Guide fra

LinkedIn Guide

Bliv klogere på, hvordan du styrker din profil



INDHOLDS-FORTEGNELSE

LinkedIn-guide	5
LinkedIn-profilen er et anderledes CV	6
Hvad er hvad?	7
Hvilket sprog skal du skrive på?	8
Eksempler på gode profiler	9
LinkedIn-profilens sektioner	10
Søgeordsoptimering	17
Din profilstyrke	19
Sådan bruger du LinkedIn aktivt 2	20
Netværksstrategi – LinkedIn som netværksredskab	21
Styrk din jobsøgning	23
Do's and don'ts til statusopdateringer	26
Artikler på LinkedIn	28
LinkedIn-grupper	29
Dine LinkedIn-indstillinger	30
Anonymitet på LinkedIn	32
Premium-abonnementer	33
Hvor kan jeg få mere teknisk assistance?	34



LINKEDIN-GUIDE

Du kender allerede værdien af netværk. Stærke relationer åbner døre. Netværk kan være en vej til dit nye job, din nye kunde eller ny viden.

LinkedIn er en social netværksplatform, som kan hjælpe dig med at holde kontakt til og pleje dit eksisterende netværk og hjælpe dig til at skabe nye professionelle relationer.

Din LinkedIn-profil er også rekrutteringsfolks direkte adgang til viden om dig, og her er det helt afgørende, at du holder din profil opdateret for at være søgbar. Profiler med opdateret erhvervserfaring bliver vist op til 18 gange så ofte i rekrutteringsfolks søgninger.

HVORFOR ER LINKEDIN RELEVANT?

LinkedIn er en god mulighed for at få sin profil præsenteret for rekrutteringsfolk og andre, der er på udkig efter kompetente medarbejdere. Det er en god platform til at dele sine faglige interesser med andre fagfæller og skabe netværk inden for sit fagområde samt holde sig opdateret på den nyeste viden og trends inden for ens fagområde.

EN PROFESSIONEL DIGITAL TILSTEDEVÆRELSE

Både når du vil netværke og gøre dig søgbar på LinkedIn, er det essentielt at have en professionel profil, som fortæller, hvem du er, hvad du kan, og hvad du vil. Det handler om at have en profil, du kan bruge i dit professionelle liv, som kan sælge dig og dine kompetencer til potentielle arbejdsgivere, og som kan gøre dig interessant i forhold til relevante kontakter, du ønsker at netværke med.

BLIV SET AF REKRUTTERINGSFOLK

Rekrutteringsfolk benytter LinkedIn til at søge kandidater. For dem er det et godt værktøj, fordi LinkedIn har et væld af kandidater, og fordi de her har mulighed for at få passive jobsøgende med i deres søgninger.

Din profil skal sættes op med de rigtige søgeord, for at du kan dukke op i søgningerne. Derudover skal den naturligvis sende de rigtige signaler og give den information, som virksomhederne er ude efter.

LÆSEGUIDE

LinkedIn-guiden giver dig indblik i, hvordan du bygger en professionel LinkedIn-profil. Samtidig fortæller den dig om, hvordan du kan anvende og få værdi ud af mediet. Den henvender sig både til nybegyndere og rutinerede LinkedIn-brugere og er delt i to kapitler. Det første kapitel handler om profildesign, og det andet kapitel handler om, hvordan du kan bruge mediet som karriere- og netværksinstrument.



LINKEDIN-PROFILEN ER ET ANDERLEDES CV

Din LinkedIn-profil er et CV, men adskiller sig på en række punkter fra det klassiske CV:

- Den kan ikke målrettes en bestemt stilling, fordi du kun kan have én profil. Til gengæld skal du passe på, at din profil ikke bliver for bred. Find balancen og fokusér på det, du er bedst til, og som du brænder for.
- Profilen har et forudbestemt layout. Det gør det lettere for læseren at finde relevant information, men samtidig begrænser det din frihed til at stille CV'et op, som du vil.
- En bruger med en komplet profil får ifølge LinkedIn større synlighed og flere visninger i

søgninger. Derfor er det vigtigt, at du følger LinkedIns anbefalinger i forhold til at optimere din profil. Det betyder eksempelvis, at det er nødvendigt med et profilbillede.

- Din LinkedIn-profil er offentlig. Det betyder, at den som udgangspunkt er åben og kan søges frem via Google, og at alle kan læse, hvad du skriver på din profil.
- Ingen læser din profil, hvis den er halvtom og inaktiv. Brug relevante søgeord, henvis til profilen i din mailsignatur, deltag i debatter på LinkedIn, og hvad du ellers kan finde på for at skabe opmærksomhed om din profil.

HVAD ER HVAD?



HVILKET SPROG SKAL DU SKRIVE PÅ?

Det første spørgsmål, mange stiller sig, inden de begynder at optimere deres LinkedIn-profil, er: Skal jeg skrive på dansk eller engelsk?

I Danmark er det meget forskelligt, om man skriver på dansk, engelsk eller begge dele. Rekrutteringsfolk søger på både dansk og engelsk for at finde de rette kandidater.

Den bedste løsning for de fleste er at have en sprogvariant på begge sprog for at opnå maksimal synlighed. Hvis din profil er oprettet før 2013, er den engelske variant standard og kan ikke ændres. Du kan så tilføje en dansk variant.

Vær opmærksom på, at når du har flere profilvarianter, mister du kontrollen med, hvilken variant den besøgende lander på. Det afhænger nemlig af den enkeltes egne indstillinger. Mange danskere har LinkedIn indstillet på engelsk, hvilket betyder, at mange vil se din profil på engelsk, selvom du måske hellere vil vise den på dansk.

Har du et stort netværk i fx Frankrig, så tilføjer du naturligvis også en fransk variant osv.



Tip: Husk at opdatere begge varianter, når du laver profilændringer.

Bonus-info: Du kan ikke fjerne den sprogvariant, som profilen i sin tid blev oprettet i. Men nye sprogvarianter, du tilføjer, kan altid fjernes igen.

EKSEMPLER PÅ GODE PROFILER

Hvis du savner lidt inspiration, inden du giver dig i kast med at optimere din egen LinkedIn-profil, så kast evt. et blik på disse gode profiler:

Stephanie Bäckström https://www.linkedin.com/in/stephaniebackstrom/

Lisbeth Chawes https://www.linkedin.com/in/lisbethchawes/



LINKEDIN-PROFILENS SEKTIONER

Lad os komme i gang med at få sat din profil professionelt op.

OVERSKRIFT (HEADLINE)

Din professionelle overskrift på LinkedIn skal ofte indeholde mere end blot din stillingsbetegnelse for at sælge dig selv og dine kompetencer bedst muligt. Din overskrift skal både fange læserens interesse og gøre det muligt for dig at dukke op i søgninger på LinkedIn.

VÆK INTERESSE MED DIN OVERSKRIFT

Når du formulerer din overskrift, så spørg dig selv: Ville jeg åbne min profil, hvis jeg kun kunne se navn og overskrift? Prøv at se på nogle af dine kontakters profiler og vurdér, hvilke overskrifter der vækker din interesse. Det kan give dig inspiration til, hvordan du kan gøre din egen overskrift mere spændende.

Din overskrift skal kunne stå alene. Din LinkedInoverskrift bliver nemlig vist mange andre steder end på din profil, og derfor skal den være forståelig, selvom den står alene.

		×
Fornavn *	Efternavn *	
Morten	Vium	ilføj tidligere navn
Overskrift *		
Overskrift * Styrker dine kunderelationer genne	m LinkedIn og løfter dit salg	
Overskrift * Styrker dine kunderelationer genne Nuværende stilling	m LinkedIn og løfter dit salg	h
Overskrift * Styrker dine kunderelationer genne Nuværende stilling Stifter og strategisk rådgiver hos Viu	m LinkedIn og løfter dit salg umMedla	~
Overskrift * Styrker dine kunderelationer genne Nuværende stilling Stifter og strategisk rådgiver hos Viu	m Linkedin og løfter dit salg umMedia	▼ Tilføj ny stilling

Tip: Hver gang du laver en ændring på din profil, sender LinkedIn potentielt en opdatering ud til dine forbindelser om din ændring. Hvis du vil lave mange ændringer, kan du med fordel deaktivere denne udsendelse. Muligheden finder du nederst i de fleste redigeringsfelter. Du kan også slå udsendelsen fra i "Indstillinger" (se mere i afsnittet "Dine LinkedIn-indstillinger"). Når du er ved at være færdig, slår du indstillingen til igen, for at fremtidige ændringer sendes ud.



Eksempel: Når du optræder i et søgeresultat, er din overskrift den primære beskrivelse af dig. Det er den, der skal få søgeren til at klikke sig ind på din profil.

Eksempel: Når du skriver en statusopdatering (mere om det i afsnittet om "Aktiv brug af LinkedIn"), fremgår din overskrift altid lige under dit navn.

BRUG SØGEORD I DIN OVERSKRIFT OG BLIV FUNDET

Sørg for at have relevante søgeord i din overskrift. Det er vigtigt, at du vælger titler og kompetencer, som bliver brugt i søgninger på LinkedIn, hvis du ønsker at blive fundet af eksempelvis rekrutteringsfolk.

Du kan inkludere søgeordene i en sætning eller lave din overskrift i listeform.

Tænk i faglige kompetencer og fagområder som fx **projektledelse**, **performance management** eller **økonomistyring** frem for personlige egenskaber som **kreativ**, **passioneret** og **udadvendt**.

I afsnittet om "Søgeordsoptimering" kan du læse mere om, hvilke relevante søgeord du kan bruge.

PROFILBILLEDE (PHOTO)

Dit profilbillede er en vigtig del af det førstehåndsindtryk, du giver, når andre ser din profil. Sørg for, at dit foto er vellignende og velegnet til at præsentere dig i en professionel sammenhæng.

HVAD ER ET GODT PROFILBILLEDE?

- Det skal være troværdigt
- Billedet skal selvfølgelig vise dig fra din bedste side og det skal ligne dig!
- Hav øjenkontakt med kameraet
- Brug et nærbillede, hvor man kan se begge dine øjne (husk, at vi også skal kunne se dig, når billedet er småt – som fx i et søgeresultat)
- Neutral baggrund
- Smil :-)

TILPAS FOTO TIL BRANCHE

Tænk over, hvilken branche du henvender dig til. Din "målgruppe" spiller naturligvis ind på, hvordan dit billede skal se ud. Tilpas tøjvalg, location og udtryk til branchen.



Tak for lån af profilbilleder til Charlotte Boes, Nikolaj Mogensen, Peter Jacobsen og Anne-Dorthe G. Rasmussen.



BAGGRUNDSBILLEDE

Du kan lægge et stort baggrundsbillede ind bag din profil for at "sætte stemningen". Kun din kreativitet sætter grænsen. Det kan fx bruges til at vise dig i en arbejdssituation.

Vær opmærksom på, at billedet vises lidt forskelligt på forskellige enheder, så det er umuligt at styre helt, hvilken del af billedet som er skjult bagved dit profilbillede. LinkedIn anbefaler et billede i dimensionerne: 1584 x 396 pixels.

KONTAKTOPLYSNINGER (CONTACT INFO)

Dine forbindelser kan finde din mailadresse, telefonnummer og adresse under "Kontaktoplysninger". Folk, du ikke er direkte forbundet til, kan kun se dine links til websteder og evt. Twitter-profil. Hvis de vil i kontakt med dig, skal de først invitere dig til deres netværk eller sende dig en InMail (tilgængeligt for Premium-brugere). Du kan læse mere om InMails i afsnittet om Premium-abonnementer.

LinkedIn lader dig indsætte tre links til tre websteder under "Kontaktoplysninger" på din profil. Brug dem til at henvise til mere information om dig selv. Har du for eksempel din egen hjemmeside eller blog, vil det være oplagt at linke dertil.

Bemærk, at links bør være fagligt relevante.



Working at Komfo, the first Nordic Facebook PMD partner, and receiver of the Red Herring Award 2014. Komfo Social Media Marketing Suite helps companies scale, monitor, optimize and visualize how social media affects the bottom line

I collaborate with brands such as IKEA, Maersk, Dentsu Aegis Media, Mediacom and Sitecore

I am passionate about Business Development, Partner Management, Strategy, Online Business and Social Media. I have more than 15 years of experience within Management, Start-ups, Business Development and Online Business:

- Jury Member: The Danish Internet Award

- CEO and Cofounder Social Viper
- Head of Business Development Komfo. Facebook's first Nordic PMD partner, working with Social Media Marketing at Scale. Receiver of the Red Herring Award 2014
- CEO and investor Redantenna.com
- Project Manager FDIH The Danish ebusiness Association
- Digital Consultant Cubizz Communication

Contact details: E-mail: lic@komfo.com Twitter: @LisbethChawes Mobile: +45 2736 8070

RESUMÉ (SUMMARY)

Dit resumé er en præsentation af dig og dine kompetencer. Det er et fritekstfelt, hvilket giver god mulighed for at skabe en personlig kontakt til læseren. Her kan du præsentere dig selv med dine eane ord.

DET VIGTIGSTE FØRST

Det kan være en god idé at starte dit resumé med en lille elevatortale: Hvem er du, hvad brænder du for, og hvad kan du? På den måde fanger du læseren med en lynhurtig beskrivelse af, hvad du har at byde på. Herefter er det vigtigt, at du bygger dit resumé op, så det vigtigste står først.

Sæt dig i læserens sted og overvej, hvilken information personen vil finde mest væsentlig. Den skal stå først. Hvis du skriver dine mest relevante kompetencer nederst i dit resumé, risikerer du, at læseren aldrig når frem til dem.

LinkedIn viser som udgangspunkt kun de første to linjer af dit resumé. Læseren skal klikke "Se mere" for at se resten. Det gør det endnu mere vigtigt, at de første linjer fanger.

Tak for lån af "Resumé" til Stephanie Bäckström og Lisbeth Chawes.

Mit arbejde er min interesse og faglige nysgerrighed, hvor jeg bliver høj af at være med til at gøre organisationer mennesker og grupper endnu stærkere. Det er afgørende for mig at koble forskning og praksis tæt sammen og samtidig at være med til at generere ny faglig viden på mit felt. Derfor skriver jeg også løbende artikler om ledelse-og især ledelsesevalueringer. For min fulde publikationsliste med links til artikler: http://lead.eu/vi-erlead/stephanie-backstrom/

Jeg er specialist i

Lodolsosoval

er mulighed for at måle, synliggøre og dokumentere organisationens indsat: mråder igennem skræddersyede 360° ledelsesevalueringer baseret på organisationens behov og Leadership Pipeline

• 3-i-1 målinger

Udarbeider ledelsesevaluering, trivselsmåling og APV i én måling, som bliver sammentænkt i både måling og opfølgning. Ledelse og trivsel kobles her stærkt sam

Kreativitets- og innovationsledelse

 Interview og innovatoriseterse
 Understatter organisationer og ledere i at udvikle vedvarende kreative og innovative arbejdsmiljøer, hvor de positive følgevirkninger som fremskridt og nytænkning i opgaveløsningen samt glade, motiverede og engagerede medarbejdere plejes løbende

Udvikler ledergruppen mod en mere effektiv og samarbejdende ledergruppe, der skaber resultater og udvikler sig

Leadership Pipeline

Giver organisationer og ledere mulighed for at forbedre ledelsen ud fra Leadership Pipeline-tankegangen om rette ledelse på rette niveau.

• Coaching Individuelle coachingforløb for ledere, projektledere og medarbejdere

SKAB PERSONLIG KONTAKT

Præsentér dig selv på samme måde, som du ville gøre i det virkelige liv. Det vil sige: Omtal dig selv i første person (jeg...) og forsøg at skabe en personlig kontakt til læseren. Det kan let blive for tørt og uvedkommende.

STRUKTURÉR DIT RESUMÉ

Stil dit resumé overskueligt op. Hvis du bare skriver derudaf, får du let en stor blok af tekst, som er umulig at skimme og tung at læse. Du kan for eksempel bruge blokbogstaver, linjeskift og specialtegn (fx ♦●○••∎□••► ✔) til at skabe overblik og øge læsevenligheden.

Working at Komfo, the first Nordic Facebook PMD partner, and receiver of the Red Herring Award 2014. Komfo Social Media Marketing Suite helps companies scale, monitor, optimize and visualize how social media affects the botto...

Se mere ~



MEDIEINDHOLD

Under dit resumé og hver af dine stillinger og uddannelser kan du lægge medieindhold som billeder, video, præsentationer og andre dokumenter samt links til hjemmesider.

Brug det til at vise eksempler og give folk en bedre forståelse af, hvad du arbejder med. Når du **viser** det – i stedet for blot at beskrive – kommunikerer du stærkere, og din profil bliver mere visuelt appellerende.

Det kan være slides fra en præsentation, du har holdt, et foto fra en arbejdssituation, et link til firmaets hjemmeside eller en anbefaling fra en arbejdsgiver som pdf-fil. Vær kreativ og tænk: Hvordan kan jeg **vise**, hvad jeg laver?

ERFARING (EXPERIENCE)

"Erfaring" skal i grove træk udfyldes som et almindeligt CV.

Start med at udfylde titel, arbejdsplads og tidsrum for hver af dine tidligere stillinger. Herefter skal de enkelte stillinger beskrives. Dine seneste ansættelser er de vigtigste. Du behøver ikke at skrive ret meget om en stilling, du havde for 15 år siden – med mindre den selvfølgelig er relevant for din nuværende situation. Dine beskrivelser skal gerne redegøre for opgaver, ansvar og resultater.

Hvis du ikke kan eller vil redegøre for konkrete resultater, så spørg dig selv: Hvilken værdi tilførte jeg denne virksomhed?





UDDANNELSE (EDUCATION)

Under "Uddannelse" lister du alle dine uddannelser. Beskriv uddannelsernes indhold og fokusér på, hvad du mener, den enkelte uddannelse har givet dig af kompetencer, som kan have værdi for en arbejdsgiver.

Vær opmærksom på, at hovedfeltet på din profil – det man kan se uden at scrolle, når man går ind på din profil – kun viser den øverste uddannelse. Derfor kan det være en fordel at rykke den vigtigste uddannelse øverst, så den fremgår i toppen af din profil.

ANBEFALINGER (RECOMMENDATIONS)

LinkedIn-anbefalinger giver din profil troværdighed, da de – udover at anerkende dig og din indsats – er med til at verificere, at du rent faktisk har haft den givne stilling.

Det er ikke kun dine tidligere chefer, du skal spørge om anbefalinger. Dine tidligere og nuværende kollegaer er i høj grad også relevante. Det samme gælder for dine medarbejdere, kunder og samarbejdspartnere.

Du skal selv bede andre om at anbefale dig via "Anbefalinger".



Skriv en personlig besked til hver af de kollegaer, chefer og kontakter, du ønsker en anbefaling fra. Én ad gangen. Så har du en meget bedre chance for, at de vil bruge tid og kræfter på dig.

Tip: Vær ikke bange for at være konkret, når du spørger om en anbefaling. Det er meget lettere at besvare: "Har du tid og lyst til at skrive et par linjer om din oplevelse af mit bidrag til projekt X?" end at besvare: "Vil du ikke skrive en anbefaling af mig?". Bonus er, at du indirekte får større indflydelse på, hvad der bliver sagt og kan dække forskellige vinkler.

Bonus-info: Det er en god idé at starte med at anbefale andre, fordi det sender et positivt signal. Og husk, at du ikke får mere tilbage fra dit netværk, end du selv giver ud.



KOMPETENCER OG ANERKENDELSER (SKILLS & ENDORSEMENTS)

Du skal angive mindst fem kompetencer, for at LinkedIn betragter din profil som komplet.

Bonus-info: LinkedIns egne tal fra 2016 viser, at brugere med fem eller flere kompetencer får 33 gange så mange henvendelser fra rekrutteringsfolk end brugere med få kompetencer.

Du kan tilføje op til 50 kompetencer, men kun de tre øverste vises på en lodret liste med billeder af dem, som har anerkendt dig for denne kompetence. Det er vigtigt, at du får lagt dine spidskompetencer øverst. De listes som udgangspunkt efter, hvor mange anerkendelser du har fået, men du kan selv trække dem rundt og dermed ændre rækkefølgen.

Slet generiske kompetencer som "Danish" og "Microsoft Word", med mindre det er vigtige søgeord for dig.

Anerkendelser er små "minianbefalinger", som dine forbindelser kan give dig med ét klik. Tanken er, at dine forbindelser skal kunne sige god for, at du har en kompetence inden for fx Change Management.

Ofte bliver anerkendelser dog givet uden den store omtanke, hvilket har devalueret deres værdi betragteligt. Af samme grund skal du ikke ligge søvnløs om natten over at have få anerkendelser.

Giv selv anerkendelser ud fra, hvad du mener, du kan stå inde for.

Bonus-info: Anerkendelser kan også bruges til "at prikke til" personer, man gerne vil i kontakt med, eller som gerne må lægge mærke til dig. Det kunne fx være en tidligere kollega, der sidder i en virksomhed, man er interesseret i. Se mere i afsnittet "Sådan bruger du LinkedIn aktivt".

OFFENTLIG PROFIL (PUBLIC PROFILE)

Din offentlige profil på LinkedIn er den, alle kan se, også selvom de ikke er logget ind på LinkedIn eller connected med dig.

Du kan selv ændre URL'en (eller stien) til din offentlige profil - og det er en god idé at gøre det.

Eksempel: Når du først opretter din profil, vil URL'en indeholde en del tilfældige tal og bogstaver.

Den kan fx hedde: http://www.linkedin.com/jens-christensenc16294

Denne URL kan ændres til eksempelvis: http://www.linkedin.com/in/jens-christensen

Den nye URL er kortere og pænere, hvilket gør den mere egnet til brug i for eksempel en e-mail-signatur, et CV eller på et visitkort.

Bonus-info: Da det mest af alt handler om at gøre linket kort og pænt, kaldes URL'en til din offentlige profil også for en "Vanity URL" (forfængeligheds-link).

SØGEORDS-OPTIMERING

Søgeordsoptimering har til formål at gøre din LinkedIn-profil mere synlig, når folk søger på LinkedIn.

Det består af tre trin:

- 1. Find ud af, hvilke søgeord der er mest relevante for det job, du ønsker
- 2. Brug disse søgeord på din LinkedIn-profil
- 3. Mål effekten rigtigt

1. FIND DE RIGTIGE SØGEORD

Først og fremmest: Vær forsigtig med at gætte. Du tror måske, du ved, hvilke ord rekrutteringsfolk og andre bruger for at finde kandidater med din profil, men hvis du tager fejl, dukker du ikke op i søgninger. Start derfor med at lave lidt research.

Du kan begynde med at kigge på jobopslag for stillinger af den type, du er på jagt efter. Se blandt andet efter, om de relevante stillingsopslag benytter samme stillingsbetegnelse, som du gør.

Der kan være stor brancheforskel på, om der søges på titler eller på kompetencer. Det er derfor en god idé at sammenligne mange jobopslag for at finde nøgleord, der går igen. De ord, der bliver brugt i stillingsopslag, bliver med stor sandsynlighed også brugt, når rekrutteringsfolk søger på LinkedIn. Tænk i faglige kompetencer og fagområder som fx **projektledelse**, **performance management** eller **økonomistyring** frem for personlige egenskaber som **kreativ**, **passioneret** og **udadvendt**.

Overvej også at kontakte en HR-medarbejder i din branche for at høre, hvordan LinkedIn bliver brugt.

2. BRUG SØGEORDENE

Når du har researchet dig frem til nogle relevante søgeord, som bliver brugt i branchen, er det tid til at få dem med i din profil, så du kan dukke op i søgninger.

Sørg for at placere de vigtigste søgeord i din overskrift. Du kan sagtens skrive flere søgeord ind i overskriften.

Her er et par eksempler på søgeordsrige overskrifter:

- Kommunikationskonsulent hos Virksomhed fokus på PR, Presse og Public Affairs
- Projektleder | CRM | Marketing automation | CMS | E-mailmarketing

Husk, at din overskrift også skal være indbydende. Den skal vække interesse hos både mennesker og søgemaskiner.



Nogle jobs kan have flere forskellige titler, som reelt dækker over det samme indhold. Og titlerne udvikler sig over tid.

Eksempel: En Kundekonsulent kan eksempelvis også kaldes Account Manager eller Kunderådgiver.

Beskriv dine tidligere stillinger med en titel, som er tidssvarende og fortæller, hvad sådan en som dig bliver kaldt i dag.

Dit resumé er et fritekstfelt, hvor du kan anvende de søgeord, som du ønsker. Brug gerne de vigtigste søgeord flere gange, men husk at teksterne bliver læst af mange forskellige mennesker, og at de skal give mening og være interessevækkende for andre end rekrutteringsfolk.

3. MÅL EFFEKTEN

Øverst på din profil kan du se "Dit dashboard". Her kan du se, hvor mange profilvisninger du har haft, og også hvor mange visninger du har haft i søgninger.

De tal skal gerne vokse, når du får dine relevante søgeord i anvendelse. Men husk lidt tålmodighed.

Jeg styrker dine kunderela hjælper jeg dig med at blive	tioner gennem LinkedIn og løfter dit salg. G strategisk omkring, hvad du laver på social Se mere 🗸	sennem rådgivning og medarbejdertræning e medier (oftest Linkedin). Det indebærer e…
Dit dashboard Privat for dig		☆ Stjerne
971 profilvisninger	100.475 visninger af dit indlæg	223 visninger i søgninger

Du kan ikke måle effekten af din søgeordsoptimering ved selv at søge og se, hvor du ligger. LinkedIns søgefunktion er yderst personaliseret, hvilket betyder, at det, du ser, når du selv søger, vil være helt forskelligt fra det, andre ser.

At søge selv for at se, hvor man ligger, er altså ikke en retvisende metode til at måle effekten. Til gengæld betyder det, at det er en god idé at connecte med relevante personer, fordi det giver dig en tættere forbindelse og dermed en højere søgeplacering, når personen søger.



DIN PROFILSTYRKE

Efterhånden som du opdaterer din profil, stiger din profilstyrke. Din profilstyrke er vigtig, fordi det øger din synlighed i søgninger og gør det nemmere for folk at finde dig.

DU STARTER SOM BEGYNDER OG ENDER SOM STJERNE

Når du har nået niveauet STJERNE, er din profil komplet. Det betyder ikke, at du nødvendigvis er færdig (profilen kan altid gøres skarpere), men din tekniske profilstyrke kan ikke blive højere.

LinkedIn vil guide dig til, hvad du mangler for at gøre din profil komplet. På mobil-appen viser den, hvad der kræves for at blive STJERNE.

Så er det tid til at finde yndlingskoppen frem, fylde den med din foretrukne varme drik og gå i gang med optimeringsarbejdet. God fornøjelse!



SÅDAN BRUGER DU LINKEDIN AKTIVT

Nu har du en profil på LinkedIn, som ser topprofessionel ud. Folk kan finde den, og den giver et godt indtryk. Det kan i sig selv kaste muligheder af sig, men du får et meget større udbytte ved at have en aktiv tilstedeværelse på LinkedIn.

LinkedIn er først og fremmest et netværksredskab, hvor du kan kortlægge dit netværk med de muligheder, det fører med sig. Men LinkedIn kan også bruges til at promovere dig selv som en ressourceperson inden for et bestemt felt. Og sidst, men ikke mindst, er LinkedIn et fortrinligt researchredskab. Det følgende kapitel beskæftiger sig med, hvordan du kan optimere din brug af LinkedIn.



NETVÆRKSSTRATEGI - LINKEDIN SOM NETVÆRKSREDSKAB

"Hvem skal jeg connecte med?" er ofte det første spørgsmål, der melder sig, når profilen er på plads.

Svaret på spørgsmålet er det besværlige: "Det kommer an på, hvad du vil".

Er du kræsen og vil kun connecte med folk, du kender, begrænser du naturligt nok antallet af nye muligheder. Til gengæld er din nyhedsstrøm relevant, du har overblik, og du kan altid tage fat i dine forbindelser.

Bonus-info: "Nyhedsstrømmen" er der, hvor du kan se, hvad folk i dit netværk sender ud på LinkedIn. Det kan være, når de opdaterer deres profil, eller hvis de deler en opdatering med et link til en artikel eller et billede. Kært barn har mange navne, og derfor vil du opleve, at "nyhedsstrømmen" kaldes forskellige ting som statusopdateringer, din status, din strøm, nyhedsstrøm, din væg, dit newsfeed, dit feed.

Connecter du med alt og alle, mister du nok overblikket og kan ikke altid bruge fælles forbindelser, fordi du ikke ved, hvem de er. Til gengæld har du stor rækkevidde på dine statusopdateringer, og du får flere visninger i søgninger pga. dit store netværk.

Mange lægger sig et sted midt i mellem, men det er op til dig selv at sætte kriterier op for, hvem du gerne vil have i dit netværk. Der er ingen faste regler.

UDBYG DIT NETVÆRK

Er du helt ny på LinkedIn, anbefaler vi, at du først tilføjer de mennesker, du allerede kender og gerne vil have i dit LinkedIn-netværk.

Det kan du gøre ved at søge på deres navn, eller du kan bruge LinkedIns værktøj til formålet.



LinkedIns værktøj virker ved, at du giver LinkedIn adgang til at kigge i din mailboks, så den kan se, hvem du har mailet med. Så giver den dig bagefter en liste over deres LinkedIn-profiler. Du kan invitere mange på én gang, men vær opmærksom på, at de bare får sendt en standardinvitation og sørg for at få fravalgt de personer, du ikke vil have i dit netværk.

SEND PERSONLIGE INVITATIONER

Standardinvitationer er ikke særligt interessante for modtageren. Det kan være OK til folk, du kender godt, men til folk du lige har mødt, folk du ikke kender, eller folk du ikke har talt med længe, skal du skrive en personlig besked, når du inviterer vedkommende til dit netværk.

Tip: Vær opmærksom på, at du ikke alle steder får mulighed for at skrive en personlig besked, når du vil connecte. Fx ryger der bare en standardinvitation afsted, når du bruger mobil-appen eller "Kender du?"-funktionen. Det sikreste er, at du går helt ind på deres profil og vælger "Opret forbindelse". På mobilen kan du ved at klikke på de tre prikker øverst til højre vælge at sende en personlig invitation.



Eksempel på en helt simpel besked: *Hej Karsten*

Tak for en god dialog til Jens Jensens reception i går.

Jeg vil gerne holde kontakten og dele netværk og viden fremover.

Mvh. Kirsten

Gode principper at overholde, når du sender din invitation:

Skriv en personlig besked (nøjes ikke bare med standardteksten)

- Fortæl, hvordan I kender hinanden, hvor I har mødt hinanden, eller hvordan du har fundet personen
- 2. Fortæl, hvorfor du gerne vil connecte

SVAR PÅ INVITATIONER

Når du modtager invitationer fra folk, som ser interessante ud, så husk at svare. Kun få udnytter denne oplagte mulighed for at gå i dialog og finde ud af, hvorfor personen har valgt at connecte.

SLET UØNSKEDE FORBINDELSER

Du kan godt fortryde, hvis du er kommet til at connecte til en, du ikke ønsker i dit netværk.

Bonus-info: Forbindelser får ikke noget at vide om, at du har fjernet dem.



STYRK DIN JOBSØGNING

Flere og flere stillinger bliver slået op på LinkedIn, rekrutteringsfolk søger i profiler, og flere og flere deler nyheder omkring konkrete jobopslag og jobåbninger.

Virksomheders brug af LinkedIn til rekruttering kan inddeles i tre forskellige aktiviteter:

- 1. Jobannoncer
- 2. Netværk
- 3. Søgning

JOBANNONCER

LinkedIns jobbank fungerer på samme måde som en jobagent; den matcher søgeord i stillingsopslag med søgeord i profiler. Hvor interessante og relevante dine jobforslag er, afhænger derfor af, om de søgeord, der findes i stillingsannoncen, også findes i din profil.

Hold dig orienteret, lad dig inspirere af stillingsopslag på dit fagområde og tilpas løbende din profil. På den måde styrker du mulighederne for, at LinkedIns jobsøgningsfunktion genererer relevante stillingsannoncer til dig.

NETVÆRK

Vi ved, at netværk spiller en afgørende rolle på det danske jobmarked, og LinkedIn skruer bare op for den tendens. LinkedIn bringer os tættere på vores forbindelser og lader os kommunikere mere effektivt. Medarbejdere deler ofte jobmuligheder gennem statusopdateringer – muligheder som ellers ikke er slået op offentligt. De spredes gennem likes og kommentarer ude i netværket og ses ofte af tusinder.

Den dygtige LinkedIn-netværker deler viden og muligheder med netværket, fordi hun tror på "Pay-it-forward"-tankegangen (at "betale forud" uden at forvente at få noget igen). Det er et grundprincip inden for networking og er meget effektivt til at styrke relationen til sine forbindelser.

Tip: Hold øje med din strøm og se efter relevante muligheder, viden og inspirationskilder.

SØGNING

Headhuntere og rekrutteringsbureauer bruger ikke kun deres egne arkiver over kandidater – de søger også på LinkedIn, hvor oplysningerne er opdaterede, og antallet af kandidater er enormt. Virksomhederne bruger også LinkedIn til at søge selv.

Udfyld din profil med ord, som du gerne vil dukke op på, når rekrutteringsfolk søger.

BRUG SELV SØGEFUNKTIONEN AKTIVT I DIN JOBSØGNING

Brug søgefunktionen til at søge på virksomheder, du gerne vil arbejde for eller styrke dit kendskab til. Se listen over medarbejdere og kig efter, om der er en med en relevant titel, og som du har en eller flere fælles forbindelser til. Tag eventuelt fat i din forbindelse, spørg ind til, hvor godt vedkommende kender personen, du vil i kontakt med, og spørg efter et godt råd til, hvordan du skaber kontakt.

Du kan også søge på dine spidskompetencer og se, hvilke personer der dukker op, og i hvilke virksomheder de arbejder. Det er god inspiration, og måske opdager du en virksomhed, du ikke vidste eksisterede.

Søg på de kontaktpersoner, der evt. figurerer i et stillingsopslag, og find ud af, om I har en fælles forbindelse. Måske kan den forbindelse hjælpe dig med et godt råd eller ligge inde med nyttig viden om jobbet, virksomheden eller kontaktpersonen.

Derudover kan du søge efter titler på personer, som typisk står for at ansætte en som dig. Er det som regel en økonomidirektør, der skal beslutte, om du skal ansættes, så prøv at søge efter økonomidirektører.

Søg fx på "Titel" for kun at søge i titelfelterne på folks profiler.

Tip: En økonomidirektør kan kalde sig mange andre ting som fx CFO. Ram flere titler ved at skrive OR mellem titlerne. Du kan også bruge operatørerne AND (for at kræve at begge titler er til stede) eller NOT (for at udelukke en titel). Hvis du vil søge efter en titel som "Financial Manager" eller andre med to eller flere ord, så sæt "" omkring.

lest relevant	Personer	Job	Virksomheder	Grupper	Skoler		
	Styr på	projektern	e! - Porteføljestyring,	projektstyring o	g ressourcestyring med Pr	ojectFlow Annonce ····	
Viser 1.882 resu	ultater					Filtrer personer efter si	et alle (
CFC Regi) / Økonomidirektør a jion Hovedstaden, Danma	t EstatePartr ark	• 1. her A/S		Send meddelelse	Forbindelser	+
Nuv Plan	værende: CFO / Økonomio nts and Property Projects	direktør hos Es	tatePartner A/S - Investment	s in Solar Power		Søgeord	
9	8 fælles forbinde	elser				Fornavn	
For	retningsorienteret CF ion Hovedstaden, Danma	• 2. O, energisk o ark	g empatisk leder		Opret forbindelse	Efternavn	
Nuv	værende: Interim CFO hos	Unilabs A/S				Titel	
9	34 fælles forbind	delser				økonomidirektør OR CFO OR økonom	ichef
For Regi Nuv	rretningsorienteret øk jon Hovedstaden, Danma ærende: Økonomidirektø 2001 17 fælles forbing	2. onomichef/C ark ør/CFO hos Åbe delser	FO en for nye muligheder		Opret forbindelse	Virksomhed Skole	
Økc Regi	onomichef / Konsulen jon Hovedstaden, Danma ()) 10 fælles forbing	2. t / Interim øł ^{ark} delser	xonomichef / Projektlede	r	Opret forbindelse	Beliggenhed Region Hovedstaden, Danmark USA Storbritannien	
Øko Regi	• 2. onomidirektør / CFO h ion Hovedstaden, Danma	ios Kemp & L ark	auritzen A/S		Opret forbindelse	Schweiz Zürich-området, Schweiz + Tilføj	
	2 fælles forbindelse	2r				Nuværende virksomheder	
Øko	onomichef / CFO at Go	ottlieb Pallud	an Arkitekter a/s		Opret forbindelse	Tidligere virksomheder	
Regi	ion Hovedstaden, Danma ærende: Økonomichef / 9	ark CFO hos Gottlie	eb Paludan Architects			Brancher	



Du kan målrette din søgning yderligere ved at filtrere på fx beliggenhed eller branche.

Endeligt giver LinkedIn også mulighed for, at du kan søge i offentlige statusopdateringer. Det kræver pt., at du har dit sprog sat til engelsk. Du vælger fanen "Posts", og så søger du blandt opdateringer fra både personer og virksomheder.

Tip: Brug det fx til at finde virksomheder, som "taler" om emner, der interesserer dig.



DO'S AND DON'TS TIL STATUSOPDATERINGER

På din startside kan du se en strøm af statusopdateringer i dit netværk. Når du scroller ned ad listen, vil du sikkert støde på en del overflødig information, men af og til finder du måske linket til et interessant stillingsopslag, nyheden om et nyetableret selskab, en forbindelse, der deler sin holdning i forhold til et specifikt fagligt dilemma, eller beskeden om, at en af dine tidligere kollegaer har fået nyt job. Noget vil være meget relevant, noget vil blot være interessant, og en del appellerer ikke til dig.

Når du skal lave statusopdateringer, bestemmer du selv indholdet, og i første omgang handler det om, at du skal vænne dig til at dele information og viden, som du finder spændende. Dernæst skal du overveje, om den artikel, det stillingsopslag, den holdning eller observation, du har identificeret, også har relevans for dit netværk. Inden du trykker på "Del", er det en god idé at overveje, om de fleste i dit netværk vil finde det, du deler, relevant, interessant eller overflødigt.

Der er især to gode grunde til at dele statusopdateringer med sit netværk:

- Du giver noget til dit netværk, de kan bruge (ny viden, muligheder, inspiration)
- 2. Du positionerer dig selv som ekspert i dit felt

Når du giver noget, plejer du dine relationer, og folk får lyst til at give tilbage. Fx med et tip om ny viden inden for jeres felt, de kender til og deler med dig.

Du positionerer dig som ekspert ved at dele relevant viden inden for dit felt. Det kan også være eksempler på arbejde, du har lavet.

Eksempler:



65 synes godt om + 6 kommentarer



Johan Bangsborg

Trusted advisor HNWI+UHNWI | Wealth Management | Holistic financial planning | Ta. 54m · Redigeret

Der er netop indgået aftale mellem regeringen og Dansk Folkeparti om en række ændringer af det nuværende pensionssystem.

Aftalen indeholder følgende:

*Reduceres indbetalinger på Aldersopsparing til 5.000 kr. årligt for alle som har mere end 5 år til folkepensionsalderen.

* Personer med 5 år eller mindre til folkepensionsalderen har mulighed for indbetaling på op til 45.000 kr. årligt i 2018 stigende til 50.000 kr. i 2023

* Maksimale udbetalingsperioden for ratepension forøges fra nuværende 25 år til 30 år.

* 1. halvår 2018 bliver der mulighed for at få udbetalt efterlønsbidrag skattefrit.

Læs mere i nedenstående link.



Ny aftale om flere år på arbejdsmarkedet

BRUG LIKE-KNAPPEN MED MÅDE

Når du klikker på Like-knappen, sender du statusopdateringen ud til dit netværk. Dem, der bliver opfattet som "for meget", er ofte dem, som er for flittige med Like-knappen. Se "Like" som en "del videre"-knap. Brug den, når det, du liker, faktisk vil skabe værdi for andre og/eller har relation til det, du gerne vil opfattes som ekspert i.

Har du en i dit netværk, som deler lige flittigt nok, har du mulighed for at skjule vedkommende fra dine statusopdateringer. Dette er vigtigt at have in mente, når du skal tage stilling til, hvor ofte og hvor meget du vil dele i dine opdateringer.

TILPAS DIT NEWSFEED

Lige over dit newsfeed kan du selv indstille, hvad du gerne vil se i strømmen.

Ved "Sortér efter" får du mulighed for at vælge, om feedet skal sorteres kronologisk ("Seneste"), eller efter hvad LinkedIns algoritme vurderer, du vil være mest interesseret i ("Mest populære").



Bonus-info: Du skjuler en person ved at klikke på de tre prikker i hjørnet af en opdatering og vælge "Hold op med at følge X".





ARTIKLER PÅ LINKEDIN

LinkedIn har lavet et artikelunivers, der tidligere hed "Pulse", og nu hedder "LinkedIn-udgivelser". Her kan du udgive indlæg i artikelformat. Dit fokus bør være det samme som med statusopdateringerne. Nemlig at give værdi, samtidig med at du positionerer dig selv som en, der ved, hvad du taler om.

FORSKELLEN PÅ STATUSOPDATERINGER OG ARTIKLER

En statusopdatering består typisk af et link eller et billede samt en kort kommentar eller et spørgsmål. Det er oplagt til at dele et interessant link videre til dit netværk eller skrive en kort meddelelse.

I en artikel går du mere i dybden. Her skal du selv til tasterne og dele dine tanker eller tips. Der er altså noget mere arbejde i det. Til gengæld kan du give noget mere og positionere dig stærkere som ekspert ved at formidle din viden i det længere format.

SÅDAN KOMMER DU I GANG MED ARTIKLER

Du kommer i gang ved at klikke "Skriv en artikel" på forsiden (har du ikke denne knap, så prøv at skifte sprog til engelsk og klikke "Write an article").

Nu kan du skrive din artikel. Det kan fx være: "Fem tips til [indsæt emne under dit fagområde]". Det kan også tage udgangspunkt i dine egne erfaringer og resultater med noget arbejdsrelateret.

Det vigtigste er, at du kommer med noget af værdi. Når du udgiver dit indlæg, kan dine forbindelser se det i deres nyhedsstrøm. Sørg for, at din titel fanger, så dine forbindelser får lyst til at klikke og læse mere.

Hvis du ikke kommer med værdi i dine indlæg, holder folk til sidst op med at klikke på dem, så hold fokus på at uddanne og gør dig umage.

LINKEDIN-GRUPPER

Grupper kan introducere personer med fælles interesser, som ikke kender hinanden, for hinanden. Det er din mulighed for at få nye forbindelser, vise hvad du kan og selv blive klogere.

Du kan tænke på grupper som små konferencer. Vælg dem, hvor der kommer relevante mennesker, og sørg for at netværke ved at udveksle viden og erfaringer med de andre gruppemedlemmer.

FIND DE RIGTIGE GRUPPER

Første step er at finde relevante grupper at deltage i. Det kan være en god idé at starte med 1-3 grupper for at holde overblikket.

Der er grundlæggende to måder at finde nye grupper på:

- Søg Du kan søge på grupper, ligesom du kan søge på personer. Søg fx på "Ledelse" for at finde grupper, hvor man taler om emnet.
- Bliv inspireret af andre Søg efter de mennesker, du gerne vil være i gruppe med (ikke nødvendigvis specifikke navne, men titler, brancher og andre nøgleord). Nederst på deres profil kan du se, hvilke grupper de er medlem af under "Interesser".

Når du har fundet en relevant gruppe, så meld dig ind. Nogle grupper er åbne, og du bliver medlem med det samme. I andre skal gruppeejeren godkende dig først, men lad dig ikke skræmme væk af den grund. De fleste gruppeejere vil gerne have store aktive grupper.

Bonus-info: Medlemmer af en gruppe får løbende mails om den aktivitet, der er i gruppen, hvilket kan give din diskussion noget opmærksomhed.

Bonus-info: Du kan starte med at tjekke Ledernes gruppe ud på LinkedIn ved at søge efter "Lederne" i grupperne.

VÆR NYSGERRIG

Når du er blevet medlem af en gruppe, så start med at kigge dig omkring og undersøg, hvad der bliver talt om, og hvordan folk taler sammen.

Hold øje med, om der bliver stillet spørgsmål, som du kan svare på, eller om der kører debatter, hvor du kan byde ind.

Når du har fået en fornemmelse af, hvad gruppen interesserer sig for, så prøv at starte din egen diskussion. Her er det en balance at give lidt af sig selv ved at give en holdning til et emne eller en artikel og så være nysgerrig på, hvad de andre mener – altså stille spørgsmål. Fortæl fx om en problemstilling, du selv sidder eller har siddet i, og fortæl, hvordan du tacklede situationen, og spørg så til, hvordan andre ville have gjort.

Bonus-info: Det skal ikke være selvpromoverende eller sælgende, så bliver du hurtigt upopulær i grupperne.

DINE LINKEDIN-INDSTILLINGER

Du kan skrue på mange ting omkring din tilstedeværelse på LinkedIn, så det kan godt betale sig at gå dine indstillinger igennem og sætte mulighederne, som du gerne vil have dem.

Du kommer til dine indstillinger ved at klikke på "Dig" i øverste højre hjørne og vælge "Indstillinger og privatliv".



Morten Vium in Styrker dine kunder Medlem siden 1. decer	Morten, du kontrollerer elationer gennem LinkedIn og løfter dit salg mber 2009	din konto. 4162 forbindelser Business Plus
Konto	Privatliv	Kommunikation
Profil og privatliv	Profil og privatliv	
Blokering og anonymitet Jobsøgende Personlige oplysninger og annoncering Sikkerhed	Rediger din offentlige profil Vælg, hvordan du vil fremstå for medlemmer, der ikke er søgemaskiner og andre godkendte tjenester.	Rediger
	Hvem kan se dine forbindelser Vælg, hvem der kan se listen over dine forbindelser	Rediger Forbindelser
	Folk kiggede også på Angiv, om denne funktion skal vises, når folk besøger di	n profil Rediger
	Profilopdateringer Angiv, om du vil give dit netværk besked om profilændri	Rediger Nej

Der er mange ting, du kan indstille, og det fordeler sig på tre faner:

κοντο

Her kan du bl.a. indstille, hvilket sprog du ønsker at se LinkedIn på og tilføje en ekstra mailadresse. Det er også her, du kan vælge at lukke din konto hos LinkedIn igen.

Tip: Det er en rigtig god idé at have to mailadresser knyttet til din profil. Hvis du i dag bruger din arbejdsmail og skifter job og senere glemmer din kode, så kan du ikke få tilsendt en ny, fordi du ikke længere har adgang til arbejdsmailadressen. Gør det nu – inden du har brug for det!

PRIVATLIV

Her kan du bl.a. indstille, om folk skal kunne se, når du besøger deres profil, og om folk skal kunne se, hvem du er forbundet med.

KOMMUNIKATION

Her kan du bl.a. indstille, hvilke mails du modtager fra LinkedIn, og hvor ofte du ønsker dem.

SLET DIN KONTO PÅ LINKEDIN

Fortryder du helt at have oprettet dig på Linkedln, så kan du altid slippe ud af det igen. Det kan også være, du er kommet til at oprette to profiler og gerne vil slette den ene.

Du sletter din konto under "Indstillinger" > "Konto" > "Lukning af din LinkedIn-konto".



ANONYMITET PÅ LINKEDIN

Som udgangspunkt kan du følge med i, hvem der besøger din profil, og andre kan se, når du har været forbi deres profil.

Du kan godt vælge at være anonym på LinkedIn, så du kan "lure", uden at folk kan se, du har været på deres profil, men husk på, at vi bl.a. er på LinkedIn for at synliggøre vores kompetencer, så dit besøg vil blot blive opfattet som en positiv interesse. Det er altså ikke noget, folk undrer sig over.

Omvendt bliver de i stedet nysgerrige og går måske ind på din profil og ser, hvad du kan tilbyde. Derfor kan det for langt de flestes vedkommende ikke anbefales at være anonym.

Hvis du alligevel gerne vil være anonym, kan du vælge det under "Indstillinger" > "Privatliv" > "Profilvisninger".

Bonus-info: Har du en gratis bruger-profil, og vælger du at være anonym, mister du samtidig muligheden for at se, hvem der har besøgt din profil.



PREMIUM-ABONNEMENTER

LinkedIn har en række betalingsabonnementer, som giver dig nogle flere værktøjer og features.

Langt de fleste har ikke behov for Premiumabonnementer, men det er værd at overveje, om du alligevel kan få noget ud af investeringen.

MERE INFO OM DEM, DER BESØGER DIN PRO-FIL

Med et Premium-abonnement kan du ikke bare se den seneste håndfuld besøgende, men se 90 dage tilbage.

BEDRE SØGEFUNKTION

Du får flere filtre til at målrette din søgning, og du kan se flere personer. Derudover har du med en gratis profil et begrænset antal søgninger, du kan lave på en måned. Med Premium-abonnementet kan du søge ubegrænset.

INDSIGT I ANSØGERE TIL JOBS

I jobannoncerne på LinkedIn får du som Premiumbruger statistik på de personer, der har søgt jobbet direkte gennem LinkedIn.

Du kan altså blandt andet se, hvor mange der har søgt, hvor meget erfaring de har og hvilken uddannelse.

PREMIUM Fordelagtig indsigt om andre ansøgere		0
Ansøgere til dette job	Mest repræsenterede kompetencer	
40 ansøgere 5 ansøgere de seneste 24 timer Husk at opdatere din profil med seneste kompetencer og erfaring, så du øger dine chancer for at få jobbet.	Du har 0 af de 10 mest repræsenterede kompetencer blandt ansøgerne Finansanalyse Microsoft Excel Forretningsstrategi Finans Microsoft Office Ledelse Regnskab Økonomistyring Erhvervsfinansiering Budgettering	
Anciennitetsniveau	Uddannelse	
10 ansøgere på dette niveau: Funktionær	8% har denne grad: Bachelorgrad (svarer til din)	
8 ansøgere på dette niveau: Nyuddannet	63% har denne grad: Kandidatgrad	
7 ansøgere på dette niveau: Leder	18% har denne grad: MBA	
5 ansøgere på dette niveau: Afdelingsleder	11 % har andre grader	

Tanken er, at du kan vurdere dine chancer over for andre ansøgere, men husk, at datamængden typisk er meget begrænset, og der tages kun højde for ansøgere, der har søgt gennem LinkedIn.

INMAILS

Du får mulighed for at sende et fast månedligt antal beskeder til folk, du ikke er connected med. Disse henvendelser hedder InMails. Hvor mange, du kan sende, afhænger af, hvilket abonnement du vælger.

HVOR KAN JEG FÅ MERE TEKNISK ASSISTANCE?



Hvis du sidder med en teknisk udfordring, som vi ikke kommer omkring her, så har LinkedIn en glimrende hjælpesektion.

Du finder den her:

- På dansk: hjaelp.linkedin.com
- På engelsk: help.linkedin.com

Her kan du finde svar på det meste, men løser det ikke problemet, kan du kontakte LinkedIn direkte her: **linkedin.com/help/linkedin/ask**



- ET MEDLEMSKAB MED VÆRDI

Når du bliver medlem af Lederne, bliver du en del af Danmarks eneste organisation og A-kasse med fokus på ledere og ledelse. Her står vi sammen om at sprede god ledelse og give dig de bedste forudsætninger for en succesfuld karriere som leder.

Det skal kunne betale sig for dig at være medlem hos os. Derfor har vi hele tiden fokus på, at du som medlem får noget for dit kontingent, og vi arbejder løbende på at udvikle nye services til dig, samtidig med at vi tilbyder kvalitet til en fornuftig pris.

Som medlem af Lederne får du blandt andet adgang til:

- Økonomisk tryghed a-kasse og mulighed for at tegne en attraktiv lønsikring
- Juridisk rådgivning fra dag ét får du vores stærke juridiske team i ryggen
- Karriererådgivning få afklaret dine karrieremuligheder og kom tættere på drømmejobbet med hjælp fra en karriererådgiver
- LederSparring[®] få professionel sparring af en ledelsesrådgiver, når du står over for en vanskelig samtale eller en ledelsesmæssig udfordring
- LederNetværk* Det kan nemt koste 15-20.000 kroner at være medlem af et professionelt netværk for ledere. Som medlem af Lederne er det gratis

Læs mere og meld dig ind på lederne.dk/medlemskab/bliv-medlem

Følg os på



Lederne

Vermlandsgade 65 2300 København S

www.lederne.dk

