

INDHOLD

INTRO		2
MEN HVAD ER EN LINKEDINPROFIL?	►	
ADGANG TIL SETTINGS		
DANSK, ENGELSK ELLER ET TREDJE PROFILSPROG?		
STANDARDPROFIL OG SEKUNDÆR PROFIL	►	4
SPROG PÅ BRUGERFLADEN		4
PROFILBILLEDET		5
HEADLINE		5
SUMMARY		7
ERFARING, PROJEKTER OG PUBLIKATIONER		8
FRIVILLIGT ARBEJDE		9

UDDANNELSE OG KURSER	▶ 10
KOMPETENCER, ENDORSEMENTS	
OG ANBEFALINGER	▶ 11
ANBEFALINGER	▶ 12
ADDITIONAL INFO, INTERESTS OG ADVISE	
FOR CONTACTING YOU	▶ 13
ADVISE FOR CONTACTING YOU	► 13
SYNLIGHED OG DIN OFFENTLIGE PROFIL	▶ 14
GRUPPER OG VIRKSOMHEDER, DU FØLGER	▶ 15
WHO'S VIEWED YOUR PROFILE?	▶ 17
GOD ARBEJDSLYST	▶ 18





INTRO

LinkedIn er indiskutabelt det største faglige onlinenetværk, der findes og bliver i stigende omfang benyttet som rekrutteringskanal. Derfor giver det mening, at du er til stede på LinkedIn.

Hvordan skaber du en LinkedInprofil, der afspejler din faglighed, udstråler professionalisme, og som indbyder til dialog? Hvordan kommunikerer du bedst, hvad du kan tilbyde potentielle arbejdsgivere og kunder – og hvordan sikrer du synlighed og opmærksomhed omkring din profil?

I denne guide har vi fokus på, hvordan du får skabt en professionel og faglig skarp profil, der tager højde for både LinkedIns søgealgoritmer og de behov for information, den der udsøger egnende kandidater til en given stilling eller opgave har.

MEN HVAD ER EN LINKEDINPROFIL?

Et visitkort? Et onlinecv? En hjælp til dit netværk og potentielle arbejdsgivere?

Svaret er, at LinkedIn er alle tre ting. Dit billede og din headline er dit visitkort i en udsøgning, din profil er et onlinecv – men med ekstra dimensioner og plads til udfoldelse, og din profil er en hjælp for dem i dit netværk og dit netværks netværk, der leder efter faglige ydelser, som du kan og vil honorere.

Derfor er det også vigtigt, at du, inden du går i gang med at forme din profil, spørger dig selv:

- Hvad vil jeg gerne arbejde med og dermed kontaktes omkring?
- 2 Hvad er jeg særligt fagligt stærk til?
- **3** Og hvad er jeg særligt fagligt interesseret i?

Med afsæt i svarene på ovenstående spørgsmål er det dernæst relevant at du spørger dig selv: Hvem er så

min primære målgruppe? Og hvad betyder det for, hvad min profil signalerer?

Svarene på disse spørgsmål bør nemlig være styrende for, hvordan du tilgår de forskellige dele af din profil, fra profilsprog, til hvilke grupper du indgår i, og hvilke virksomheder du følger.

For gode råd om, hvordan du positionerer dig og skaber værdi med LinkedIn, se også **AJKS' metaguide til LinkedIn**.

"Nøgleord" er nøgleordet, når det kommer til en faglig skarp profil, for LinkedIns søgealgoritme er sat op sådan, at desto flere gange et nøgleord, fx tekstforfatter, fremgår af din profil, desto højere oppe vil din profil placere sig på en udsøgning på dette nøgleord. Nøgleord er i denne sammenhæng typisk det samme som dine nøglekompetencer.

Alle funktionaliteter og *settings*, der præsenteres i denne guide, er tilgængelige med en gratis LinkedInprofil.



ADGANG TIL SETTINGS

Der er en lang række funktioner, der bl.a. relaterer sig til synlighed og dine ønsker for kommunikation på LinkedIn, som du kan justere eller helt slå fra. I højre hjørne ved dit lille profilbillede finder du adgang til *Account & Settings*, der er dit kontrolcenter. Her kan du indstille en lang række parametre. Det er også her, du finder LinkedIns ret så effektive *Help Center*.

۹	Advanced	۹		+2	n.J.
Acc	ount & Settings				
	Rasmus Hengstenberg		Sign	Out	
in	Account: Business		Man	age	
â	Job Posting		Man	age	
3	Language		Cha	nge	
A	Privacy & Settings		Man	age	
0	Help Center		Get	Help	

OBS! SKAL DIT NETVÆRK HAVE BESKED, NÅR DU REDIGERER DIN PROFIL?

Når du er på *Edit Profile* vil du i højre side få mulighed for at slå notifikationer fra, mens du arbejder med din profil. Det anbefaler vi, hvis du er i gang med en større oprydning eller redigering af din profil. Slå den til, når det blot handler om, at du tilføjer, at du har løst en opgave for en kunde, bestået et kursus eller lignende.

Notify your network?

No, do not publish an update to my network about my profile changes.



V1 2016

DANSK, ENGELSK ELLER ET HELT TREDJE PROFILSPROG?

Skal min profil være på dansk eller engelsk? Det er et spørgsmål, vi ofte får stillet i AJKS' karriereteam.

Svaret er egentlig ganske simpelt. Hvor og hvem er din målgruppe? Henvender din profil sig mod store virksomheder, hvor koncernsproget er engelsk, eller imod et internationalt jobmarked, ja, så skal dit profilsprog være engelsk. Ved du, at dit marked er lige her i andedammen og i dansksprogede virksomheder, ja, så er en profil på dansk det rette. Men hvorfor ikke have begge dele? Har du kun en dansk profil, hvor det fremgår, at du har kompetencer inden for projektledelse, og en potentiel arbejdsgiver udsøger egnende kandidater på den engelske kompetencebetegnelse *Project management*, bliver du ikke en del af søgeresultatet. To profiler betyder selvfølgelig mere arbejde, når disse skal opdateres, men værdien af at være søgbar på flere sprog gør, at det er besværet værd.



STANDARDPROFIL OG SEKUNDÆR PROFIL

LinkedIn giver dig muligheden for, at du kan oprette profiler på et utal af sprog – lige fra arabisk til vietnamesisk. Vær dog opmærksom på, at det profilsprog, du vælger, første gang du opretter en profil, bliver din standardprofil. Opretter du derefter en ny profil på et andet sprog, bliver denne din sekundære profil. LinkedIns søgealgoritme er i denne sammenhæng sat sådan op, at hvis du bliver udsøgt fra en engelsksproget profil, vil det være din engelske profil, der bliver vist. Opretter du en sekundærprofil på et nyt sprog, genbruger LinkedIn dine *connections, endorsements* og anbefalinger til denne, men du skal selv føje tekstindhold til.



SPROG PÅ BRUGERFLADEN

LinkedIn tilbyder også, at du kan indstille brugerfladesproget. Her lyder vores klare anbefaling at vælge engelsk som brugerfladesprog af den simple grund, at nye funktionaliteter – som LinkedIn løbende udvikler – ikke altid er tilgængelig med den danske brugerflade eller først bliver det senere end på den engelsksprogede brugerflade.



Guide til linkedin 5

PROFILBILLEDET

Dit profilbillede er sammen med din overskrift og dit navn det første, en given arbejdsgiver ser, når han eller hun søger rundt på LinkedIn og således en del af det, man kunne kalde dit LinkedInvisitkort.

Ved at have et professionelt billede på din profil booster du sandsynligheden for, at det er dig, der bliver kigget på, når fx en virksomhed udsøger egnede kandidater.

Således er der mere end 40% flere *views* på profiler med billede på.

Da LinkedIn er et fagligt netværk, skal dit billede udstråle faglighed og professionalisme. Derfor er billeder, hvor du svinger et fadølskrus eller er på stranden med dine børn no go.



lignende og gerne udstråle faglighed.

HEADLINE

Din overskrift er vigtig! Det er som nævnt det første, andre ser, når du udsøges, skriver *updates*, *posts* eller *comments*, og når du har set på andres profiler.

Du har kun 120 anslag at gøre godt med i overskriften, så dit budskab skal være koncist og prioriteret.

Din overskrift bør rumme de nøglekompetencer, du gerne vil arbejde med i dit kommende job fx So-Me management, markedføring, PR, strategisk kommunikation, m.v. DERUDOVER KAN DIN OVERSKRIFT INDEHOLDE FØLGENDE:

- Din erfaringstyngde ("10 års erfaring med business development management".)
- Namedropping af tidligere kunder eller arbejdsgivere.
- Din funktion (kommunikationsrådgiver, PA, journalist m.v.)
- Tilkendegivelse af, at du tilbyder noget (Fx "Skarp journalist og So-Me manager tilbyder effektive webkampagner, viral markedsføring, SEO/SEM og fængende indhold".)

------ >>









SUMMARY

Med 2000 anslag til rådighed har du i dit resumé mulighed for at folde din faglighed, nøglekompetencer, erfaringstyngde, eventuelle betydningsfulde kunder eller arbejdsgivere og resultater ud.

Da resumeet samtidig typisk er det første, en potentiel kunde eller arbejdsgiver ser, når du har fanget deres opmærksomhed med en målrettet overskrift, og de har klikket sig ind på din profil, er det vigtigt, at du har tænkt over, hvad du kan og vil og skriver til målgruppen samtidig med, at du tænker i nøgleord, hvilket i denne sammenhæng ofte vil være det samme som nøglekompetencer. Er du i tvivl om, hvad du skal skrive i resumeet, så spørg dig selv: Hvad kendetegner min faglighed? Hvad er jeg fagligt passioneret omkring? Hvad arbejder jeg med (eller hvad vil jeg gerne arbejde med?), og hvad understøtter dette (kompetencer, erfaring, resultater)?



Tænk over, hvem målgruppen er og overvej, om du skal lade lidt af din personlighed skinne igennem.

EKSEMPEL PÅ RESUME:

163 centimeter lav ordslynger med passion for SEO, SoMe, content marketing og e-mail markedsføring.

Kontakt mig, hvis du har brug for:

- SEO-crawl, sundhedstjek og søgemaskineoptimering af hjemmesider.
- SEO-tekster, SEO-blogging og content marketing.
- E-mail markedsføring med høj åbningsrate.
- Tekst til print eller online.
- At dit budskab når din målgruppe og ikke dør i dårligt sprog.
- Den ukronede kvindelige konge af 10-fingersystemet og en redigeringshaj.

Fra action til kaffebønner...

Jeg har slidt tastaturer ned indenfor alt fra action og adventure til kaffebønner, belysning og humanitære vinkler på sport.

20.000 læsere om måneden...

GUIDE TIL LINKEDIN 8

ERFARING, PROJEKTER OG PUBLIKATIONER

Som vi kender det fra vores almindelige papircv, skal vi også på LinkedInprofilen beskrive vores tidligere ansættelsesforhold. Husk at have fokus på nøgleord og tænk i at få udrullet dine arbejdsopgaver, ansvarsområder og resultater.



V1 2016





Du har mulighed for at føje sektioner til din profil, fx certificeringer, projekter og frivilligt arbejde. Brug muligheden til at vise endnu mere af, hvad du kan og har lavet.

Add Media: 🖹 Document 🗐	Photo	P Link	O Video	C Presentation		
		¢	•	<i>H</i> · · · · · · · · · · · · · · · · · · ·		
Certifications				+ Add certificate	ţ	
International Certified Coa	ch 🖋					
International Coach Commun Starting December 2015	ity 🖋					
	Add o	certificate				

Ifølge LinkedIn er der dobbelt så mange *views* på profiler med certificeringer!

FRIVILLIGT ARBEJDE

Dit frivillige arbejde er interessant at få med af to grunde. For det første siger det noget om dig som person, at du bruger tid på frivilligt arbejde. For det andet kan der være relevante kompetencer at fremvise i dit frivillige arbejde. Skriver du fx frivilligt for Globalnyt.dk, er såvel dine publikationer som de kompetencer, du benytter, og den viden, du tilegner dig, relevant for en potentiel arbejdsgiver.

GUIDE TIL LINKEDIN 10

UDDANNELSE OG KURSER

Under hvert ansættelsesforhold kan du tilføje eventuelle kurser, du har deltaget i. Flash din faglighed og vis dit netværk, at du er up to date inden for dit felt.



Som på det gode gamle papircv bør din LinkedInprofil også indeholde et afsnit om din uddannelse. Her har du mulighed for at uddybe, fx hvad du har særlig viden om qua dit speciale. Det giver mening, hvis det er viden, du skal bruge i dit job. Har du for eksempel skrevet speciale om brugerinddragelse og sociale medier, kan det være relevant for en potentiel arbejdsgiver at vide, at du besidder omfattende og ny viden om dette emne.



Her kan du tilføje og redigere din beskrivelse af din uddannelse.



KOMPETENCER, *ENDORSEMENTS* OG ANBEFALINGER

Hvad er du rigtig god til? Hvad er dine nøglekompetencer, og hvad vil du gerne udsøges på?

På din LinkedInprofil har du mulighed for dels at tilføje og rate dine sproglige kompetencer, dels at tilføje de nøglekompetencer, som kendetegner din faglighed. Disse nøglekompetencer kan dit netværk så blåstemple ved at give dig *endorsements*. Det er naturligvis vigtigt at tænke over, hvilke nøglekompetencer du vil bryste dig af og med denne LinkedInfunktion highlighter på din profil – også fordi angivelsen af nøglekompetencer kan have betydning for, hvor du havner i en udsøgning på en given kompetence.

	arch for people, jobs, companies, and more	٩
lome Profile My Network Jo	bs Interests	
	Add position	
Languages	+ Add language	1
English	French	
Professional working proficiency	Professional working proficiency	
Spanish	Danish	
Elementary proficiency	Native or bilingual proficiency	
Tuck		
Limited working proficiency		
	Add language	
Chille 9 Endersoner	to the black	+
Skills & Endorsemen	LS + Add skill	+
Chills and Endersoments Settings		
Skills and Endorsements Settings		
I want to be endorsed Yes No	to my connections	
Show me suggestions to endorse my co	nnections	
Send me notifications via email when m	y connections endorse me	

Endorsement-funktionen på LinkedIn har den svaghed, at der nemt går byttebytte købmand i disse blåstemplinger, så tænk over, hvem du selv *endorser*, og hvem du godkender *endorsements* fra. *Endorsement* kan imidlertid være en måde at understrege, hvor du er særlig fagligt stærk, især hvis blåstemplingerne kommer fra tidligere kollegaer, chefer og kunder, altså personer i dit netværk, der faktisk ved, om du har stærke kompetencer inden for et givent felt.

----- È>-

Guide til linkedin 12

n	PREMIUN		 Search for 	or people, jobs, cor	npanies, and	d more		۹
ome	Profile	My Network	Jobs	Interests				
S	kills & E	Endorser	ments			+ Add skill	\$	
Skills	and Endorse	ments Settings						
l wan	t to be endors	sed 💿 Yes 🔾	No					
🖌 Ir	clude me in er	ndorsement sugg	pestions to my	connections				
✓ S	how me sugge	stions to endors	e my connecti	ons				
S	end me notifica	ations via email v	when my conn	ections endorse m	θ			
Add	& Remove	Manage Endo	rsements					
1					Add			
You c	an still add: 4							
26	Coaching ×	18 Project	Management	× 18 Project	Planning ×			
	International	Development ×	C Orga	inizational Develop	ment ×			
9	Career Coun	seling × 5	Recruiting >	< 4 Human F	Resources >	<		
4	Management	t × 4 Eng	lish × 3	Intercultural Com	munication	×		
2	Teaching \times	2 Change	Management	× 2 Leader	ship Develo	pment ×		
2	Management	t Consulting \times	2 Career	Development \times				
2	Workshop Fa	acilitation ×	Policy ×	1 Negotiatio	n × 1	Press Release	ses ×	
1	Spanish \times	1 Internatio	onal Relations	× 1 Intervie	ws ×			
1	HR Consultin	ig × 1 NG	GOs × Cor	ncept Developmen	t ×			

Her kan du slette en kompetence og skjule en *endorsement,* hvis den fx kommer fra en person i dit netværk, som ikke har kendskab til din faglighed.

Obs! Der er kun 1st grads *connections* der kan *endorse* dig og vice versa.

ANBEFALINGER

Du kan bede tidligere kunder, arbejdsgivere eller kollegaer i dit netværk om anbefalinger på LinkedIn. Disse vil fremgå under det relevante ansættelsesforhold på din profil og kan være et stærkt signal til potentielle arbejdsgivere og rekrutteringsfolk. Tænk over, hvem du beder om en anbefaling fra. Tommelfingerreglen er, at anbefalinger, du ville kunne sende med ud sammen med ansøgning og CV - det vil typisk sige anbefalinger fra tidligere kunder, samarbejdspartnere eller chefer - har mere tyngde end anbefalinger fra tidligere kollegaer.





ADDITIONAL INFO, INTERESTS der er i OG ADVISE FOR CONTACTING YOU

Forstår ikke den rettelse der er indsat her!



ADVISE FOR CONTACTING YOU

Du har mulighed for at markere, hvad dit formål på LinkedIn er. Hvad må folk kontakte dig om? Er du interesseret i karrieremuligheder, forretningssamarbejde, opgaver m.v.? Lad dit netværk vide, hvad du er åben overfor.



to receive. Sa far du mulighed for at afkrydse og i fritekst skrive, hvad du ønsker at blive kontaktet omkring. Er du selvstændig eller freelancer kan du her tydeliggøre, at du tager opgaver ind.

2016



SYNLIGHED OG DIN OFFENTLIGE PROFIL

Synlighed er en forudsætning for at netværke på LinkedIn. Da LinkedIn er et fagligt netværk, giver det mening at være så synlig som mulig – både på LinkedIn, og når potentielle kunder eller arbejdsgivere udsøger dig via fx Google og dermed får adgang til din offentlige LinkedInprofil. Resultatet af dit arbejde med at gøre din profil skarp og målrette den mod muligheder inden for din branche skal ikke skjules. Vi anbefaler altså, at du agerer synligt på LinkedIn, og at du sikrer dig, at også din offentlige profil er fuldt ud synlig.



Customize din

LinkedInURL. Ved at ændre din URL til fx at indeholde dit navn og måske titel, sikrer du, at din LinkedInprofil fremgår som et af de øverste søgeresultater i en googlesøgning.

Mens du kun kan vælge om din profil skal være synlig for alle eller ingen, kan du ned i detaljen vælge, hvad der skal være synligt på din offentlige profil.

.



Du kan være synlig eller helt eller delvist anonymiseret, når du researcher på LinkedIn. Som udgangspunkt er der ikke noget forgjort i, at folk kan se, at du har kigget på deres profil og dermed bliver bevidst om dig og din profil. Vi anbefaler derfor, at du er fuldt ud synlig. Vælger du anonymisering, vil du som "straf" heller ikke kunne se, hvem der har set din profil. Du kan også vælge, hvem der kan se dine *connections*, altså om disse kun skal være synlige for dig og personer, som du deler *connections* med, eller om alle skal kunne se dit netværk.

Har du fx et kæmpe netværk inden for reklamebranchen på LinkedIn, er dette relevant viden for en potentiel kunde, arbejdsgiver eller samarbejdspartner. Vi anbefaler derfor, at du lader dine *connections* være fuldt ud synlige.

🔔 Profile	Privacy Controls	Settings			
	Turn on/off your news mention broadcasts	Manage your Twitter settings			
Communications	Choose whether or not to share your profile edits	Manage your WeChat settings			
Groups Companies &	Select who can see your activity feed	Helpful Links			
Applications	Select what others see when you've viewed their profile	Edit your name, location & industry »			
ca.	Turn on/off How You Rank	Nêr op orbeideeiver oll	er kunde her fundet die på		
Account	Select who can see your connections	Nar en arbejusgiver elle	er kunde har rundet dig pa		
	Choose who can follow your updates	baggrund af en udsøgr	søgning på en given kompeten tuderer din profil, er der inger		
	Change your profile photo & visibility >	og er inde og nærstude			
	Show/hide "Viewers of this profile also viewed" box	grund til at tilbyde alte	rnative kandidater til et jo		
	Manage who you're blocking »	eller en opgave. Slå de	rfor funktionen Viewers of		
	Manage how people who have your phone number can connect with you \ensuremath{w}	^d this profile also viewed fra.			
	Turn on/off meet the team »				
			-		

GRUPPER OG VIRKSOMHEDER, DU FØLGER

Indtil nu har vi haft fokus på, hvilke elementer i din profil, du kan målrette og gøre skarpe, og vi har kigget på indstillinger for synlighed på LinkedIn og i forhold til din offentlige profil.

Når selve din profil er spot on, er det tid til, at du aktivt skaber synlighed omkring din profil og arbejder med at positionere dig i forhold til ressourcerne i dit netværk. Her kommer LinkedIns grupper ind i billedet. Udsøg faggrupper inden for dit felt, research på hvilke grupper, ressourcepersonerne – både i og uden for dit netværk – er til stede i (dette fremgår af deres profil) og bliv medlem af disse grupper. I grupperne er der nemlig masser af plads til, at du kan positionere dig og skabe opmærksomhed omkring din profil – fx ved at dele relevante *updates*, blogindlæg eller ved at kommentere diskussioner.

V1 2016



En anden fordel ved at være medlem af grupper er, at gruppemedlemmer kan skrive beskeder til hinanden via LinkedIn uden at være *connected*. Dette kan ellers kun lade sig gøre med *InMail*-funktionen, der kræver betalingsabonnement. Det bliver med andre ord nemt både for dig og for den potentielle arbejdsgiver eller ressourceperson at indgå dialog via de fora, som grupperne udgør.



I søgefeltet kan du vælge Groups og søgeord. Du kan også bruge søgefeltet til at søge på personer, jobs, virksomheder, universiteter, posts og tidligere korrespondancer (Inbox).

Fordi LinkedIn er så stort et fagligt netværk med nem adgang til nye medarbejdere, kompetencer og kunder, er stadig flere virksomheder til stede på LinkedIn med en virksomhedsprofil, som også fungerer som en del af deres brandingstrategi. Du kan udsøge og følge virksomheder inden for din branche og få opdateringer om nye jobmuligheder, events m.m. samtidig med, at du brander dig i forhold til din målgruppe.



Udsøg virksomheder inden for din branche og følg dem, så du er blandt de første, der får nyheder om jobopslag, events m.m.

WHO'S VIEWED YOUR PROFILE?

Din skarpe faglige LinkedInprofil, din synlighed og dine kommunikations- og brandingtiltag på LinkedIn, som de er beskrevet i denne guide, skulle gerne kaste resultater af sig i form af flere *profile views*. Ved hjælp af LinkedIns analyseredskaber har vi i AJKS' karriereteam over en periode målt på, om *likes, shares, comments,* og *posts* gav en stigning i antallet af profilvisninger, og svaret er ja, det havde en tydelig effekt.

red 3 upda





teter påvirker profilvisningerne, og du kan se, hvem der har set din profil. Er det personer inden for din branche eller personer, som du kan tilbyde noget fagligt, så kontakt dem, og hør, om de har et behov, du kan opfylde.

Obs! Her kan du også se, hvem der har set dine posts, fra hvilke brancher dine læsere kommer, gennem hvilke kanaler de har set din *post* m.m.



GOD ARBEJDSLYST

Ovenstående er forhåbentlig en hjælp til at komme i gang med LinkedIn, få inspiration til at gøre din profil faglig skarp og sikre synlighed over for den relevante målgruppe. Som det også fremgår af **AJKS' metaguide til LinkedIn**, rummer LinkedIn langt flere værktøjer end dem, der er nævnt i denne guide, som primært har fokus på den skarpe profil og synlighed. I AJKS afholder vi både temavejledningsmøder for ledige medlemmer om LinkedIn samt gå hjem-møder og workshops om LinkedIn.

På gå hjem-møderne vender vi både profilen, synlighed og din aktivitet på LinkedIn og går endnu mere i dybden

med LinkedIns mange funktionaliteter, såsom jobagenter på LinkedIn, researchmuligheder m.v. Med denne guide er du godt i gang og kan skabe en skarp målrettet profil, der kan sikre dig synlighed.

Hvis du har behov for yderligere info om brugen af LinkedIn som et redskab for jobsøgere, freelancere og selvstændige, så må du altid gerne kontakte AJKS' karriereteam på **karriereteam@ajks.dk**

Husk, at du løbende skal vedligeholde din LinkedInprofil. Små ændringer og deling af *updates* m.v. kan du foretage i LinkedIns udemærkede app.