



**SKAPA EN BRA
PROFIL PÅ**

Linked  TM

LI expert

Allt du behöver veta om LinkedIn™

LI expert, Selling Socially and LI Sverige inte är en del av LinkedIn Corporation. Vi samarbetar med LinkedIn i Sverige och internationellt och bidrar till att individer och organisationer kan använda LinkedIn effektivt genom utbildningar, coaching, tips och artiklar.

Varför LinkedIn?

I alla tider har affärer gjorts genom kontakter, personliga referenser och rekommendationer.

Nu kan du få kontakter genom personliga referenser på internet genom LinkedIn, världens största professionella nätverk online.

Vad kan man göra med personliga referenser?

- Skaffa nya kunder. Hitta konsultuppdrag
- Hitta nya samarbetspartners och leverantörer
- Hitta nya personer att anställa
- Bli anlita som talare
- Skaffa det jobb man verkligen vill ha

Med LinkedIn kan du attrahera affärer och kontakter genom att bli synlig och sökbar. Det kan revolutionera sättet du gör affärer på!

I den här guiden för att optimera din LinkedIn profil ger vi dig det nödvändigaste för att skapa en bra och välbesökt.

Arbeta dig igenom listan och du kommer att ha en LinkedIn™ profil som skapar "aha-wow" inom några få sekunder. På internet behöver du fånga läsarnas uppmärksamhet och förtroende och du behöver göra det snabbt innan de går någon annanstans. **Det är extra viktigt ifall den som tittar på din profil är din drömkund eller din drömarbetsgivare!**

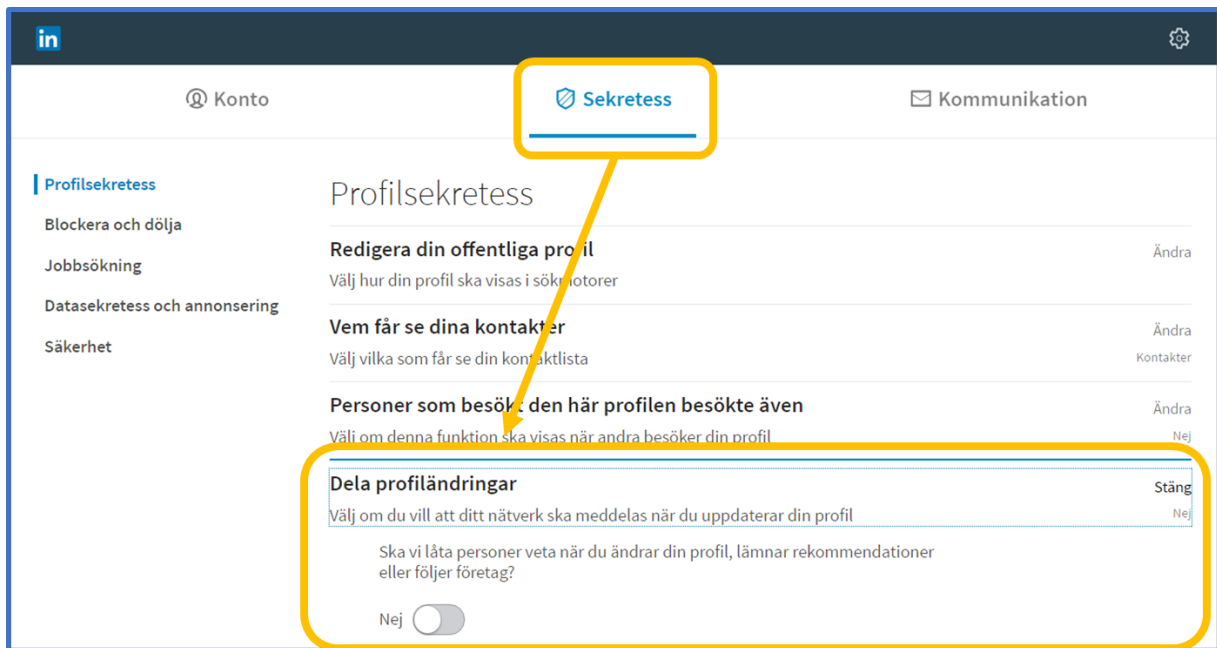
The screenshot shows a LinkedIn interface with two main sections. On the left, under the heading "Vilka är dina besökare?", there are four job recommendations: EY (3 people), LinkedIn (5 people), and ASI (4 people). On the right, there is a list of profile visitors, each with a profile picture, name, title, location, and a recommendation from a mutual contact. The visitors listed are: 1. A man, Senior Consultant at Gullers Grupp - Partner to PROI Worldwide, Stockholm, recommended by Dick. 2. A man, HR konsult tjänster med OPQ, MQ & 360° tillsammans med rekryteringar/second opinion & Personlighetstester, Poolia Sverige, recommended by Anders. 3. A woman, Grundare och seniorkonsult, Nacka kommun, recommended by Karoline. 4. "Någon på Stockholms universitet", recommended by an unnamed contact. 5. A woman, Engagement Manager at QuintilesIMS, Stockholm, recommended by Susanne.

LinkedIn ger feedback varje dag på hur många som har besökt din profil och vilka det är.

Över till din profil

1. Innan du börjar

Vi rekommenderar starkt att du stänger av statusuppdateringar när du jobbar med din profil. Annars kommer alla i ditt nätverk att få ett meddelande om varje ändring du gör. Du stänger av genom att gå till Sekretess och inställningar under "Du" uppe till höger på menyraden:



För att redigera ett avsnitt i din profil ska du klicka på den lilla pennan. Då öppnas ett nytt fönster där du kan redigera innehållet.

2. Ditt namn

Det är ditt namn och ditt foto som skapar det första intrycket av dig, det är det första (och ofta det enda) en besökare ser av din LinkedIn™ profil. Du har 6 sek att fånga uppmärksamheten (alternativt tappa den). Håll det enkelt och rent, lägg inte till några telefonnummer, adjektiv, utmärkelser, initialer eller smeknamn. Använd ditt personliga namn och aldrig företagets namn.

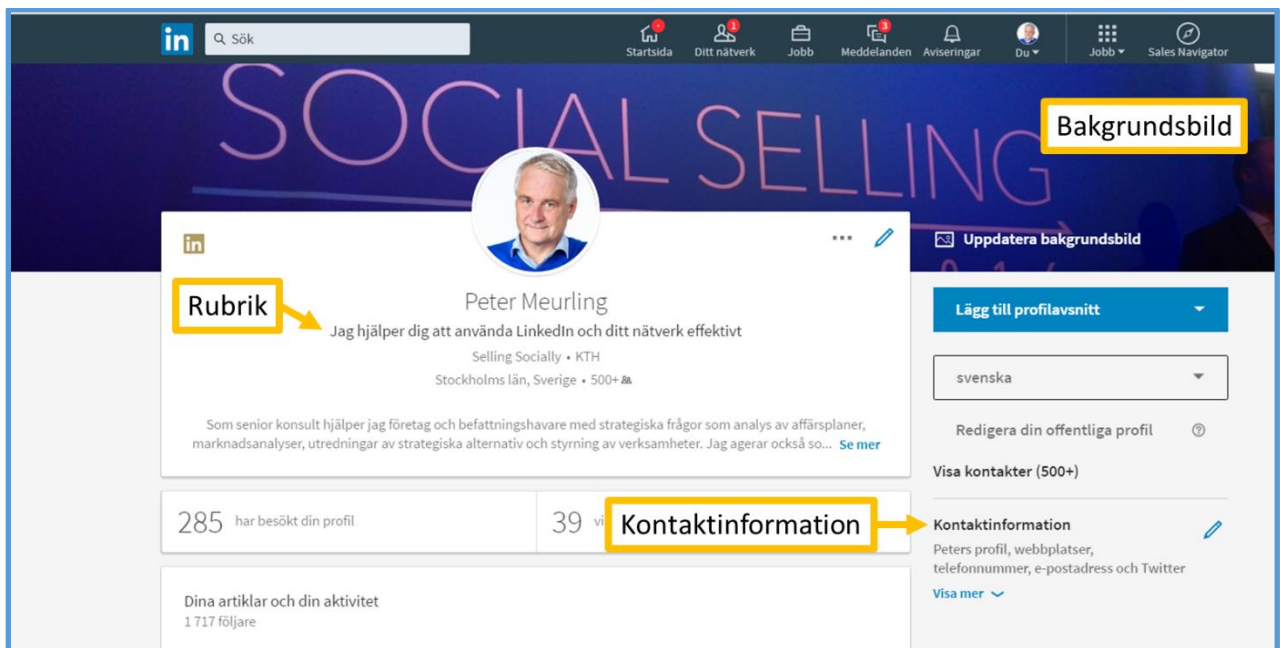
3. Ditt foto

En enkel huvudbild med neutral bakgrund. Anlita helst en professionell fotograf, det här är trots allt en viktig del av ditt personliga och professionella varumärke. Människor gillar att vi är genuina så överdriv inte genom att förbättra med Photoshop. Använd inte en alltför

gammal bild, folk ska ju kunna känna igen dig när ni ses. Använd inte en logotyp eller en helkroppsbild eller ett foto med flera personer i. Le och se in i kameran, helst ska bilden skapa en känsla av att "dig vill jag umgås med".

4. Rubrik

Detta är det viktigaste området i din profil. Du har 120 på dig tecken så se till att använda dina sökord och välj ord som ger dig och din kompetens rättvisa. Du kan också välja att beskriva det värde du skapar för dina kunder. Du kan ha olika rubriker på dina respektive språkprofiler och på så vis öka sannolikheten att bli hittad.



En titel (vilket de flesta traditionellt använder) bidrar normalt inte till att din profil blir hittad vid sökningar. Dessutom står den längre ner i profilen under ditt nuvarande jobb.

5. Bakgrundsbild

Här kan du välja bild helt fritt så länge du håller dig inom det tillåtna formatet – ett landskap, ditt företags logotype, ett fint mönster eller som i exemplet ovan en bild från en föreläsning hos LinkedIn.

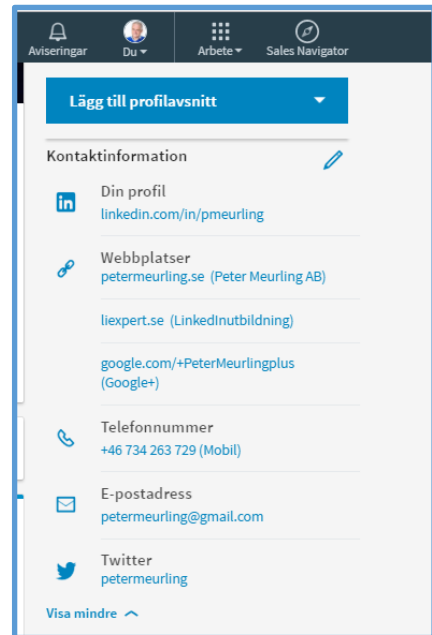
6. Språk

Vi rekommenderar att du skapar en profil för varje språk som din målgrupp använder. Blanda alltså inte två eller fler språk i samma profil.

7. Kontaktinformation, inklusive Twitter och Skype

Var noga med att hålla dina kontaktuppgifter uppdaterade så att folk som hittat dig kan ta kontakt. Lägg gärna till din Twitter och Skype också.

LinkedIn låter dig visa upp tre hemsidor i din profil. Använd inte LinkedIns generella etiketter som "Mitt företag" eller "Min blogg." Beskriv vad du erbjuder. Du kan även ha flera länkar till samma webbplats.



8. Din publika profil och URL

Ändra offentlig webbadress för profil

Förbättra ditt personliga varumärke genom att skapa en anpassad webbadress för din offentliga profil på LinkedIn.

Spara **Avbryt**

Du hittar din publika profil till höger på profilsidan. Det är den som visas upp när någon söker fram dig utanför LinkedIn. Du kan välja en egen URL som innehåller ditt namn (om ingen annan redan tagit det, då får du prova med initialer eller smeknamn).

9. Sammanfattning

Du har totalt 2 000 tecken på dig att beskriva vem du är och vad du gör. Det är viktigt att detta är skrivet i första person och inte som en tråkig CV i tredje person. Berätta en liten historia som väcker läsarens intresse och bjuder in läsaren i din värld. Tala om vem du är, vem du riktar dig till och varför de ska ta kontakt med just dig och hur du kan hjälpa dem. Var intressant, visa din personlighet och avsluta alltid med en uppmaning till handling – låt läsaren veta exakt vad hen ska göra härnäst.

Sammanfattning är egentligen fel rubrik på det här avsnittet. I stället ska det vara framåtblickande och berätta om vad det är du erbjuder och är intresserad av. En bra inledning kan till exempel vara "Välkommen! Det du kan förvänta dig av mig är.....".

Notera att det endast är de två första raderna av din sammanfattning som syns när någon först kommer till din profil. Använd dem till att locka läsaren att klicka på "Se mer".

Jag lyssnar efter vad som viktigast för dig och gör en verklig skillnad.

Jag är tränad i personliga referenser och expert på LinkedIn™. Genom att samarbeta med mig kan du få utväxling på affärsnätverkandet. Jag påstår att LinkedIn™ kan revolutionera hur du gör affärer. Möjligheten består i att du och din profil kan bli synlig och sökbar på LinkedIn™ och attrahera nya affärsmöjligheter och öppna dörrar.

"My next big thing" är att inspirera individer och företag att tänka nytt kring försäljning och marknadsföring för att attrahera de affärer de behöver och nå sina mål genom att kombinera LinkedIn™ och Social Selling till en köpresa full av upplevelser.

PERSONLIGT

Jag har erfarenhet av ledning av tillväxtföretag. Start, lansering och vidareutveckling av nya företag (Vård och omsorg, telemarketing, bokföring, IT, bioteknik, riskkapital, teleoperatörer, konsultkontor, en bank och flera nyckelfärdiga projekt).

Genom att arbeta i olika miljöer (stora företag samt mycket små företag) i 30 år har jag visat mig kompetent inom många områden. Har varit bosatt 4 år i Asien.

Exempel på sammanfattning: Olle Leckne

10. Dina artiklar och din aktivitet

Varje dag du uppdaterar din status så dyker du upp i nyhetsflödet hos dina kontakter och de ser att du är aktiv på LinkedIn. Om du har ett blogginlägg kan du använda länken till ditt inlägg som din statusuppdatering eller du kan länka till en annan intressant artikel. Är du aktiv i en LinkedIngrupp syns dina inlägg i gruppen också som en statusuppdatering om du väljer det.

11. Erfarenhet

Avsnittet Erfarenhet är ett annat bra ställe att använda dina sökord, både i titeln för de roller du har eller har haft och i beskrivningen av respektive jobb. Du kan använda 100 tecken i rubriken och 2000 i beskrivningen. Ta med all relevant erfarenhet som du har haft sedan skolan men var kortfattad om saker som du gjort för länge sedan.

Varje position bör innehålla:

- Vad företaget gör
- Vad du gör/gjorde i företaget och vilka resultat du nådde
- Vilka kunderna är/var

Kolla att du skriver företagsnamnen korrekt så att de länkas till respektive företagsida så att logotypen visas. Ibland är det en utmaning, eftersom företag byter namn emellanåt!

12. Utbildning

Lista all utbildning. Inkludera grundskola, gymnasium, universitet/högskola och speciella företagsutbildningar eller specifika yrkesutbildningar som du genomgått. Inkludera gärna utmärkelser och andra meriter som stärker din trovärdighet.










13. Volontärarbete


Lägg till volontärerfarenhet till din profil genom att fylla i en lista av vad du bryr dig om som gör en verklig skillnad för människor. Du kan även lägga till en lista över organisationer som du stödjer.

14. Utvalda kompetenser och intyg (eller referenser)

Här kan du lägga till en lista över dina färdigheter och kunskaper. Ha dina nyckelord i åtanke och lista de färdigheter som du vill vara sökbar på. Tänk på att dina kontakter kan intyga dessa färdigheter så välj sådant som färdigheter du vill bli känd för. Exemplet nedan visar att över 99 personer har intygat Olle Leckne för Entreprenörskap.

Utvalda kompetenser och intyg

- Entrepreneurship · 99+** 
 -  Intygat av Sheridan Tatsuno och 23 personer till med hög kompetens inom detta
 -  Intygat av Fredrik Frallan Hedenström och ytterligare 45 gemensamma kontakter
- Start-ups · 99+** 
 -  Intygat av Sheridan Tatsuno och 11 personer till med hög kompetens inom detta
 -  Intygat av Christopher Engman och ytterligare 36 gemensamma kontakter
- Business Develop... · 99+** 
 -  Intygat av Anneli Innovation Viklund och 14 personer till med hög kompetens inom detta
 -  Intygat av Liza Brentmar och ytterligare 29 gemensamma kontakter

Visa 47 till 

Exempel: Olle Leckne

15. Rekommendationer

Det är viktigt att du har rekommendationer i din LinkedIn profil, för de stärker din trovärdighet. Be om rekommendationer från kollegor och kunder inom de positioner du haft. Att få rekommendationer från dina kunder är alltid bäst. När du ber om rekommendationer ska du alltid skraddarsy din begäran och göra det lätt för personen du ber om en rekommendation av genom att ge ett exempel. Försök att få minst 5 -10 rekommendationer på din profil. Obs: ett av de bästa sätten att få rekommendationer är att ge rekommendationer åt andra!

16. Bedrifter

Här kan du visa vilka språk du kan, vilka organisationer du är med i, kurser du har gått, rapporter du har skrivit och annan information som kan vara intressant för en läsare som överväger att kontakta (eller rekrytera) dig.

17. Intressen

Berätta vad du intresserar dig för och tycker om. I detta avsnitt kan visa din mänskliga sida. Du kan inkludera både personliga och yrkesmässiga intressen.

Du kan gå med i upp till 100 grupper på LinkedIn. Använd detta för att hitta grupper som är relevanta för dig. Det kan till exempel vara grupper som handlar om din bransch, alumni från din skola, eller grupper om ämnen som du vill lära dig mer om.

Du kan också välja att följa "Influencers" dvs skribenter som LinkedIn valt ut och som skriver artiklar eller krönikor om aktuella händelser. Här kan man t.ex. följa Richard Branson.

Slutord

Arbeta dig igenom den här listan och du kommer att ha en LinkedInprofil som får statusen "Stjärnprofil" av LinkedIn och som fångar läsarens intresse. Dessutom kommer den att prioriteras av LinkedIns sökalgoritmer så att du kommer högre i sökresultaten.

Om oss

LI expert är kända för att hjälpa yrkespersoner att använda LinkedIn i praktiken. Vi har utbildat och coachat hundratals personer i användningen av LinkedIn för marknadsföring, social selling, jobbsökning och rekrytering.

Selling-socially är den elektroniska versionen av vårt program om just social selling.

Olle Leckne är erkänd entreprenör, coach och utbildare inom nätverkande. Hans resultat bygger på långvarig tillämpning av beprövade metoder för affärsnätverkande i vardagen och på internet.

Peter Meurling har en lång bakgrund som konsult och nätverkare inom stora företag Ericsson, Telia, PwC och EY. Han är utbildad coach och mentor och har utbildat och föreläst om nätverkande och LinkedIn sedan 2004.

Vill du lära dig mer?

På våra hemsidor hittar du våra utbildningar tillsammans med många tips och råd: www.liexpert.se och www.selling-socially.com

Exempel på utbildningar:

- LinkedIn som säljverktyg – för säljare och säljkårer
- LinkedIn för rekrytering och bemanning – hitta uppdrag och kandidater
- LinkedIn för marknadsföring – hitta enkla sätt att bli sedd och "top of mind"
- LinkedIn för stora organisationer – engagera medarbetarna och hjälp dem att använda sina nätverk som stöd i marknadsföringen
- LinkedIn för employer branding
- LinkedIn för konsulter eller advokatbyråer

Behöver du hjälp?

Kontakta oss via www.liexpert.se eller ring oss på 010 199 3668.