



PERSOONLIJK PROFIEL

2024

DE Linked TM CHECKLIST

DEZE CHECKLIST GAAT JE HELPEN!



Corinne Keijzer

LINKEDIN CHECKLIST

Deze checklist gaat je helpen!

Wees vooral jezelf op LinkedIn en communiceer vanuit je eigen werklevens. Kies altijd voor kwaliteit boven kwantiteit en laat je niet gek maken door wat anderen doen of hoeveel likes of reacties zij hebben op hun posts.

Ieder netwerk is anders, iedereen heeft een verschillende insteek en een andere doelgroep. LinkedIn is onderdeel van je werkzaamheden, houd het natuurlijk en krijg er vooral veel plezier in.

Corinne Keijzer

WIL JE MEER WETEN OVER LINKEDIN EN DE MOGELIJKHEDEN LEREN KENNEN?



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

Vraag een voorstel op maat:
info@digitalmoves.nl

Zelf leren kan via onze boeken op Some Books:
<https://www.somebooks.nl>

Leer wanneer je zelf wil met onze uitgebreide online video-trainingen via onze Digital Moves Academy:
<https://www.digitalmoves-academy.nl>

Achtergrondfoto die met je werkleven te maken heeft.

Maak je profiel eventueel in meerdere talen aan.

Herkenbare profielfoto van jezelf.

Creëer een creatieve en vooral duidelijke kopregel.

Vul je contactgegevens naar wens in.

Vul eventueel je services.

Activeer de Creatormodus.

Koppel de bedrijfspagina in 'Ervaring'.

Vul 'Uitgelicht' met media en je belangrijkste LinkedIn-posts.

The image shows a LinkedIn profile for Corinne Keijzer, a Digital Moves professional. The profile includes a header with a background photo of her in a professional setting, a circular profile picture, and a banner with three photos of her. The main section features her name, title 'Digital Moves - social media courses', and a bio. Below this are sections for 'Aangeboden services', 'Statistieken', 'Resources', 'Mijn netwerk', 'Uitgelicht', and 'Info'. Annotations with blue arrows point to various elements: the search bar, the background photo, the profile picture, the bio, the contact information, the services section, the Creatormodus toggle, the 'Uitgelicht' section, and the 'Info' section.

Spreek in 'Info' je profielbezoeker aan.



BIJ ACTIVATIE CREATORMODUS:

- Vul 5 onderwerpen in van je interesses.
- Voeg een hyperlink met tekst toe aan je profiel.
- Maak eventueel gebruik van de beschikbare tools.



VERGEET DEZE ONDERDELEN NIET:

- Check je SSI score via www.linkedin.com/sales/ssi en houd deze maandelijks bij.
- Pas je unieke url aan in een nette persoonlijke link om deze makkelijker te communiceren.
- Besef dat je functie bij 'Ervaring' het eerste is wat mensen zien als ze je naam Googelen en vraag jezelf af of deze omschrijving direct duidelijk is. Pas hem eventueel aan.
- Vul minimaal tien 'Vaardigheden' en vraag mensen je daarvoor te onderschrijven.
- Vraag aan minimaal drie klanten, of belangrijke mensen waar je mee of voor gewerkt hebt, een aanbeveling.
- Vul de rest van je profiel met onderdelen die je nodig hebt onder 'Profielonderdeel toevoegen'.
- Maak in het onderdeel 'Activiteit' de categorie leidend die je als eerste wilt laten zien op je profiel.
- Loop je instellingen door, weet wat je met LinkedIn deelt en zichtbaar maakt en zet alles zoveel mogelijk open om alles uit dit mooie netwerkplatform te halen.



NETWERKEN – GA VOOR KWALITEIT

- Nodig iedere week vijf mensen uit in je netwerk met een persoonlijk bericht zonder te spammen. Geef een compliment, stel een vraag, toon interesse. Maak eventueel gebruik van de zoekmachine of een LinkedIn premium pakket.
- Loop wekelijks door je uitnodigingen heen en stuur een bericht aan onbekenden die er geen bericht bij hebben gezet voordat je ze accepteert. Beantwoord degenen die wel een bericht hebben gestuurd.
- Check je nieuwe volgers, nodig de mensen uit die je interessant vindt om te linken.
- Check wie je profiel bekeken heeft, wie je posts gedeeld of geliket heeft of er op gereageerd heeft, en nodig eventueel die personen uit als ze je interessant lijken voor je netwerk.



- **Creëer op de tijdlijn vooral bekendheid rondom jouw persoon, je merk of organisatie.** Pas als mensen je kennen zullen ze in de overweging-fase komen en misschien uiteindelijk voor conversie gaan. Of een sollicitatie. Of een ander doel dat je gesteld hebt.
- **Blijf zoveel mogelijk weg van spam.** Houd eventueel één op de tien posts aan om iets van je product of dienst naar voren te schuiven en denk daarbij aan de tone of voice. LinkedIn knikkert spam vaak direct uit de tijdlijn.
- **Post minimaal één keer per week een origineel bericht, indien mogelijk twee tot drie keer.** Zorg voor continuïteit, plan het in je agenda in. Reageer op reacties. Post max één keer per dag, meerdere keren wordt door LinkedIn al snel gezien als spam.
- **Zoek uit wat voor jouw doelgroep de beste timing van posts is.** Experimenteer met verschillende dagen en tijden, ieder netwerk is verschillend. Plan eventueel berichten in op tijden dat je dat niet handmatig kunt doen.
- **Bepaal bij iedere post je doel en doelgroep** zodat je daar ook gemakkelijker op kunt evalueren.
- **Varieer in je posts,** wissel tussen informatieve, inspirerende, overtuigende en entertainende posts. Maak ze verrassend, leerzaam en praktisch.
- **Varieer ook in je soort posts.** Je hebt de keuze tussen onder andere tekst, foto, video, poll, document en het opnemen van een weblink, maak er gebruik van.
- **Vertel verhalen uit je werklevens en gebruik vooral je eigen persoonlijkheid.** Zoek altijd het zakelijke haakje, het is en blijft een zakelijk platform.
- **Gebruik drie tot vijf hashtags** en denk hierbij in hoofdthema en subthema's.
- **Gebruik alleen tags voor betrokken personen of bedrijfspagina's.**
- **Snap hoe het algoritme werkt,** voor zover op dit moment bekend, maar ga vooral voor inhoud en kwaliteit van je post. Het algoritme verandert continu, investeer vooral in de lange termijn door goede en inhoudelijke content te plaatsen.
- **Gebruik je statistieken of een tool,** zoals bijvoorbeeld Shieldapp, om te meten welke posts goed werken en welke niet.
- **Like en reageer zelf inhoudelijk op posts,** op die manier deel je naast je kennis ook de post van diegene in jouw netwerk en maak je jezelf zichtbaar. Deel de post alleen door als je de verbinding wilt tonen met degene die de post geplaatst heeft.
- **Hergebruik je content.** Wat heb je vorig jaar geplaatst en is nog eens te plaatsen? Wat heb je op andere media staan wat je op LinkedIn ook kunt plaatsen? Pas de tekst en tone of voice eventueel aan, gericht op je doelgroep.
- **Als je graag schrijft, maak dan gebruik van artikelen en de 'Nieuwsbrief' optie** (welke je krijgt na activatie creatormodus) om abonnees aan te trekken. Zij krijgen een melding bij ieder nieuw artikel. Artikelen worden enorm goed geïndexeerd in de zoekmachines en blijven daardoor altijd bestaan en vindbaar op kernwoorden.