaast geeft 81 procent van de zakelijke besluitvormers de voorkeur aan contact met professionals die een sterk profiel hebben.

In de loop der jaren heb ik veel bedrijven en organisaties hun strategie zien aanpassen. Waar het vroeger vooral draaide om eenrichtingsverkeer en zenden, verschuift de focus nu naar een interactieve benadering van (potentiële) klanten, opdrachtgevers, stakeholders en andere betrokkenen. Ook voor werknemers is er veel veranderd. Koude acquisitie wordt door nog geen 10 procent van de benaderden geaccepteerd. Dit betekent dat je op een andere manier in contact moet komen met nieuwe klanten en je producten of diensten op een innovatieve manier moet aanbieden. Een sterke online aanwezigheid is tegenwoordig onmisbaar. Als zelfstandig ondernemer, maar ook als werknemer, ben je een ambassadeur van je organisatie. Het is daarom essentieel om jezelf professioneel te presenteren – want voordat je het weet, loopt je concurrent met jouw kans weg.

Sinds eind 2009 gebruik ik LinkedIn actief. Voor mij is het mijn digitale visitekaartje, de ideale tool om potentiële klanten en opdrachtgevers te vinden, te netwerken en mezelf te profileren als expert. Ik train, begeleid en adviseer mensen en bedrijven in het effectief inzetten van LinkedIn. Zelf zoek ik geen klanten op – ik zorg ervoor dat ze mij vinden en benaderen. En dat kun jij ook leren door LinkedIn op de juiste manier in te zetten. Dit geldt ook voor opdrachtgevers of werkgevers.

Om jou als professional verder te helpen in deze netwerkmaatschappij heb ik dit boek geschreven. Het richt zich volledig op de gratis versie van het persoonlijke LinkedIn-profiel. Hiermee krijg je een solide basis om je doelgroep te bereiken, je zichtbaarheid te vergroten en je conversie te verbeteren.

LinkedIn is meer dan alleen je digitale cv of visitekaartje. Het is hét platform dat je als professional niet kunt missen.

Ik wens je veel succes op LinkedIn!

Corinne Keijzer

Voorwoord	4
1 Het belang van LinkedIn	8
<i>Waarom een persoonlijk LinkedIn-profiel?</i>	9
<i>Hoe werkt LinkedIn?</i>	9
<i>Het tijdperk van het netwerken</i>	10
<i>Verkoop jezelf niet, laat anderen je verkopen</i>	11
<i>Digitaal visitekaartje</i>	11
<i>Zichtbaarheid</i>	12
<i>Richt je op je rol als expert</i>	12
<i>Vindbaarheid</i>	13
<i>Geven is het nieuwe krijgen</i>	14
2. Een professioneel profiel	15
2.1 <i>Voor wie nog geen profiel heeft</i>	15
2.2 <i>Voor wie al een profiel heeft</i>	17
2.3 <i>Verschil in opties en lay-out</i>	17
2.4 <i>Het toepassen van SEO voor LinkedIn</i>	18
Ubersuggest	19
Google Trends	20
2.5 <i>Het LinkedIn-logo in je e-mail, cv of website</i>	22
3. Je LinkedIn-profiel professionaliseren	24
3.1 <i>Het introductieprofiel</i>	25
Profielfoto	25
Achtergrondfoto	34
Naam en audio	36
Connecties	42
Kopregel	42
Huidige functie en opleiding	47
Omgeving en branche	48
Contactgegevens	50
De knop 'Beschikbaar'	58
3.2 <i>Profielonderdeel toevoegen</i>	65
De Kern	66
Aanbevolen	89
Aanvullend	103
3.3 <i>Extra opties voor je profiel</i>	109

Een profiel in een andere taal aanmaken	109
Profiel-URL en openbaar profiel	112
Je profiel opslaan als pdf	116
Een profiel delen	116
4. De statistieken van jouw profiel	118
4.1 <i>Zien wie jouw profiel bekeken heeft</i>	118
Waarom zie je niet altijd een naam of foto?	120
Hoe maak ik mezelf zichtbaar of anoniem	121
Meer bezoekers naar je profiel trekken	122
4.2 <i>Zien wie jouw profiel gevonden heeft</i>	123
5 Je belangrijkste instellingen	126
5.1 <i>Accountvoorkeuren</i>	127
Taal	128
Premium-account beheren	129
Accountbeheer – het sluiten of op inactief zetten van accounts	132
Account sluiten	133
5.2 <i>Aanmelding en beveiliging</i>	134
Waar u bent aangemeld	134
Dubbele verificatie	135
5.3 <i>Zichtbaarheid</i>	138
Wie uw connecties kan zien	138
Online Status beheren	139
Profielwijzigingen delen	140
5.4 <i>Gegevensprivacy</i>	141
Uw gegevens en activiteit beheren	141
Leesbevestigingen en typindicators	142
Toegestane services	143
5.5 <i>Advertentiegegevens</i>	143
Profielgegevens voor het personaliseren van advertenties	144
Interessecategorieën	145
6. Zoekfunctie, netwerken en uitnodigingen	146
6.1 <i>De zoekfunctie</i>	146
6.2 <i>Iemand uitnodigen om te linken</i>	158

6.3 Uitnodigingen ontvangen	165
6.4 Je volledige lijst met connecties	169
Een connectie verwijderen	169
6.5 Iemand volgen zonder te linken	171
De knop 'Volgen' leidend maken in je profiel	173
Waar vind je je volgers terug	174
Iemand ontvolgen	175
6.6 Iemand blokkeren	176
6.7 Verjaardagen, jubilea, functiewijzigingen en nieuwe opleidingen	179
7. Berichteninbox en meldingen	180
7.1 Privéberichten in je inbox	180
7.2 Meldingen	190
Uitschrijven voor meldingen	190
Meldingsinstellingen beheren	191
8. Groepen	193
8.1 Lijstgroepen en verborgen groepen	193
8.2 Hoe werken groepen?	196
8.3 Waar vind je jouw groepen	201
8.4 Zelf een groep aanmaken	203
9. Zoeken naar vacatures	206
Zoekopdrachten vacatures opslaan of terugvinden	208
9.1 Solliciteren en je netwerk voor je laten werken	210
Solliciteren via de mobiele applicatie	212
Dankwoord	215
Over de auteur	216
500 tips en ideeën voor je LinkedIn-posts	218
Index	219

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, tegenwoordig 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 70 miljoen bedrijfspagina's en ruim 1 miljard persoonlijke profielen in 200 landen, waarbij er iedere seconde drie accounts bijkomen. In Nederland hebben we meer dan 11 miljoen persoonlijke accounts (waarvan 5 miljoen mensen maandelijks inloggen), en daarmee is LinkedIn het grootste professionele netwerkplatform. Nederlanders zijn 's werelds grootste (en misschien wel succesvolste) gebruikers van LinkedIn. Niet voor niets komen de ontwerpers regelmatig naar Nederland om te sparren en onze feedback te vragen over het gebruik. Als officieel ambassadeur, samen met een paar vakgenoten, ben ik al meerdere keren het gesprek aangegaan. En dat is wat ik waardeer aan de medewerkers van LinkedIn: ze staan altijd open voor (opbouwende) kritiek en frisse ideeën.

Naast persoonlijke profielen en bedrijfspagina's zijn er op LinkedIn ruim 2 miljoen groepen te vinden. Dit zijn fora waarop LinkedIn-leden allerlei uiteenlopende onderwerpen bespreken. In dit boek ligt de focus op het persoonlijke profiel, maar ook de groepen komen aan bod.

Wil je na dit boek een volgende stap maken en alles weten over het plaatsen van LinkedIn-posts? Dan verwijst ik je graag naar mijn boek [500 tips en ideeën voor je LinkedIn-posts.](#)



Waarom een persoonlijk LinkedIn-profiel?

De vraag: 'Wat moet ik met LinkedIn?' wordt vaak gesteld. Veel professionals denken nog steeds dat LinkedIn alleen een digitale Rolodex is voor wat contacten, een statisch platform of iets dat alleen nuttig is voor werkzoekenden. Maar LinkedIn is zoveel meer dan dat. Hier zijn enkele van de belangrijkste functies en voordelen:

- Het is een krachtig netwerkplatform.
- Het fungeert als een database voor al je contacten, waarbij je netwerk zelf hun gegevens actueel houdt.
- Het is je digitale cv, waarmee je rechtstreeks kunt solliciteren op vacatures via LinkedIn.
- Het is een waardevolle informatiebron, boordevol artikelen en inzichten over jouw vakgebied en andere onderwerpen.
- Het biedt de mogelijkheid om je expertise en vakkennis te delen.
- Het is je digitale visitekaartje.
- Het stelt je in staat om als ambassadeur van je bedrijf op te treden.
- Het maakt het mogelijk om interessante besluitvormers, potentiële klanten en bedrijven te volgen en strategisch in te spelen op hun online activiteiten, waardoor je zichtbaarheid vergroot.
- Het is een ideaal platform voor recruitment en social selling.

Kortom, LinkedIn is een veelzijdig platform dat veel verder gaat dan alleen een lijstje contacten. Het biedt talloze kansen om jezelf professioneel te profileren en je netwerk effectief te benutten.

Hoe werkt LinkedIn?

Wanneer je een profiel aanmaakt op LinkedIn, kun je mensen uitnodigen om te linken, of je wordt zelf door iemand uitgenodigd. Voor een connectie is van beide kanten toestemming nodig, waardoor het tweerichtingsverkeer is. Zodra je met LinkedIn-leden verbonden bent, worden jullie eerstegraadsconnecties van elkaar. Als een van jouw connecties weer met iemand anders is verbonden, wordt die persoon jouw tweedegraadsconnectie.

De connecties van je tweedegraadsconnecties worden derdegraadsconnecties genoemd. Samen vormen al deze connecties jouw netwerk. Iedereen buiten dit netwerk valt automatisch buiten je bereik, en in de gratis versie van LinkedIn kun je deze mensen ook niet bereiken. Op het profiel van een LinkedIn-lid kun je zien in welke graad hij of zij zich bevindt door het cijfer dat achter de naam wordt weergegeven.



Rik Keijzer · 1ste

Leer zelf sushi maken! 🍣 Gezellig met je collega's als bedrijfsuitje, op locatie met andere liefhebbers of doe het zelf online @ School of Sushi

Amersfoort, Utrecht, Nederland · [Contactgegevens](#)

[Ja ik wil een sushi workshop](#) 🍣 ➦

2.109 volgers · 500+ connecties



School of Sushi

YEARTH. YEARTH Academy

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. Als je nog niet begonnen bent, raad ik je aan om daar direct mee te starten – anders mis je de spreekwoordelijke boot.

Waarom ben ik hier zo stellig in? In deze tijd draait het steeds meer om personal branding, de gunfactor, social selling, demand generation, persoonlijke aanbevelingen, samenwerkingen, het opbouwen van relaties, vertrouwen en transparantie. Dit gebeurt niet alleen offline of via de welbekende mond-tot-mondreclame, maar juist ook steeds vaker online.

Stel je voor: je staat op een borrel, zakelijk of privé, of op een evenement met een paar mensen te praten. Op dat moment mis je alles wat er verder om je heen wordt besproken. Misschien vertelt iemand een paar meter verderop dat hij op zoek is naar een goed bedrijf dat hem kan helpen met het verbeteren van de airconditioning in zijn pand. En stel dat de persoon naast hem jou niet kent en dus niet weet dat jij daarin gespecialiseerd bent. Een kans gemist!

Daarom is LinkedIn zo krachtig: op dit platform kun je direct inspelen op dit soort vragen, eventueel met hulp van je waardevolle netwerk of tools zoals Sales Navigator. De kracht van LinkedIn ligt in de mogelijkheid om op elk moment van de dag bijdragen te volgen van mensen die interessant voor je zijn – en daar direct op in te springen. Daarnaast kunnen anderen jouw naam doorgeven, wat jouw zichtbaarheid nog verder vergroot.

Zorg ervoor dat mensen over jou praten, zowel offline als online. Maar vooral online. Zorg dat je de eerste bent die genoemd wordt, en dat jouw naam bekend is bij de mensen die ertoe doen.

Verkoop jezelf niet, laat anderen je verkopen

Verkopers die beweren dat hun product of dienst het beste, het snelste of misschien wel het goedkoopste is, kunnen zeggen wat ze willen – we geloven verkopers niet meer op hun blauwe ogen. Wat we wél geloven, is de buurman, vriend(in) of het familielid dat laaiend enthousiast vertelt over jouw product of dienst.

Als verkoper zul je daarom een andere aanpak moeten kiezen. Netwerken en aanbevelingen zijn hierbij van cruciaal belang. Zorg ervoor dat mensen jou en jouw product of dienst gaan promoten, in plaats van dat je dit zelf probeert te doen.



Digitaal visitekaartje

Directeur, manager, medewerker, zzp'er – het maakt niet uit welke functie je bekleedt, voor iedereen geldt: een eerste indruk maak je maar één keer, ook online. Hoe jouw LinkedIn-profiel eruitziet, zegt veel over jou. Het is je digitale visitekaartje. Mensen die jouw profiel bekijken, vormen direct een oordeel op basis van je profielfoto, de manier waarop je je profiel hebt ingericht en de tekstuele en visuele inhoud die je deelt.

Mensen zoeken anderen online op. Ze willen weten met wie ze te maken hebben. Als ze een afspraak met je hebben, je voor een baan willen uitnodigen, als ze klant zijn of dat misschien willen worden, als ze iets over je lezen of als ze je nodig hebben om bijvoorbeeld voorgesteld te worden aan een bekende. Het is haast ondenkbaar dat een professional niet online te vinden is. Zo iemand lijkt misschien achter te lopen. Dat hoeft natuurlijk niet zo te zijn, maar in dit digitale tijdperk is

het in bepaalde functies of vakgebieden wel opvallend om geen LinkedIn-profiel te hebben. Je loopt dan het risico om (grote) kansen mis te lopen.

Zichtbaarheid

Je kunt een mooi en professioneel LinkedIn-profiel hebben, maar als het niet zichtbaar is, heb je er weinig aan. Wij Nederlanders zijn vaak bescheiden en niet gewend om te pronken met wat we hebben of wie we zijn. *Doe maar normaal, dan doe je al gek genoeg*, is een bekende uitspraak. Maar ik heb altijd moeite gehad met die instelling en draai het liever om: *Doe maar gek, dan doe je al normaal genoeg*. Want door normaal te zijn, val je vaak helemaal niet op.

Natuurlijk is gek doen op een zakelijk en professioneel platform niet altijd de beste keuze, omdat dat niet voor iedereen geschikt is. Maar er zijn genoeg manieren om jezelf zichtbaar te maken en op te vallen. Een goed profiel hebben is stap één, maar ermee aan de slag gaan – netwerken, interacteren en jezelf goed profileren met bijdragen en artikelen – is minstens zo belangrijk.

Wanneer een potentiële klant op zoek is naar een goed product of een bepaalde dienst, kijkt hij vaak op LinkedIn. De meeste potentiële klanten in de B2B-markt gebruiken LinkedIn om hun aankoopbeslissingen te beïnvloeden. Ze hebben gemiddeld al 12 stukken content van jou gezien en 90% van hun onderzoek afgerond voordat ze contact met je opnemen. Als je een beroep uitoefent met een bepaalde expertise, kun je LinkedIn uitstekend gebruiken om jezelf te profileren als dé expert.

Dit doe je door waardevolle bijdragen en artikelen te plaatsen, te reageren op anderen, bijdragen te liken, content te delen en deel te nemen aan discussies in groepen – of zelf gesprekken te starten. Op deze manier leren jouw connecties je kennen als een expert, en hopelijk zullen zij jouw naam als eerste noemen wanneer iemand op LinkedIn zoekt naar jouw expertise.

Dit betekent niet dat je moet spammen, want daarmee jaag je mensen juist weg. Laat mensen op een natuurlijke manier bekend raken met jou, je organisatie, product en/of dienst door goede en interessante content te delen. Zorg ervoor dat ze niet meer om jou heen kunnen.

Richt je op je rol als expert

We leven in een tijd waarin alles vluchtig is, vooral online. Mensen vergeten snel. Blijf je in het vizier, dan zullen mensen je onthouden. Het is daarom essentieel om jezelf continu als expert te profileren. Help anderen door informatie, tips en advies te geven, zonder direct jezelf te willen

verkopen. Het draait vooral om de gunfactor. Hoe meer je geeft, hoe meer je zult ontvangen. En dat geven hoeft niet ingewikkeld te zijn: het kan al bestaan uit het doorsturen van een bericht, iemand introduceren bij een ander of een vraag beantwoorden.

Stel, je bent hypotheekadviseur. Je beschikt over uitgebreide kennis van hypotheeken, verzekeringen en aanverwante producten. Op LinkedIn zie je iemand in een groep of in een statusupdate om hulp vragen, bijvoorbeeld over een spaarhypotheek. Wat doe je dan?

Een veelgemaakte fout is dat mensen zichzelf aanbieden en meteen willen 'verkopen'. Soms werkt dat, maar vaak schrikt het alleen maar af. Wie geloof je eerder: de businesscoach die een coaching traject probeert te verkopen, of een goede bekende die jou dat traject aanbeveelt op basis van zijn persoonlijke ervaringen? Online werkt het vaak beter om onzelfzuchtig een goed advies of een waardevolle tip te geven. Laat daarmee zien wat je in huis hebt, zonder direct iets te willen winnen. Dit wekt meer vertrouwen dan een adviseur die schreeuwerig probeert een afspraak te forceren.

Netwerken kost uiteraard tijd en energie. Maar als je consistent blijft, zullen mensen je herkennen en onthouden. Ze zullen jouw naam noemen wanneer hun connecties vragen om een betrouwbare coach. Waarom? Omdat jij niet bezig bent met jezelf, maar met het belang van je klant.

Daarom is het ook belangrijk om connecties aan te gaan met mensen die je nog niet kent. Zij kunnen potentiële klanten of opdrachtgevers zijn. Of misschien kennen zij weer andere mensen die je verder kunnen helpen. Zo bouw je niet alleen aan je netwerk, maar ook aan je reputatie.

Vindbaarheid

Veel mensen beginnen hun zoektocht naar professionals en experts via Google. Google werkt met zoekmachine-optimalisatie (SEO). Dit betekent dat wanneer iemand een of meerdere woorden intypt – bijvoorbeeld een bepaalde expertise of een naam – hij wordt geleid naar een relevante website. Hoe relevanter de website, hoe hoger deze verschijnt in de zoekresultaten. Dit hangt af van meerdere factoren, maar vooral van de teksten waarmee de website gevuld is. Wil je met je LinkedIn-profiel hoog in Google verschijnen bij bepaalde zoektermen, dan is het belangrijk om bij het invullen van je profiel goed na te denken over hoe en door wie je gevonden wilt worden.

De zoekfunctie binnen LinkedIn werkt vergelijkbaar met Google, namelijk op basis van zoektermen. Wil jij gevonden worden op bijvoorbeeld salesmanager, dan moet je ervoor zorgen dat die term in je profiel staat. Er zijn echter vaak meerdere benamingen voor functies. Iemand

kan ook zoeken op vertegenwoordiger of de woorden los typen, zoals sales manager. Als die termen niet in je profiel voorkomen, verschijn je niet in de zoekresultaten.

Het is dus essentieel dat alle relevante zoektermen in je profiel staan. Gelukkig biedt LinkedIn hiervoor verschillende velden, zoals je kopregel, samenvatting, werkervaring en vaardigheden. Het hele profiel wordt geïndexeerd, dus gebruik deze velden slim om de juiste zoekwoorden op te nemen en je vindbaarheid te vergroten.

Geven is het nieuwe krijgen

Toen je klein was en iets moest delen, bijvoorbeeld met een vriendje, betekende dat vaak dat je een stukje moest weggeven van wat je had. Je hield zelf minder over. Al had je dan natuurlijk wel een blij vriendje. Maar nu betekent delen ook krijgen, vooral online. In de inmiddels veelgehoorde leus 'als je niet kunt delen, kun je ook niet vermenigvuldigen' zit dan ook echt een kern van waarheid.

Probeer het maar eens. Ga online, help mensen, like en reageer op hun bijdragen, en verwijfs hen door naar de juiste personen (want ook jij kent mensen die graag netwerken). Vaak is een kleine moeite al voldoende om iemand jou te laten onthouden. En driemaal raden wat er gebeurt als die persoon later een opdracht of aanvraag van een connectie voorbij ziet komen die perfect bij jou past... Juist!

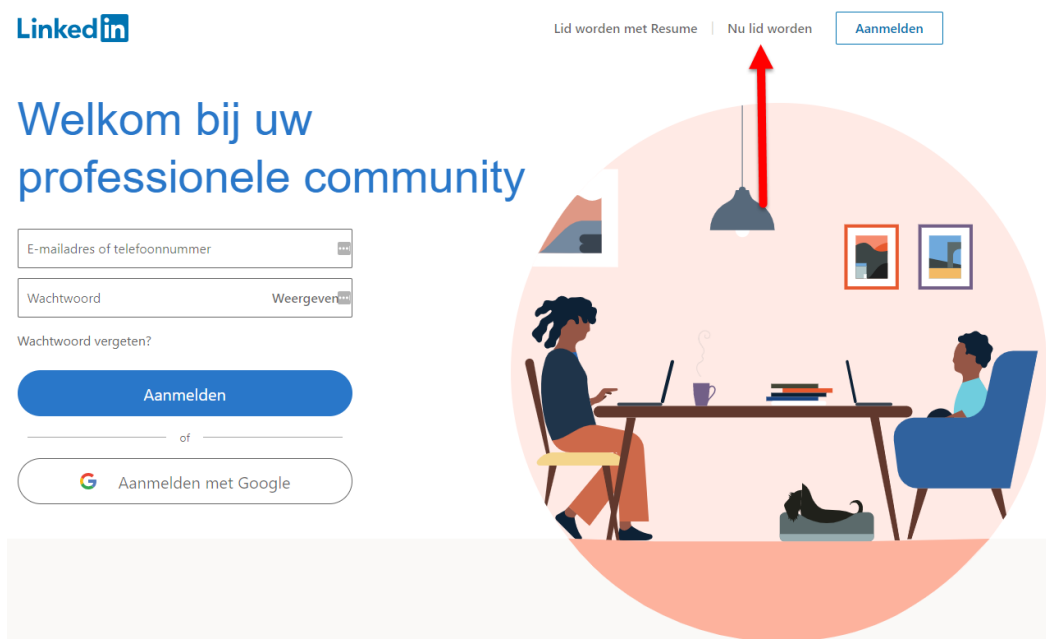
2. Een professioneel profiel

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 gewoon rustig alle stappen in dit boek. Heb je al een profiel? Dan kun je direct verdergaan met paragraaf 2.2.

2.1 Voor wie nog geen profiel heeft

Als je nog geen LinkedIn-profiel hebt, is dit het moment om er een aan te maken. Zo kun je alles wat je in dit boek leert direct in de praktijk brengen. Het aanmaken van een profiel is eenvoudig en snel gedaan.

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 hebt bewezen dat je een 'echt persoon' bent door een eenvoudige vraag of puzzel op te lossen, kun je verder. In het volgende veld geef je aan of je in dienst bent, werkzoekend bent of studeert. Afhankelijk van je keuze vul je de bijbehorende velden in.

Als je 'in dienst' bent, vraagt LinkedIn om je functietitel en de naam van je werkgever. Uiteraard kun je deze informatie later nog aanpassen of aanvullen.

Laten we beginnen met uw profiel

De sleutel tot succes op LinkedIn

Land *

Nederland

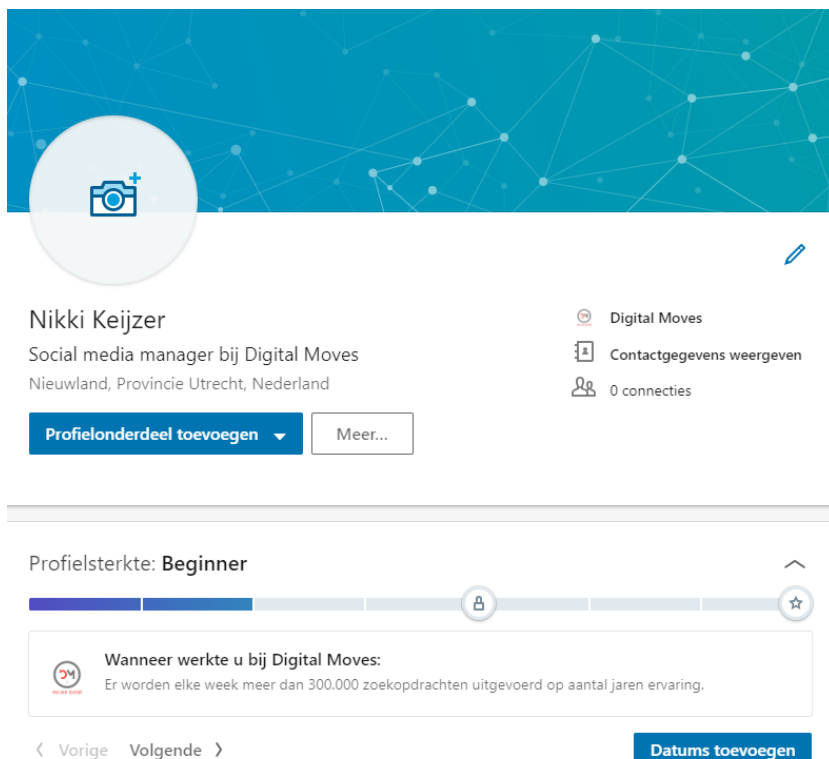
Postcode (bijv. 1018 VV) *

3813

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

Volgende * Verplichte informatie

Hierna ontvang je een code op het door jou opgegeven e-mailadres om je account te verifiëren. Zodra je deze code hebt ingevoerd, kom je op je profielpagina 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**

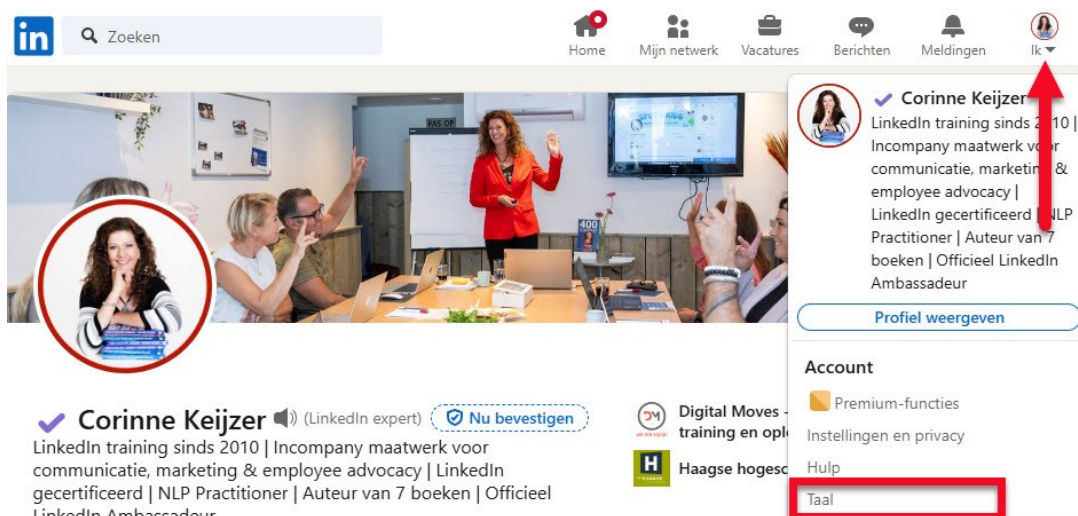


LinkedIn werkt niet op alle browsers even goed. Vooral met Internet Explorer of Edge kom je veel problemen tegen, bijvoorbeeld bij het opslaan van instellingen of aanpassingen. Kies daarom voor Chrome, Safari of Firefox, dan heb je die problemen niet of een stuk minder.

2.2 Voor wie al een profiel heeft

Dit boek is geschreven met de Nederlandse taalinstelling op LinkedIn als uitgangspunt. Heb je al een profiel en staat de lay-out ingesteld op Engels (of een andere taal), dan kun je dit (tijdelijk) aanpassen naar Nederlands. Zo hoef je de termen niet zelf te vertalen.

Je kunt de taalinstelling wijzigen via de instellingen (meer hierover lees je in paragraaf 5.1). Er is echter ook een snellere methode: klik op je profielfoto rechtsboven in het scherm en selecteer in het uitklapmenu 'Language' of de vertaling daarvan in de ingestelde taal.



2.3 Verschil in opties en lay-out

De afbeeldingen en lay-out in dit boek kunnen soms afwijken van die op jouw profiel. LinkedIn is continu in ontwikkeling en voegt regelmatig nieuwe functies toe, die niet voor iedereen tegelijkertijd beschikbaar zijn. Deze updates worden wereldwijd in willekeurige batches uitgerold.

Het is lastig te voorspellen wanneer jij toegang krijgt tot een nieuwe functie of lay-out; soms gebeurt dit binnen een dag, maar het kan ook een jaar duren. Dit heeft niets te maken met hoe lang je al lid bent van LinkedIn of of je een betaald abonnement hebt.



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.

2.4 Het toepassen van SEO voor LinkedIn

Voordat je begint met het inrichten van je profiel, is het verstandig om eerst een zoekwoordonderzoek te doen. In hoofdstuk 1 heb ik al uitgelegd dat LinkedIn op een vergelijkbare manier met zoekwoorden omgaat als Google. Als je wilt dat mensen je kunnen vinden op specifieke termen, functies of kwaliteiten, moet je hier rekening mee houden bij het schrijven van je teksten. Dit proces heet zoekmachine-optimalisatie, ook wel SEO genoemd, wat staat voor *Search Engine Optimization*.



Het uitvoeren van zoekmachine-optimalisatie kost tijd, maar het is de basis van een goed profiel en ontzettend waardevol als je het correct toepast. Vaak blijf je zelf hangen in vakjargon of gebruik je termen die anders zijn dan degene waar jouw doelgroep op zoekt. Hoe kom je dan aan de juiste zoekwoorden voor jouw profiel?

- **Bepaal je doelgroep en taal:** Denk goed na over wie je wilt bereiken en in welke taal je dat wilt doen. LinkedIn biedt de mogelijkheid om profielen in meerdere talen aan te maken; zie hiervoor paragraaf 3.3.
- **Vraag je omgeving om input:** Vraag mensen in je netwerk wat zij zouden intypen om je te vinden op Google of LinkedIn. Je zult verrast zijn door de termen die zij gebruiken. Zelfs kinderen kunnen verrassende inzichten bieden.
- **Kijk naar collega's:** Collega's hebben vaak andere functienamen in hun profiel staan, ook al doen ze hetzelfde werk. Dit kan je op ideeën brengen.
- **Analyseer branche- of vakgenoten:** Bekijk profielen van mensen in jouw branche. Zij gebruiken vaak andere benamingen of varianten van functietitels. Denk bijvoorbeeld aan salesmanager, dat ook vaak als sales manager wordt geschreven.
- **Maak gebruik van website-analytics:** Analyseer de statistieken van je website om te ontdekken met welke zoekwoorden bezoekers zijn binnengekomen. Deze termen kunnen ook relevant zijn voor je LinkedIn-profiel.
- **Gebruik tools voor zoekwoordenonderzoek:** Er zijn veel gratis online tools beschikbaar om je te helpen. Ook AI-tools zoals ChatGPT kunnen waardevolle inzichten bieden. In dit boek bespreek ik twee tools die ik vaak gebruik: Ubersuggest en Google Trends.

Ubersuggest

SEO draait om het gebruik van de woorden waarop mensen je zoeken. Als je bijvoorbeeld gevonden wilt worden op *projectmanager*, is het belangrijk dat dit woord in je profiel staat. Maar er zijn vaak meerdere termen die dezelfde functie beschrijven. Hoe ontdek je welke dat zijn?

Hiervoor kun je de gratis tool **Ubersuggest** gebruiken. Ga naar <https://neilpatel.com/ubersuggest> en voer daar een zoekwoord in, bijvoorbeeld je functienaam. Selecteer ook de taal waarin je wilt zoeken. Ubersuggest geeft je vervolgens inzicht in gerelateerde zoekwoorden en de populariteit ervan, zodat je de juiste termen kunt opnemen in je profiel.