

Een ultiem linkedin profiel om klanten te prikkelen.

Functie van een goed linkedin profiel

Om mensen het vertrouwen te geven dat ze de juiste persoon hebben gevonden voor een bepaalde opdracht. Je laat hier zien dat ze jou kunnen inhuren voor afscheidsreportages.

Prikkel jouw lezer voldoende met interessante informatie die laat zien dat je hen begrijpt. Het is geen CV maar een pagina die vertrouwen mag winnen van de bezoeker.

Om je te helpen met wat je dan allemaal kunt vertellen over jezelf, hier een lijst met ultieme stappen:

1. **Super foto van jezelf!** Als professioneel fotograaf, heb je uiteraard een professionele foto van jezelf laten maken door een collega fotograaf. Geen eenvoudige selfie! Verstop je gezicht ook niet achter je camera. Je wilt dat mensen je gaan vertrouwen, dus laat je zelf op je best zien. Het liefst ook vriendelijk, dus met een glimlach op je gezicht is wel zo prettig. Een open en toegankelijk persoon mag je zijn. **OPDRACHT:** zorg dat je een professionele foto plaatst die heel recent en herkenbaar weergeeft wie jij bent, zodat wanneer je iemand in het dagelijkse leven tegenkomt direct herkenning heeft en weet wie jij bent. Heb je deze foto niet? Zorg dan als eerste dat je deze laat maken!
2. **Goede omschrijving van wat je doet.** en nog beter een zin die vertelt hoe je anderen helpt. Wanneer je daar enkel schrijft dat je afscheidsfotograaf bent, dan denk je dat je alles vertelt, want dat is je beroep. Maar weer heeft bij dat woord een eigen interpretatie. Want weet iedereen wat het inhoudt wat een afscheidsfotograaf doet? Wat doe jij voor anderen? Wat maak je, of wat is het resultaat wanneer ze met jou werken? Dat is pas interessant voor anderen om te weten. De conversatie wordt toch veel mooier als je mijn zin op linkedin ook leest: *Ik help nabestaanden de liefde voor hun naasten vast te houden, door afscheidsmomenten vast te leggen.* Een zin ziet er dan zo uit: “Ik help (jouw doelgroep) met (de oplossing) van (dit probleem)”
3. **Zorg dat je in de url geen nummer hebt staan maar je naam.** Wanneer je jouw profiel aanmaakt krijg je vanzelf een url-code mee. Dat wil zeggen dat achter je naam cijfers hebt staan. Ja, we krijgen overal cijfers mee, zelfs bij de geboorte (sociaal fiscaal nummer), maar daar herkennen we niemand aan, dus zorg dat je beter vindbaar wordt ook voor google door deze cijfers te

verwijderen en alleen je naam hier te plaatsen. Let op; geen bedrijfsnaam! Dit is enkel voor je persoonlijke profiel, gebruik dus enkel je voor- en achternaam. Hoe verwijder je deze cijfers achter je naam? [Klik hier voor meer informatie](#)
≤≤

4. **Spreek je potentiële/ideale klant aan:** wat kun jij voor ze doen? (onder in het blokje met meer uitleg over jou) De tekst met meer uitleg is altijd interessant wanneer je jouw klant laat weten wat het **voordeel voor hen** is wanneer ze met je samenwerken. Maak zelfs gebruik van de mogelijkheid om mensen een C2A (call to action) te geven. Zo kun je hen naar je website sturen. Dus zet hier je link van je website. Of wanneer je nog geen goede site hebt, naar iets anders wat meer vertelt over jou. Je wilt namelijk dat mensen meer **doen** dan alleen maar lezen van je profiel. Stuur je lezer dus gerust naar je website. *(Op je website kun je namelijk je lezers ook weer dingen laten doen door ze daar mogelijkheden tot klikken te geven. De beste klik die je kunt ontvangen is dat mensen zich ergens voor inschrijven. Inschrijven met hun email adres, zodat je mensen opnieuw kunt benaderen.)* Daarom is je linkedin account ook zo belangrijk: je hebt nu de mogelijkheid om mensen te benaderen en in gesprek te raken. Je hebt op linkedin geen e-mailadres nodig wanneer je eenmaal gelinkt bent. Dus geen paniek wanneer je nog geen website hebt! Je kunt hier al heel veel bereiken en neerzetten.
5. **Heb je video's? Plaats ze!** Video's is de tool die het erg goed doet! Mensen lezen steeds minder lijkt het wel, ze willen graag kijken en luisteren. Maak **een video met jouw pitch**, zodat mensen je kunnen horen en zien bewegen. Dat geeft een goede eerste indruk om vertrouwen te krijgen en om verbinding te maken. Zet deze video dus ook op je profielpagina.
6. **Deel je ervaring.** Zet hier enkel wat relevant is voor het heden als afscheidsfotograaf. Je linkedin profiel is geen C.V. ! Gek genoeg behandelen vele mensen het op deze manier, doordat ze denken dat ze alles moeten invullen wat er gevraagd wordt. LinkedIn geeft vele suggesties. Maar dat je ooit accountant was of glazenwasser of steward(ess) doet er niet toe, meld het alleen als het iets toevoegt aan wat je nu uitdraagt met je vak. Haal dus eventuele 'oude' beroepen en werkplekken weg. Ze kunnen je profiel namelijk schaden. Mensen kunnen je als minder professioneel gaan ervaren, wanneer je er vooral zaken op hebt staan die weinig tot niks te maken hebben met je beroep dat je nu wilt uitoefenen.
7. **Wees trots op wat je bereikt hebt. Prestaties ofwel Honors en Awards.** Heb je ooit foto-wedstrijden gewonnen? Heb je iets gedaan waar je enige onderscheiding voor kreeg? Meld ze hier volop. Laat je in aanzien stijgen door iedere stap die relevant is voor wat jij jouw doelgroep

laat weten over jou. Dus zwemdiploma's zijn enkel relevant voor een professioneel zwemmer.

8. **Uitgelichte vaardigheden en onderschrijvingen.** Dit zijn de vaardigheden die anderen voor je kunnen onderschrijven. Soms staan hier vaardigheden bij, die totaal niet relevant zijn voor je huidige beroep, of waar jij op gevonden wilt worden op linkedin. Je kunt heel gemakkelijk je eigen vaardigheden hier invullen en ze in de volgorde plaatsen die jij belangrijk vindt. Automatisch zet linkedin de vaardigheden met de meeste onderschrijvingen bovenaan, maar dat is niet altijd hoe het juist is! Wil je vaardigheden toevoegen en daarvoor onderschreven worden? Vraag dit gewoon! Dit kan op meerdere manieren:
- Plaats direct op je linkedin tijdlijn een bericht met deze vraag: wil je mij onderschrijven op mijn profielpagina voor de vaardigheid afscheidsfotografie?
 - Door een aantal van je linkedin contacten via een persoonlijke bericht te vragen dit te doen. Dus gebruik de mail van linkedin zelf hiervoor.
9. **Aanbevelingen.** Op linkedin kun je aanbevelingen ontvangen van mensen die zelf ook een linkedin account hebben. Aanbevelingen die je hier ontvangt staan online en zijn door jou later overal te gebruiken en neer te zetten. Dus ook op je website. Deze aanbevelingen zijn zeer geloofwaardig doordat er een naam met foto aan gekoppeld wordt en je dus zo naar het account van die persoon kan gaan. Deze aanbevelingen krijg je niet zomaar. Ook hiervoor moet je moeite doen. LinkedIn kan je hier bij helpen deze te ontvangen; er staat een link met 'vraag om aanbevelingen'. Wanneer je reportages hebt gemaakt en mensen zijn tevreden dan is het slim om een aanbeveling te vragen van je werkzaamheden. Vanwege dat linkedin een professioneel netwerk is, is het gemakkelijker hier aanbevelingen te krijgen van je samenwerkingspartners zoals uitvaartverzorgers. Wanneer je ziet dat ook nabestaanden een profiel hebben is het mogelijk dat je hen hiervoor ook vraagt. Hoe meer aanbevelingen, hoe meer vertrouwen je krijgt bij potentiële nieuwe klanten.

Deze 9 stappen zorgen ervoor dat je een perfect profiel kunt laten zien waar je lezer kan zien waar je je mee bezig houdt. Het is van belang dat jouw doelgroep je beter kan vinden en het interessant vindt om kennis over jou te vergaren. Een C.V. is saai en dat hoeft jouw linkedin profiel niet te zijn. Succes!

Boukje