

Professionel på LinkedIn

De sociale medier har ikke blot forbundet os tættere til venner, familier og bekendte. De har også forbundet os tættere til kollegaer og andre professionelle relationer. Men hvordan netværker du professionelt på sociale medier?

TEKST MORTEN VIUM / VIUMMEDIA

I en undersøgelse blandt Ledernes medlemmer siger 86 pct., at de har en profil på de sociale medier, og 64 pct. af dem siger, de bruger sociale medier til at holde sig ajour med deres professionelle netværk¹.

Sociale medier er derfor altså ikke bare kattebilleder, ytringer om, hvad folk fik til aftensmad, eller hvor langt de var ude at løbe i weekenden. De sociale medier rummer bl.a. muligheder for at holde sig opdateret på nye jobmuligheder og ny viden fra andre fagpersoner verden over.

Men hvordan kan sociale medier styrke dit professionelle netværk, og hvad kan du helt konkret gøre for at udnytte mulighederne? Det skal vi se på de næste sider.

Hvordan kan sociale medier skabe »rigtige« relationer?

Det at have en »ven« på Facebook betyder ikke nødvendigvis, at du rent faktisk har en ven. Og en »connection« på LinkedIn

betyder ikke, der er en reel relation. Men vi kan sagtens skabe og udvikle relationer gennem de sociale medier.

Vi udvikler relationer ved at kommunikere. Og det er jo netop det, vi kan gennem sociale medier. Ganske vist er kommuni-

Hvilke sociale medier er interessante?

Det er naturligt at spørge sig selv: Hvilke sociale medier er interessante for mig, hvis jeg ønsker at netværke professionelt? Der findes et hav af platforme (Facebook,

Figur 1.



kationen ikke så »rig« som i det fysiske møde, hvor vi både kommunikerer verbalt og nonverbalt - men vi kommunikerer trods alt. Og på sociale medier kommunikerer vi ofte til mange på samme tid og uden at være samme sted. Det gør kommunikationen enormt effektiv.

Du kan nok ikke skabe dybe venskaber alene gennem sociale medier (det vel kan sammenlignes med pennevenskaber), men du kan supplere venskaber, og når vi taler professionelle relationer, som ofte ikke er så dybe, er sociale medier et fantastisk værktøj.

LinkedIn, Twitter, Instagram, Snapchat for at nævne nogle af de mest populære). Alle kan bruges til at kommunikere med andre fagpersoner, men nogle er mere oplagte til at netværke professionelt og dele viden end andre.

LinkedIn er bygget til at netværke professionelt. Det læses tydeligt i deres mission: »To connect the world's professionals to make them more productive and successful«². Derfor er det et oplagt sted at starte for de fleste.

Twitter kan også komme i spil, da der foregår en del videndeling på Twitter. Her >

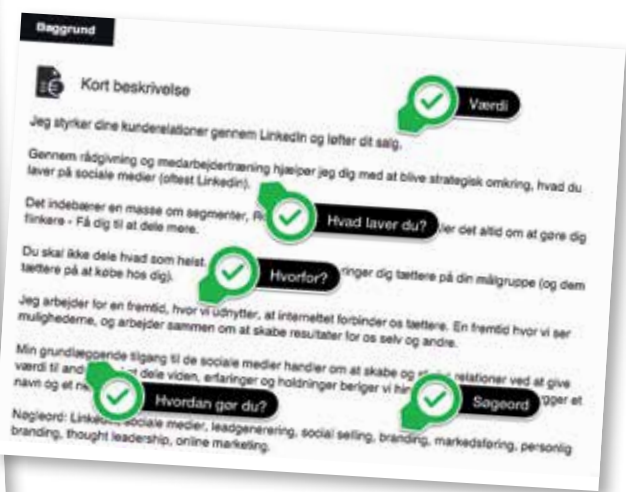
¹ <https://www.lederne.dk/presse-og-nyheder/undersoegelser/kommunikation/sociale-medier-undersoegelse-om-lederes-og-virksomheders-brug-af-sociale-medier>

² <https://www.linkedin.com/about-us>

Figur 2.



Figur 3.



samlers man typisk på mennesker med samme interesser som en selv. Hvad enten det er musik, politik eller jordbrug.

Facebook kan faktisk også være relevant. Der findes et hav af Facebook-grupper, og nogle af disse fungerer som faglige interessefællesskaber.

Tre niveauer på LinkedIn

Rigtig mange har en profil på LinkedIn, men kun 3 pct. af danskerne er dagligt på LinkedIn³, så der er stor forskel på, hvordan vi bruger det.

- **Niveau 1: Du har en profil**
Første step er naturligvis at oprette en LinkedIn-profil. Dem findes der to mio. af i Danmark og over 400 mio. på verdensplan.⁴ Det betyder, at andre kan finde dig, »forbinde« til dig og kontakte dig. Du bliver altså synlig - også for potentielle arbejdsgivere, der bruger LinkedIn som rekrutteringsværktøj og søger efter kompetencer.
- **Niveau 2: Du plejer dit eksisterende netværk**
Det næste naturlige skridt er at forbinde til nuværende og tidligere kollegaer, samarbejdspartnere, kunder osv. Så får

du samlet dit netværk på LinkedIn, har deres kontaktoplysninger, og du kan se, hvem folk ellers er forbundet med.

- **Niveau 3: Du videndeler og udvider dit netværk**
Det sidste trin er at begynde at dele viden løbende gennem statusopdateringer og diskussioner i LinkedIn-grupper. På den måde kan du konstant berige dit netværk og samtidig kommunikere, hvad du interesserer dig for og holde dig synlig. Hvis dine forbindelser »synes godt om« eller kommenterer dine opdateringer, bliver de spredt videre til deres netværk, og dermed skabes synlighed over for mennesker, som ikke kender dig i forvejen.

I det næste afsnit får du konkrete tips til, hvad du kan gøre for at blive en bedre netværker på alle tre niveauer.

En god LinkedIn-profil

På din LinkedIn-profil er der især tre elementer, som former en solid god profil, der er synlig og kommunikerer din værdi. Det er:

- Billede og overskrift
- Den korte beskrivelse
- Stillingsbeskrivelser

I første omgang handler det om at give et godt førstehåndsindtryk og tiltrække de relevante personer. Det gør du med din

overskrift og dit profilbillede (fig. 1). Overskrift og billede bliver brugt til at præsentere dig alle steder på LinkedIn. Herunder i søgninger (fig. 2). Derfor er det vigtigt, at du har et professionelt billede og en overskrift, som faktisk beskriver, hvad du laver, og hvordan du skaber værdi. Det gør en jobtitel sjældent alene, så sæt lidt flere ord på.

Med et godt billede og en beskrivende overskrift er du godt på vej til at få flere besøg på din profil, fordi den vækker nysgerrighed hos flere af dem, der støder på dig. Næste skridt er den korte beskrivelse (fig. 3). Mange springer den korte beskrivelse over, fordi den er svær. Her skal du præsentere dig selv. »Sælge« dig selv, om du vil. Og det har de fleste af os det ikke særligt godt med. Men det er virkelig vigtigt at få skrevet et godt summary, som fanger læserens opmærksomhed og giver lyst til at læse resten af din profil. Kom ind omkring:

- Hvordan skaber du værdi?
- Hvad laver du?
- Hvorfor laver du det, du gør? (Hvad tror du på? Hvad driver dig?)
- Hvordan går du til dine opgaver? (Hvad er din tilgang?)
- Søgeord - gerne i et samlet afsnit til sidst

Under de enkelte stillinger på din profil er det vigtigt, at du beskriver, hvad du har udrettet. Meget i stil med et klassisk CV. Kom omkring opgaver, ansvar og resultater

³ http://www.dr.dk/NR/rdonlyres/D8F466AE-9EFB-4617-B8CD-5737425911FD/6140447/mediudviklingen_2015_3.pdf

⁴ LinkedIns eget annonceværktøj

” At netværke på sociale medier er ikke meget anderledes end at kommunikere med folk i den virkelige verden. Det handler om at hjælpe og dele.

- og brug gerne punkttopstillinger, så teksten er let for læseren at overskue. Tænk i søgeord, når du skriver dine tekster.

Sådan forbinder du til de rette

LinkedIn brugere kan ikke blive helt enige om, hvem man skal forbinde til på LinkedIn. Nogle forbinder kun til folk, de kan stå 100 pct. inde for, andre forbinder med så mange som muligt, og nogle lægger sig et sted midt imellem. Det er op til dig at sætte dine egne kriterier for, hvem du vil forbinde med. Tag udgangspunkt i:

- Hvad giver mening i forhold til dit formål med at være på LinkedIn?
- Hvad har du det personligt godt med?

Når du har opsat kriterier for, hvem du vil forbinde til, er det bare at følge den strategi. Når du modtager invitationer, kan du vurdere, hvad du skal gøre, på baggrund af dine kriterier.

Når du modtager en invitation fra en, du gerne vil forbinde til, men ikke kender så godt, så har du to muligheder:

- Klik accepter (det fører sjældent til noget)
- Klik accepter og skriv en personlig besked til vedkommende.

Den sidstnævnte mulighed giver dig lejlighed til at omdanne en LinkedIn-forbindelse (som ikke har værdi i sig selv) til en relation med stor værdi. Skriv fx:

Hej Klaus

Tusind tak for din invitation!

Jeg arbejder med sådan og sådan.

Jeg ser meget frem til at dele viden og netværk med dig, og sig til hvis jeg kan hjælpe dig med noget.

De bedste hilsner

Morten

Figur 4.



De vil i mange tilfælde give dig et svar tilbage, og så har I begyndt en dialog - og bygger måske en relation. Omvendt bør du altid inkludere en personlig besked, når du sender invitationer til andre. Specielt, hvis du ikke kender dem så godt. Skriv, hvor I har mødt hinanden, eller hvorfor du gerne vil forbinde på LinkedIn.

Brede netværk og faglig autoritet

For at pleje dine relationer løbende kan du kommunikere med disse gennem statusopdateringer. Professionelle statusopdateringer handler selvsagt ikke om private ting, men er typisk delinger af faglig viden. Er du fx faldet over en interessant artikel om ny forskning, kan du passende berige dit netværk med din nye viden ved at dele den i en statusopdatering. Statusopdateringer er gode, fordi de gør dit netværk klogere og opmærksomme på, hvad du arbejder med og interesserer dig for. Omvendt er de – modsat fx en e-mail - ikke så påtrængende. De ligger der bare, hvis dine forbindelser skulle få lyst til at gå igennem deres nyhedsstrøm på LinkedIn. Del linket til undersøgelsen og skriv en kort tekst om, hvorfor du synes, den er relevant.

Et eksempel på statusopdatering (bemærk, at også her bruges overskrift til at præsentere dig) kan du se i figur 4.

Hvis dine forbindelser »synes godt om« eller kommenterer på din statusopdatering, spredes de, og du opnår synlighed i deres netværk.

Videndeling kan også foregå i LinkedIn-grupper. Her er fordelene, at du udveksler viden med folk, som ikke nødvendigvis kender dig i forvejen. Dvs. at her kan du skabe nye relationer. Find grup-

per ved at bruge søgefeltet eller se, hvilke grupper andre er medlem af ved at kigge i bunden af deres profiler.

I grupperne kan du også dele links til interessante artikler, du kan stille spørgsmål til gruppens øvrige medlemmer, og endelig kan du bare følge passivt med og selv opnå ny viden.

Sørg for at finde grupper, som matcher din faglighed, ellers bliver du hurtigt træt af støjen.

Nøglen er at turde

At netværke på sociale medier er ikke meget anderledes end at kommunikere med folk i den virkelige verden. Det handler om at hjælpe og dele. Men der er nogle nye værktøjer, som skal læres, og det kræver tålmodighed og mod. De fleste synes, det er enormt grænseoverskridende at skulle begynde at dele viden online, hvor man ikke helt ved, hvor ting kan ende.

Nøglen er at gå stille frem og turde eksperimentere lidt. Det går sjældent værre, end at ting kan slettes igen uden større skade, og dit udbytte ved at styrke dit netværk online er enormt.

God fornøjelse! ■