

# AJKS' GUIDE TIL LINKEDIN

## INDHOLD

AJKS' GUIDE TIL LINKEDIN	▶ 2	FRIVILLIGT ARBEJDE	▶ 9
MEN HVAD ER EN LINKEDIN-PROFIL?	▶ 2	UDDANNELSE OG KURSER	▶ 10
ADGANG TIL <i>SETTINGS</i>	▶ 3	KOMPETENCER, <i>ENDORSEMENTS</i> OG ANBEFALINGER	▶ 11
DANSK, ENGELSK ELLER ET TREDJE PROFILSPROG?	▶ 3	ANBEFALINGER	▶ 12
STANDARDPROFIL OG SEKUNDÆR PROFIL	▶ 4	<i>MESSAGES FROM MEMBERS</i>	▶ 13
SPROG PÅ BRUGERFLADEN	▶ 4	SYNLIGHED OG DIN OFFENTLIGE PROFIL	▶ 14
PROFILBILLEDET	▶ 5	GRUPPER OG VIRKSOMHEDER, DU FØLGER	▶ 15
<i>HEADLINE</i>	▶ 6	<i>WHO'S VIEWED YOUR PROFILE?</i>	▶ 17
<i>SUMMARY</i>	▶ 7	GOD ARBEJDSLYST	▶ 18
ERFARING, PROJEKTER OG PUBLIKATIONER	▶ 8		

# AJKS

## AJKS' GUIDE TIL LINKEDIN

LinkedIn er indiskutabelt det største faglige onlinenetværk, der findes, og det benyttes i stigende omfang som rekrutteringskanal. Derfor giver det mening for dig, der er på jagt efter nye muligheder eller netværk at være til stede på LinkedIn.

Hvordan skaber du en LinkedIn-profil, der afspejler din faglighed, udstråler professionalism, 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 LinkedIn's søgealgoritmer og de behov for information, den, der udsøger egnede kandidater til en given stilling eller opgave, har.

---

### MEN HVAD ER EN LINKEDIN-PROFIL?

Et visitkort? Et online CV? 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 online CV – 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:

- 1 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 spørge sig selv: Hvem er så min

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

Svaret 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.

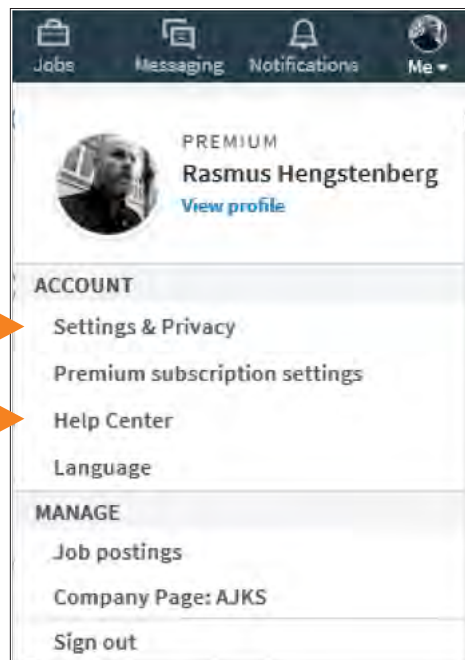
For gode råd om, hvordan du positionerer dig og skaber værdi med LinkedIn, se også "AJKS' metaguide til LinkedIn".

"Nøgleord" er nøgleordet, når det kommer til en faglig skarp profil, for LinkedIn's søgealgoritme er sat sådan op, at desto flere gange et nøgleord, f.eks. 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 LinkedIn profil.

## 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. Lidt til højre for midten, på menubaren ved det lille profilm billede, finder du adgang til Account & Settings, der er dit kontrolcenter. Her kan du indstille på en lang række parametre. Det er også her, du finder LinkedIns ret så effektive *Help Center*.



---

## DANSK, ENGELSK ELLER ET TREDJE PROFILSPROG?

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

Svaret er egentlig ganske simpelt. Hvor og hvem er din målgruppe? Retter din profil sig mod store virksomheder, hvor concernsproget 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 dansk profil den rette.

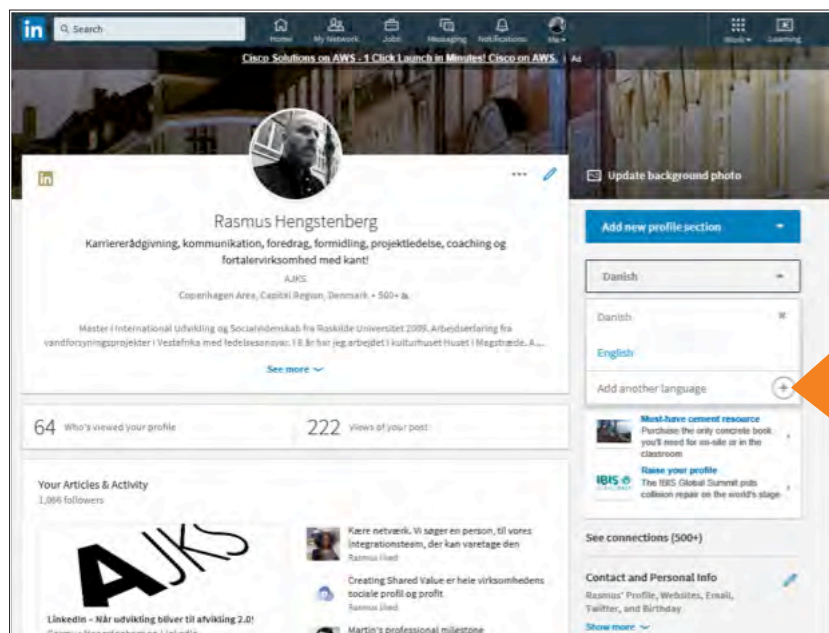
Men hvorfor ikke have begge dele? Har du kun en dansk profil, hvor det fremgår, at du har kompetencer inden for projektledelse, og en potentiel arbejdsgiver udsøger egnede kandidater på den engelske kompetencebetegnelse *Project management*, bliver du ikke en del af søgeresultatet. To profiler betyder 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 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. LinkedIn's søgealgoritme er

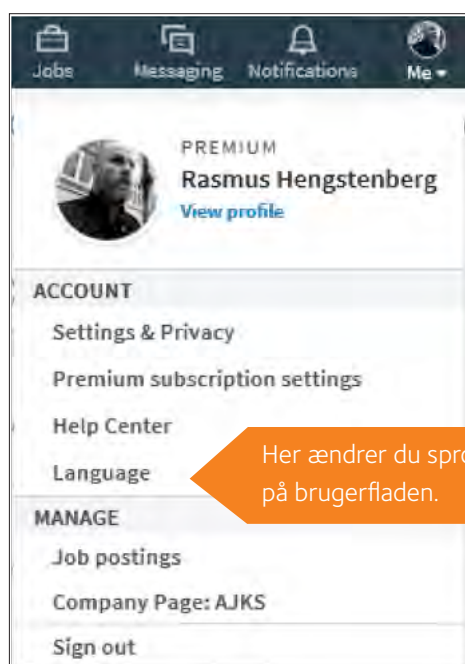
i denne sammenhæng sat sådan op, at hvis du bliver udsøgt fra en engelsksproget profil, vil det være din engelske profil, der bliver vist. Opretter du en sekundærprofil på et nyt sprog, genbruger LinkedIn dine *connections*, *endorsements* og anbefalinger til denne, men du skal selv føje tekstindhold til.



Her kan du oprette en profil på et andet sprog

## 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 funktioner – som LinkedIn løbende udvikler – ikke altid er tilgængelig med den danske brugerflade eller først bliver det senere end på den engelsksprogede brugerflade.

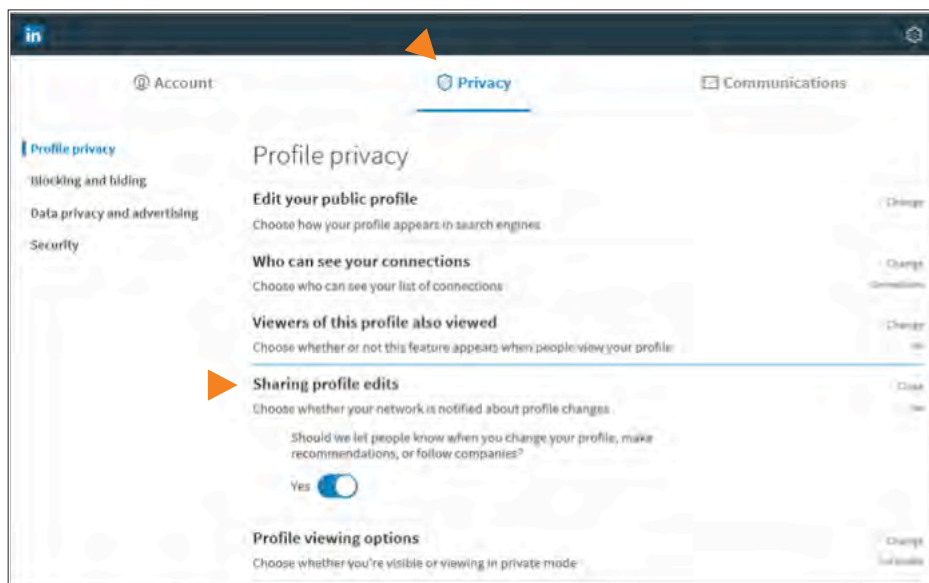


Her ændrer du sprog på brugerfladen.

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

Gå til *Settings & Privacy* og vælg fanen *Privacy*. Gå derefter til menupunktet *Sharing profile edits* og slå den fra. Det anbefaler vi, hvis du er i gang med en større opryd-

ning 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.



## PROFILBILLEDET

Dit profilbillede er sammen med overskriften 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 LinkedIn-visitkort.

Ved at have et professionelt billede på din profil booster du sandsynligheden for, at det er dig, der bliver kigget på, når f.eks. 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.

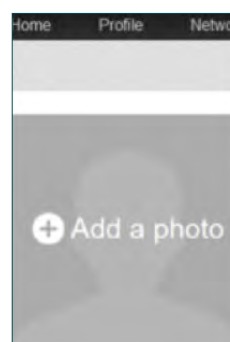


Foto: Thomas Søndergaard

Et godt profilbillede skal være vel-lignende og gerne udstråle faglighed.

## HEADLINE

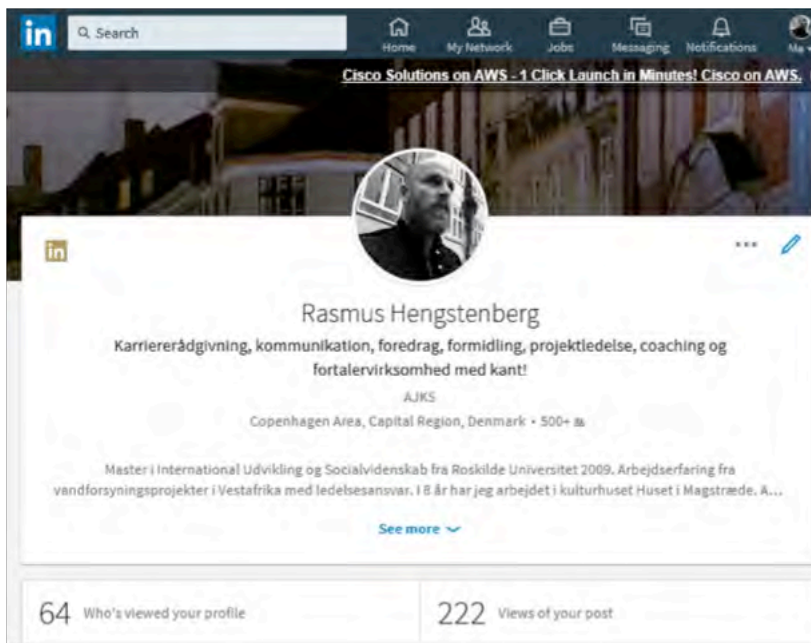
Din overskrift er vigtig! Det er som nævnt det første, andre ser, når du udsøges, skriver updates, articles eller comments, og når du har besøgt andres profiler.

Din overskrift bør rumme de nøglekompetencer, du gerne vil arbejde med i dit kommende job f.eks. So-Me management, markedsføring, PR, strategisk kommunikation, m.v.

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

DERUDOVER KAN DIN OVERSKRIFT INDEHOLDE FØLGENDE:

- Din erfaringstygnde ("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 web-kampagner, viral markedsføring, SEO/SEM og fængende indhold")



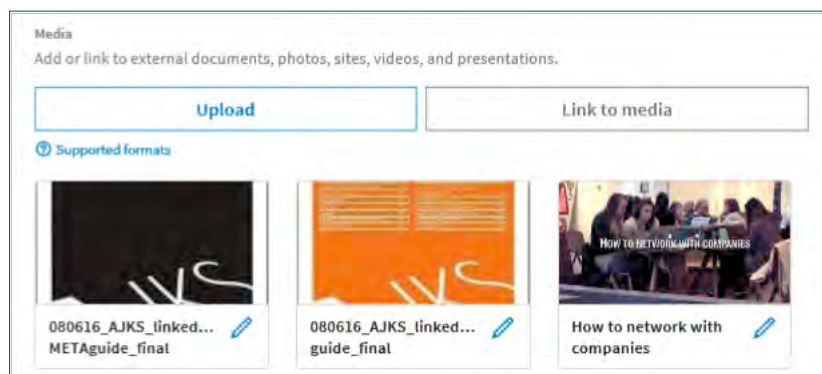
Her kan du redigere din overskrift og dit *Summary*

## SUMMARY

Med 2000 anslag til rådighed har du i dit resume mulighed for at folde din faglighed, nøglekompetencer, erfaringstungde, 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

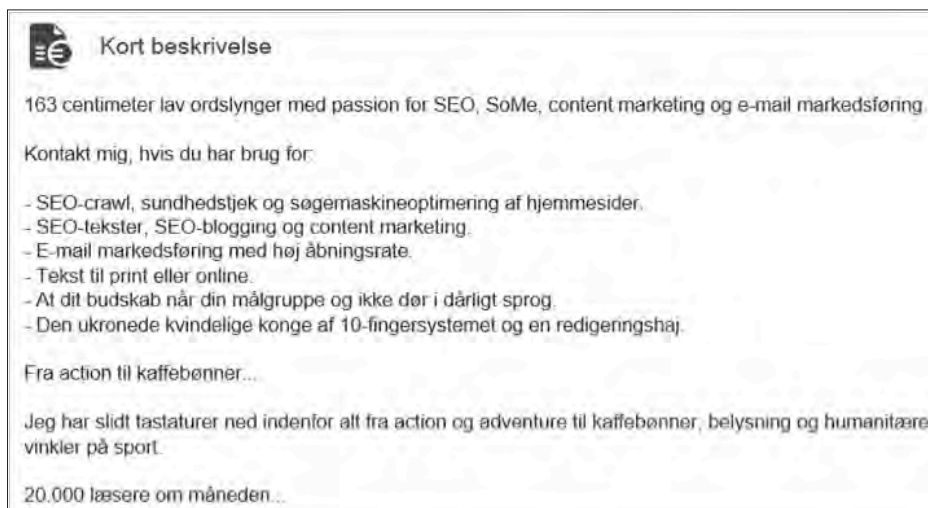
tænkt over, hvad du kan og vil og skriver til målgruppen samtidig med, at du tænker i nøgleord. Dette vil i denne sammenhæng ofte være ækvivalent med nøglekompetencer. Er du i tvivl om, hvad du skal skrive i resumeet, så spørg dig selv: Hvad kendetegner din faglighed? Hvad er du fagligt passioneret omkring? Hvad arbejder du med (eller hvad vil du gerne arbejde med), og hvad understøtter dette (kompetencer, erfaring, resultater)?



**Obs!** Du kan vedhæfte dokumenter, links, billeder, video og præsentationer. Skal din showreal supplere dit resume?

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

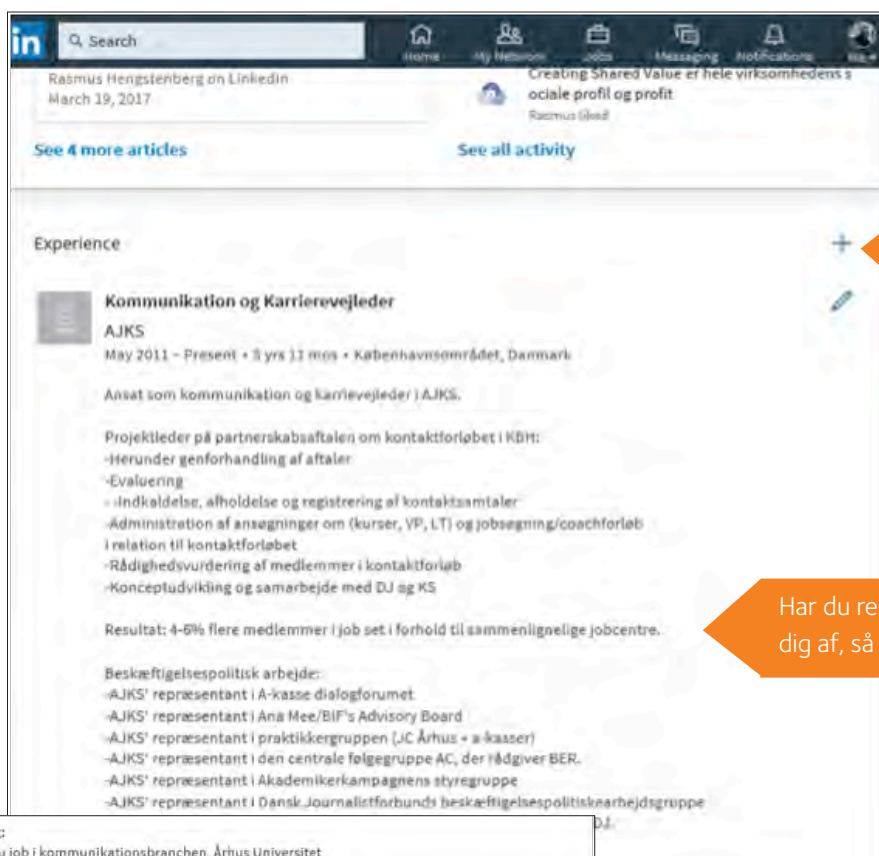
EKSEMPEL PÅ RESUME:





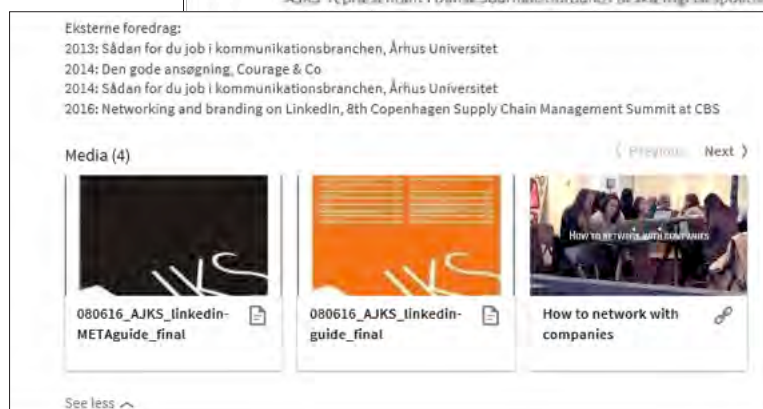
## ERFARING, PROJEKTER OG PUBLIKATIONER

Som vi kender det fra vores almindelige papir-CV, skal vi også på LinkedIn-profilen beskrive vores tidligere ansættelsesforhold. Husk at have fokus på nøgleord og tænk i at få udrullet arbejdsopgaver, ansvarsområder og resultater



Her kan du tilføje en ansættelse eller opgave og redigere din beskrivelse af ansættelsesforholdet.

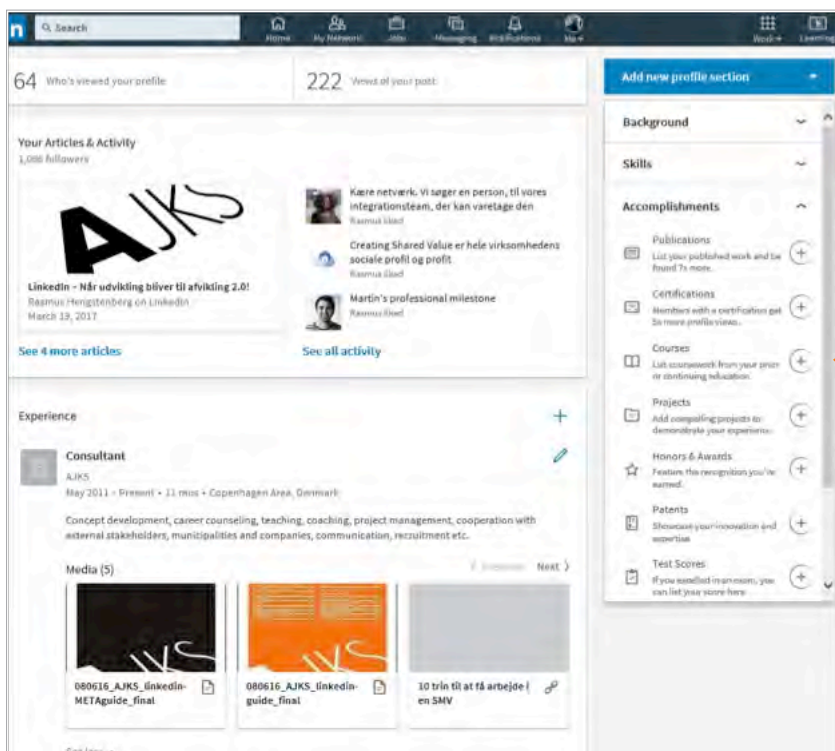
Har du resultater at bryste dig af, så gør det!



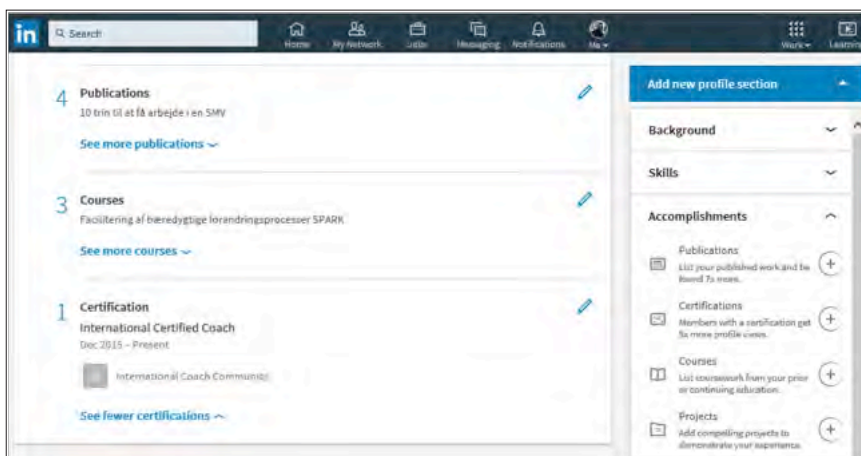
80% af arbejdsgiverne søger yderligere oplysninger om egnede kandidater på LinkedIn. Føj dine publikationer, grafisk materiale eller showreal til din profil.







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



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 f.eks. frivilligt for Globalnyt.dk, kan såvel dine publikationer som de kompetencer, du benytter, og den viden, du tilegner dig, være relevant for en potentiel arbejdsgiver.

## UDDANNELSE OG KURSER

Du kan tilføje eventuelle kurser, du har gennemført. Flash din faglighed og vis dit netværk, at du er up-to-date inden for dit felt.

Som på det gode gamle papir-CV bør din LinkedIn-profil også indeholde et afsnit om din uddannelse. Her har du mulighed for at uddybe, f.eks. 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.

The image shows two screenshots of a LinkedIn profile. The top screenshot displays the 'Accomplishments' section, which includes 'Languages', 'Publications', 'Courses', and 'Certification'. The 'Courses' section is highlighted with an orange arrow pointing to it. The bottom screenshot shows the 'Education' section, which lists 'Roskilde University' and 'Falkonergårdens Gymnasium'. An orange callout box points to the edit icon (pencil) next to the 'Education' section header, with the text: '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?

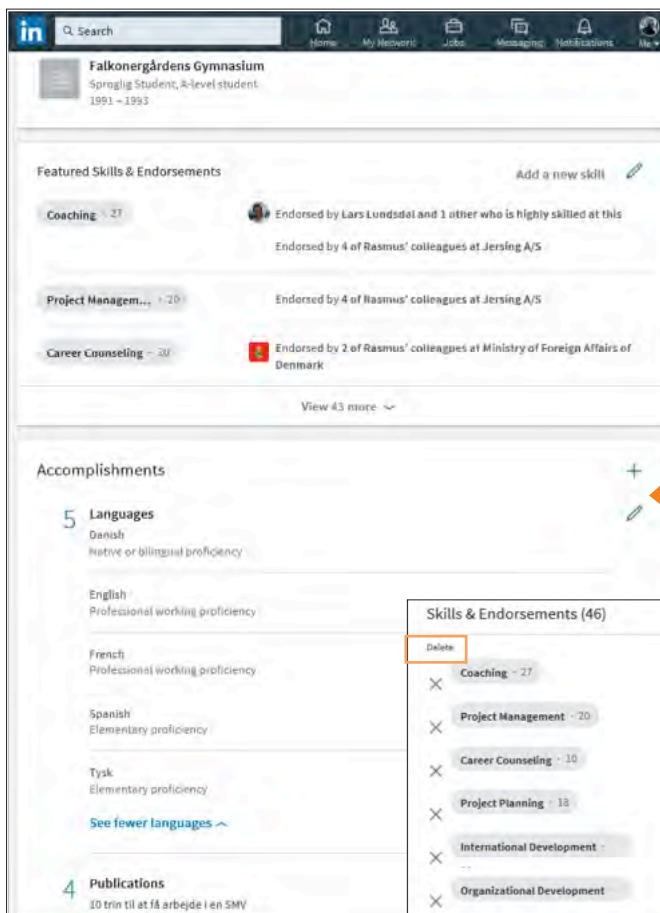
På din LinkedIn-profil har du mulighed for dels at tilføje og *rate* dine sproglige kompetencer, dels at tilføje de nøglekompetencer, som kendetegner din faglighed. Disse nøglekompetencer kan dit netværk så blåstemple ved at give dig *endorsements*.

Det er naturligvis vigtigt at tænke over, hvilke nøglekompetencer du vil bryste dig af og med denne LinkedIn-funktion highlighter på din profil – også fordi

angivelsen af nøglekompetencer kan have betydning for, hvor du havner i en udsøgning på en given kompetence.

*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 særligt 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.



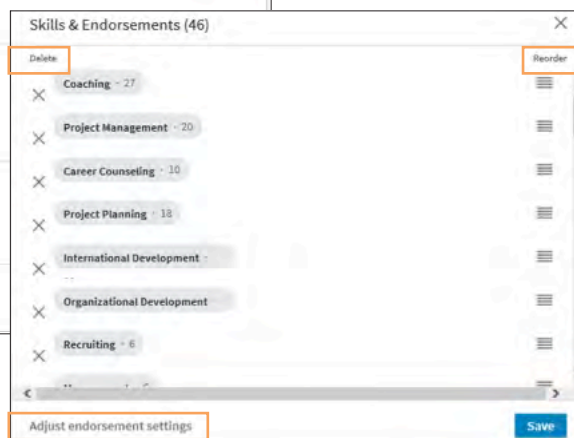
Tilføj dine nøglekompetencer og få *endorsements* fra dit netværk. Er du superskarp i f.eks. SEO, sender det et godt signal, hvis dit netværk også har givet dig *endorsements* for denne kompetence.

Tilføj og *rate* dine sproglige kompetencer.

Her kan du slette en kompetence eller bytte rundt på rækkefølgen.

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

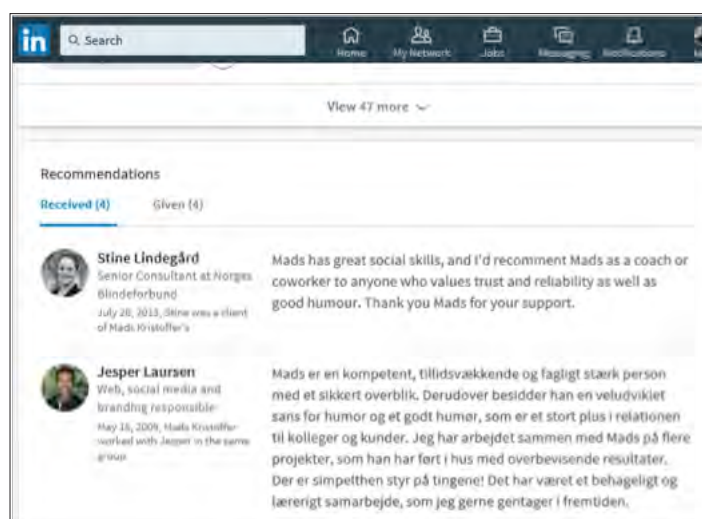
Her kan du skjule en *endorsement*, hvis den f.eks. kommer fra en person i dit netværk, som ikke har kendskab til din faglighed



## 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.



Brug funktionen til at gøre potentielle arbejdsgivere og kunder trygge. Vis, at det ikke kun er dig selv, der synes, at du leverer.

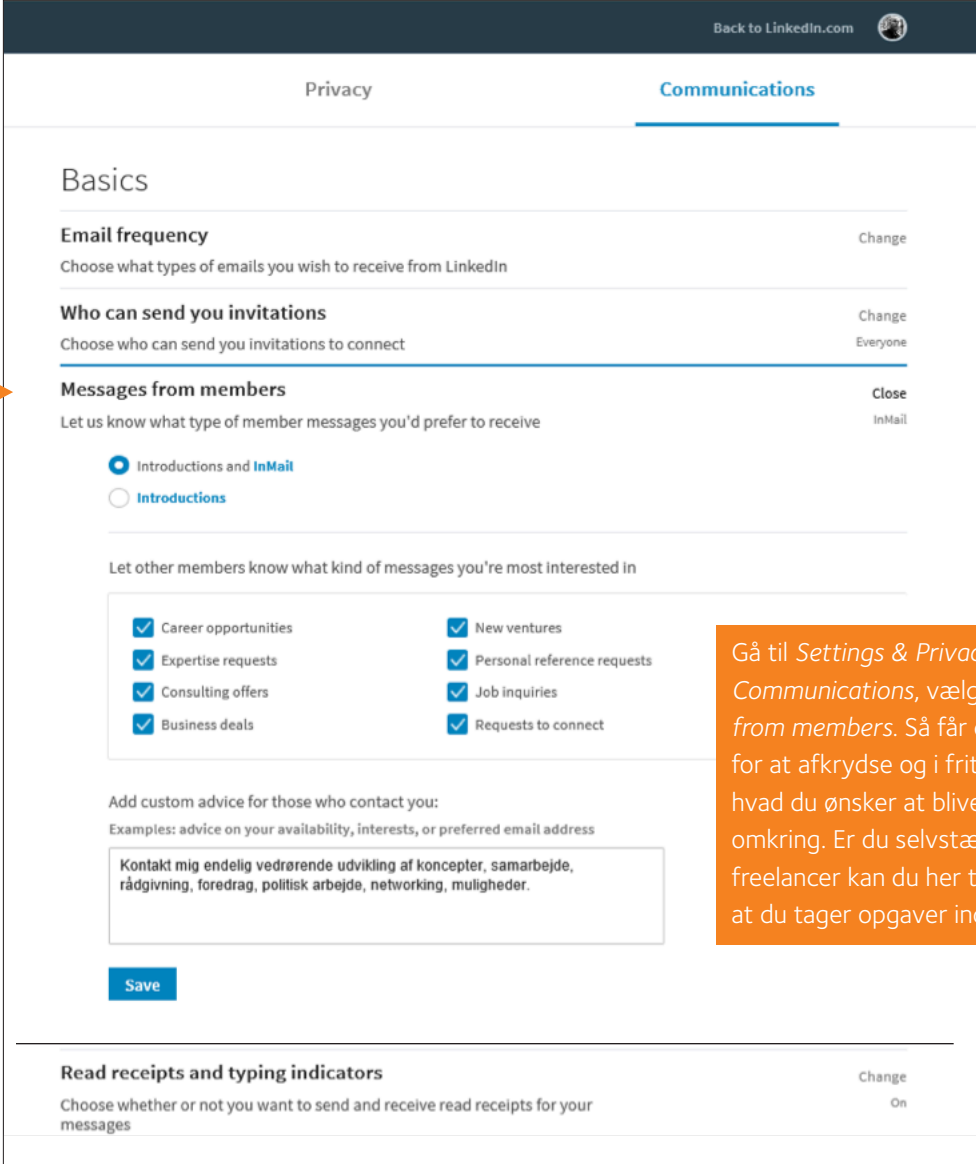


Du kan også uploade de anbefalinger, du har fået fra tidligere kunder eller arbejdsgivere i Word, Pages eller PDF format.



## MESSAGES FROM MEMBERS

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 over for.



Back to LinkedIn.com

Privacy **Communications**

### Basics

**Email frequency** Change  
Choose what types of emails you wish to receive from LinkedIn

**Who can send you invitations** Change  
Choose who can send you invitations to connect Everyone

**Messages from members** Close  
Let us know what type of member messages you'd prefer to receive InMail

Introductions and **InMail**  
 Introductions

Let other members know what kind of messages you're most interested in

<input checked="" type="checkbox"/> Career opportunities	<input checked="" type="checkbox"/> New ventures
<input checked="" type="checkbox"/> Expertise requests	<input checked="" type="checkbox"/> Personal reference requests
<input checked="" type="checkbox"/> Consulting offers	<input checked="" type="checkbox"/> Job inquiries
<input checked="" type="checkbox"/> Business deals	<input checked="" type="checkbox"/> Requests to connect

Add custom advice for those who contact you:  
Examples: advice on your availability, interests, or preferred email address

Kontakt mig endelig vedrørende udvikling af koncepter, samarbejde, rådgivning, foredrag, politisk arbejde, networking, muligheder.

**Save**

**Read receipts and typing indicators** Change  
Choose whether or not you want to send and receive read receipts for your messages On

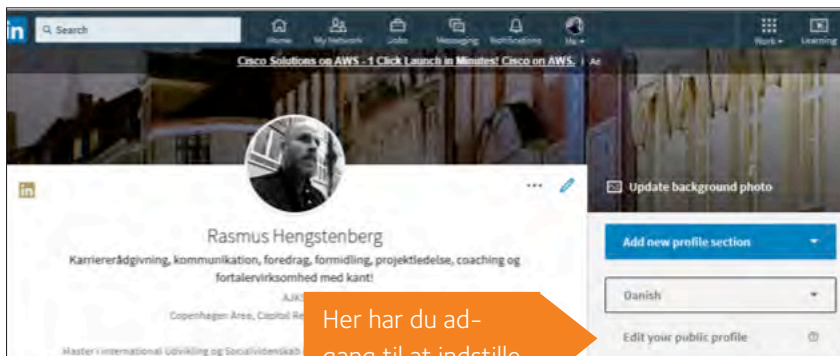
Gå til *Settings & Privacy*, vælg *Communications*, vælg *Messages from members*. Så får du mulighed for at afkrydse og i fritext skrive, hvad du ønsker at blive kontaktet omkring. Er du selvstændig eller freelancer kan du her tydeliggøre, at du tager opgaver ind.

## SYNLIGHED OG DIN OFFENTLIGE PROFIL

Synlighed er en forudsætning for at netværke. 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 f.eks. Google og dermed får adgang til din offentlige LinkedIn-profil.

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.

Skræddersy din LinkedIn URL!  
Ved at ændre din URL til f.eks. at indeholde dit navn og måske titel, sikrer du, at din LinkedIn profil fremgår som et af de øverste søgeresultater på en google søgning.



Her har du adgang til at indstille synligheden af din offentlige profil

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.

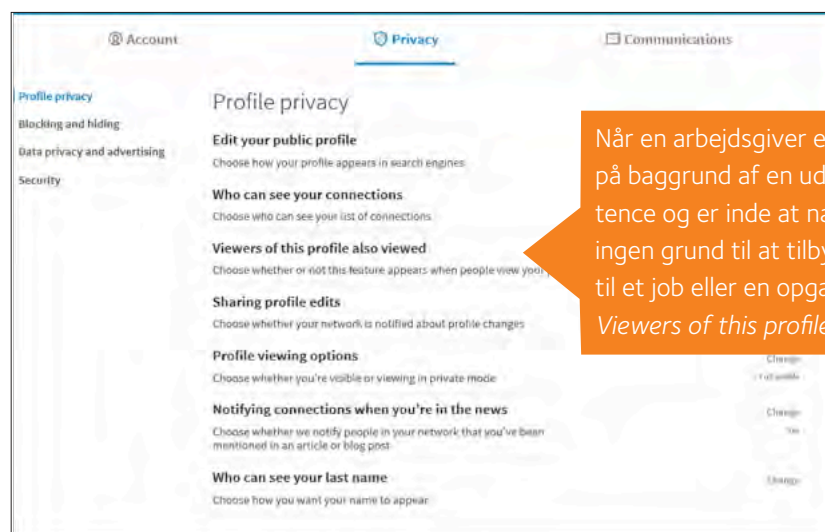
Link til din LinkedIn-profil fra din hjemmeside, blog eller e-mail-signatur ved at vælge et badge!



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 f.eks. 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.



Når en arbejdsgiver eller kunde har fundet dig på baggrund af en udsøgning på en given kompetence og er inde at nærstudere din profil, er der ingen grund til at tilbyde alternative kandidater til et job eller en opgave. Slå derfor funktionen *Viewers of this profile also viewed* fra.

## 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 LinkedIn's 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 – f.eks. ved at dele relevante *updates*, blogindlæg eller ved at kommentere diskussioner.

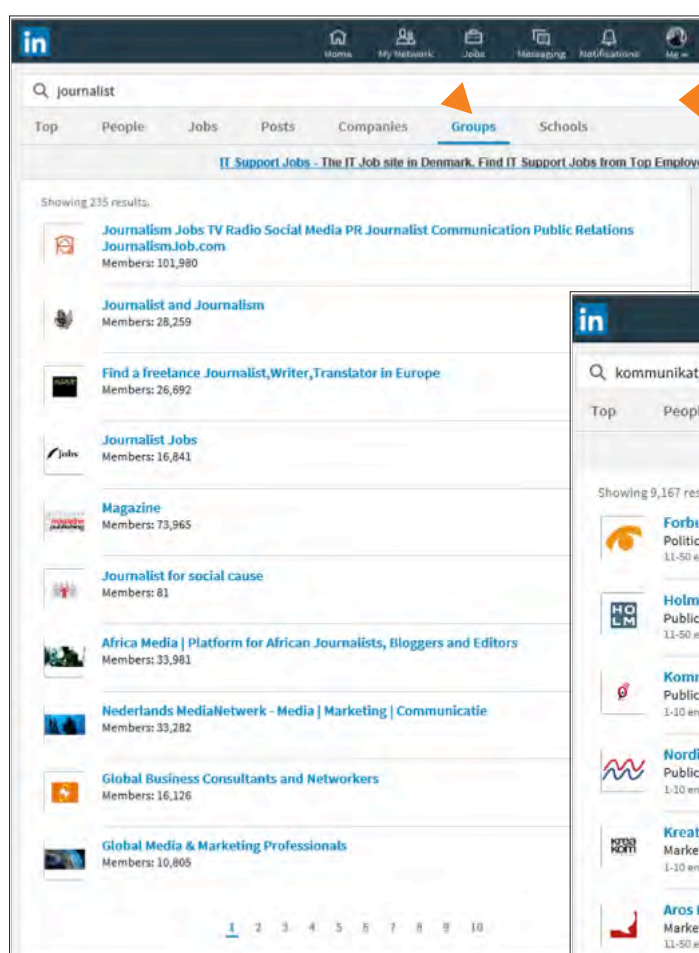




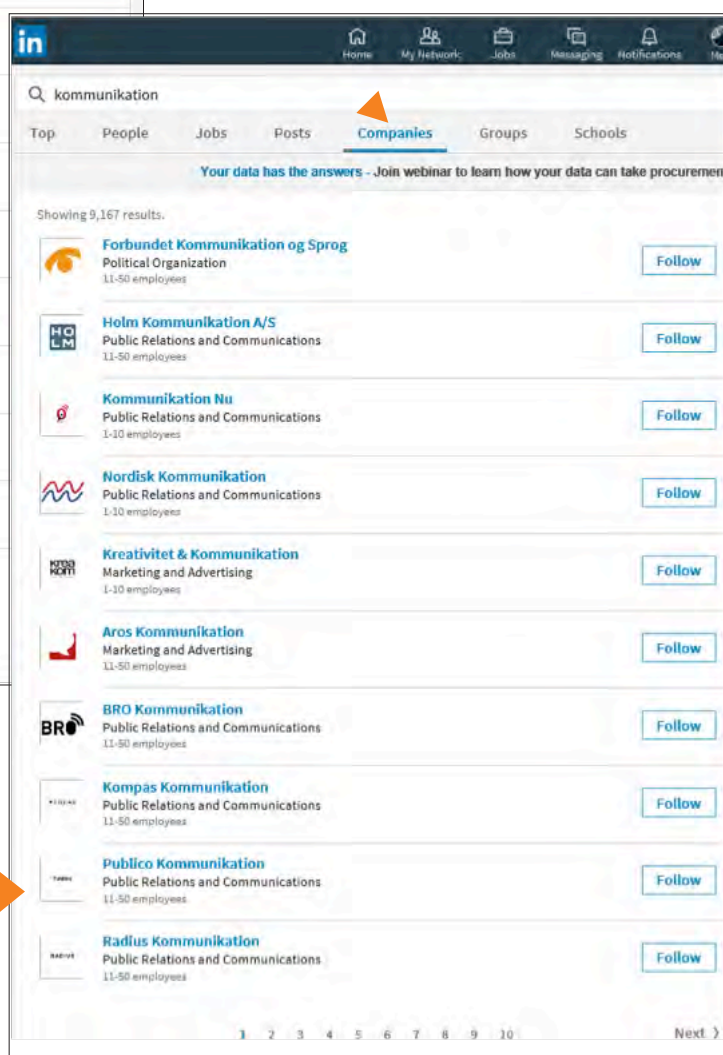
En anden fordel ved at være medlem af grupper er, at gruppemedlemmer kan skrive beskeder til hinanden via LinkedIn uden at være *connected* (dette kan ellers kun lade sig gøre med *InMail*-funktionen, der kræver betalingsabonnement). Det bliver med andre ord nemt både for dig og for den potentielle arbejdsgiver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

Fordi LinkedIn er så stort et fagligt netværk med nem adgang til nye medarbejdere og kunder, er stadig flere virksomheder til stede på LinkedIn med en virksomhedsprofil, som også fungerer som en del af deres branding-strategi.

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.



Indtast dit søgeord og tryk søg og vælg derefter *Groups*. Du kan også bruge søgefeltet til at søge på personer, jobs, virksomheder, universiteter og articles (*Posts*).



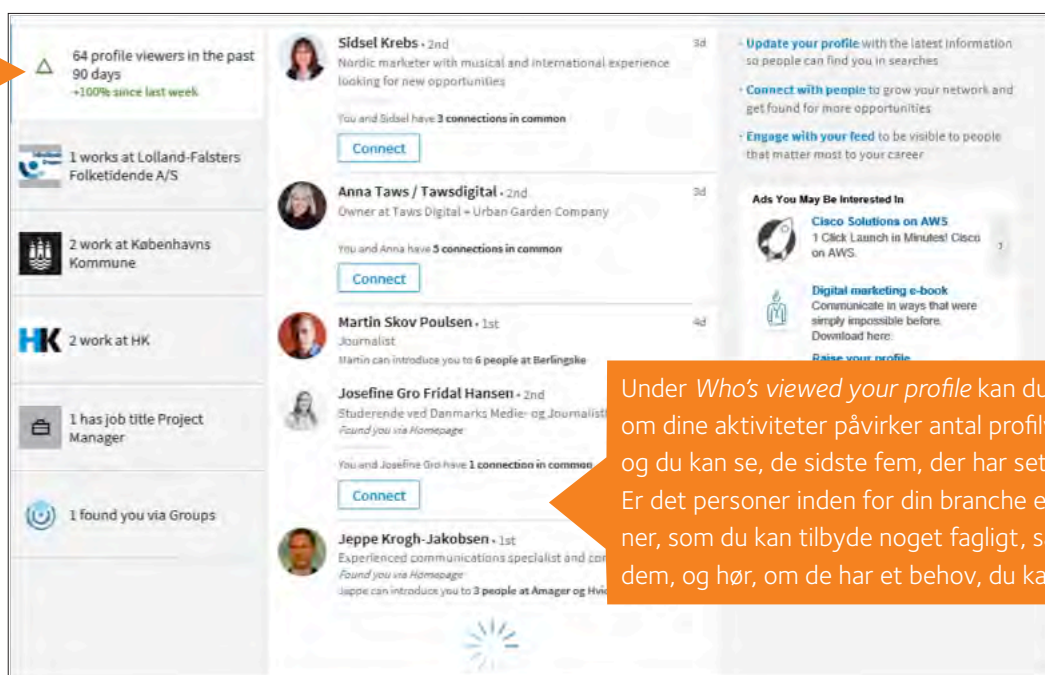
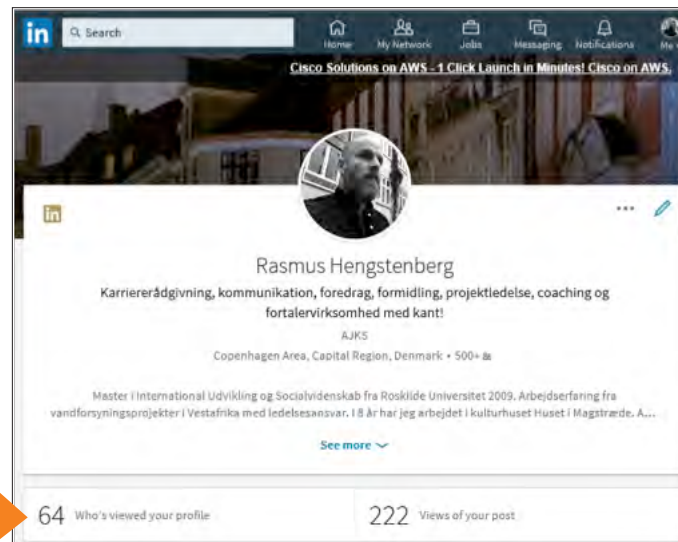
Udsøg virksomheder inden for din branche og følg dem, så du er blandt de første, der får nyheder om jobopslag, events m.m.

## WHO'S VIEWED YOUR PROFILE?

Din skarpe faglige LinkedIn-profil, din synlighed og dine kommunikations- og brandingtiltag på LinkedIn, som de er beskrevet i første del af 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 *articles* gav en stigning i antallet af profilvisninger, og svaret er ja, det havde en tydelig effekt. Desværre er en del af disse analyseredskaber afgået ved døden i forbindelse med udrulningen af LinkedIns nye layout.

Gå til *Who's Viewed Your Profile*



Under *Who's viewed your profile* kan du implicit se om dine aktiviteter påvirker antal profilvisninger, og du kan se, de sidste fem, 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.

## 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 om LinkedIn. De møder er åbne for alle medlemmer af AJKS. På disse møder vender vi både profilen, synlighed og din aktivitet på LinkedIn og går endnu mere i dybden

med Linkeds 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, må du altid gerne kontakte AJKS' karriere team på **karriere team@ajks.dk**

Husk, at du løbende skal vedligeholde din LinkedIn-profil. Små ændringer og deling af *updates* mv. kan du foretage i Linkeds udemærkede app.