

Social media voor CEO's - Laat je bedrijf groeien met LinkedIn



Inhoudsopgave

03 Inleiding

04 Je bedrijf laten groeien met social media

06 De beste kandidaten vinden en aantrekken

08 Een sterk merk creëren

10 LinkedIn integreren in je bedrijf

12 Een aantrekkelijk profiel opbouwen

14 De sociale kant van netwerken

16 Bedrijven zijn enthousiast

20 Samenvatting – Neem het voortouw

Inleiding

Als directeur van je bedrijf wil je met de beste mensen werken. Social media en een professioneel sociaal netwerk zoals LinkedIn zijn onmisbaar geworden bij het vinden en aantrekken van hoogopgeleide kandidaten.

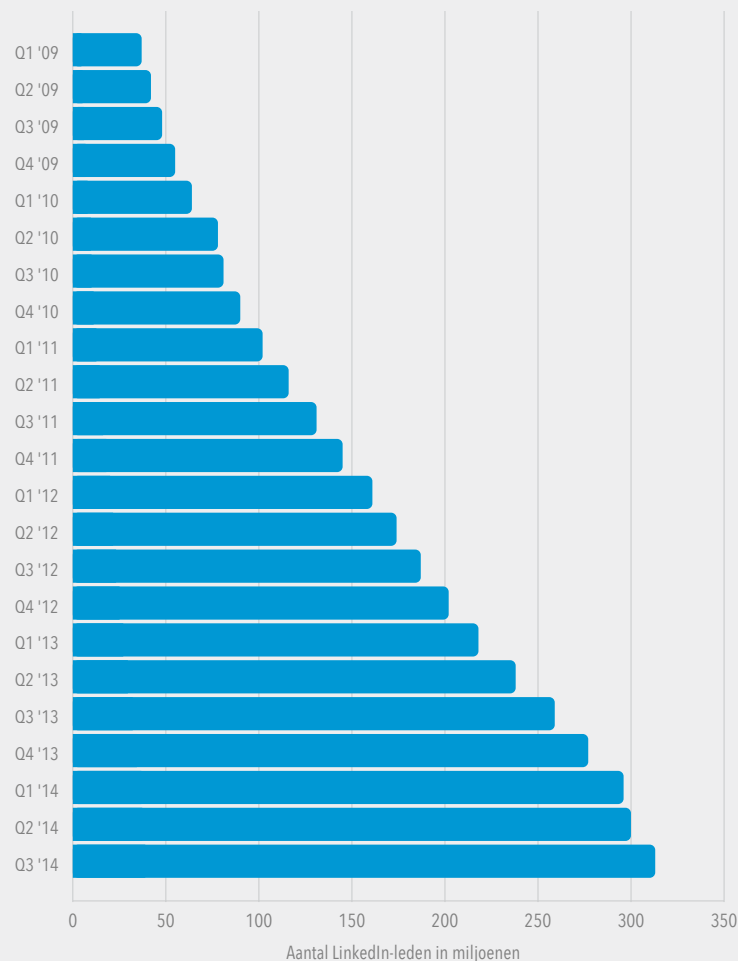
Misschien maakt HR voor werving al gebruik van LinkedIn, of is Marketing actief op social media om producten en services onder de aandacht te brengen. Toch is het belangrijk om verder te blijven kijken. Wat is je werkgeversmerk? Hoe zien potentiële klanten en nieuwe medewerkers je bedrijf? Hoe kun je dit beïnvloeden?

In dit e-book gaan we dieper in op welke kansen sociale netwerken je bieden en welke resultaten je kunt boeken. En vooral hoe je dit als CEO of leidinggevende aanpakt.

LinkedIn

AANTAL LINKEDIN-LEDEN

Vanaf 1ste kwartaal 2009 tot 3de kwartaal 2014
(in miljoenen)





Je bedrijf laten groeien
met social media

Van netwerken en personeel werven tot het genereren van leads en sluiten van deals. Er zijn veel manieren waarop sociale platformen zoals LinkedIn je prestaties een boost kunnen geven en je bedrijf laten groeien.

Met name het vinden en aantrekken van hoogopgeleid talent is voor bedrijven belangrijk. Maar door een wereldwijd tekort aan veelgevraagde vaardigheden is de concurrentie groot.

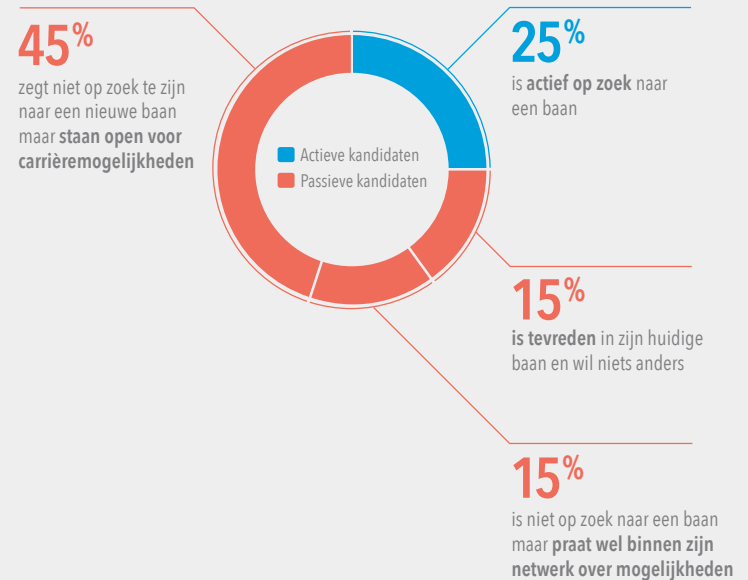
In de zoektocht naar talent gebruiken bedrijven daarom steeds vaker sociale platformen. Het is de snelstgroeiende bron voor hoogopgeleide nieuwe medewerkers (meer dan 37 procent in 2013).¹

Daarnaast kun je via sociale netwerken in contact komen met passieve kandidaten: mensen die wel geïnteresseerd zijn in een nieuwe uitdaging maar er niet actief naar zoeken.

Door optimaal gebruik te maken van zakelijke netwerken, kun je de beste kandidaten aantrekken en de concurrentie een stap voor blijven. Je hoeft hiervoor niet per se groot te zijn – op platformen als LinkedIn heeft iedereen gelijke kansen.

Ze zijn betaalbaar, toegankelijk en effectief.

ACTIEF VERSUS PASSIEF WERKZOEKENDEN





De beste kandidaten
vinden en aantrekken

Een netwerk als LinkedIn geeft toegang tot een grote hoeveelheid talent. Het is dus belangrijk om je doelgroep goed af te bakenen. Wat is belangrijk voor je bedrijf? Gaat het om de cultuur, de missie, de regionale identiteit? En vervolgens: welke kenmerken moeten je medewerkers hebben?

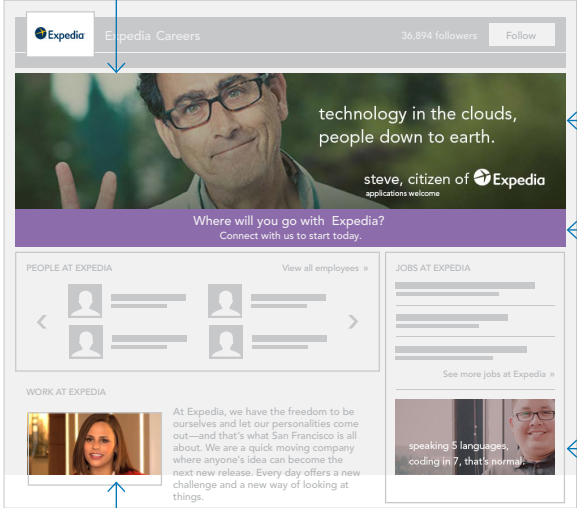
Je hebt inmiddels een sterk profiel opgebouwd dat kandidaten zal aantrekken. Nu is het tijd om aan je Talent Brand te gaan werken. Gebruik hiervoor je bedrijfspagina en een aantrekkelijke carrièrepagina.

Wees proactief. Kijk welke actieve leden in groepen aan je criteria voldoen. Begin een gesprek met hen door te reageren op berichten of neem direct contact met hen op.

Het is eenvoudig om LinkedIn-leden te vinden die voldoen aan jouw criteria voor een topkandidaat. Ga naar de profielpagina van een ideale medewerker en gebruik de zoekfunctie 'Personen zoals...'.

En vergeet niet vacatures te promoten onder de volgers van je bedrijfspagina.

HOE ZIET EEN SUCCESVOLLE CARRIÈREPAGINA ERUIT?



The screenshot shows the Expedia Careers page. Annotations with arrows point to specific elements:

- Sprekende, opvallende afbeeldingen met levendige kleuren**: Points to the main header image featuring a man with glasses and the text "technology in the clouds, people down to earth."
- Boeiende content**: Points to the purple banner with the text "Where will you go with Expedia? Connect with us to start today."
- Versies met meerdere pagina's specifiek gericht op kandidaten**: Points to the "PEOPLE AT EXPEDIA" and "JOBS AT EXPEDIA" sections.
- Gerichte advertenties met een merkgevoel**: Points to a video advertisement for Expedia, showing a woman and the text "At Expedia, we have the freedom to be ourselves and let our personalities come out—and that's what San Francisco is all about. We are a quick moving company where anyone's idea can become the next new release: Every day offers a new challenge and a new way of looking at things."
- Focus op medewerkers met video's en citaten die de cultuur benadrukken**: Points to a video advertisement featuring a man and the text "speaking 5 languages, coding in 7, that's normal."

AppSense moest een aantal complexe, specialistische functies invullen en daarbij concurreren met enkele van 's werelds grootste technologiebedrijven. Door het creëren van een werkgeversmerk kon 25% van de kandidaten via LinkedIn worden aangenomen. Op dit moment vullen ze 60% van de vacatures direct in.²



Een sterk merk creëren

Mensen die een nieuwe baan overwegen vinden een goede werkgever een belangrijke factor. Voor een kleine organisatie kan het moeilijk lijken om een sterk werkgeversmerk te ontwikkelen, maar dat hoeft niet zo te zijn.

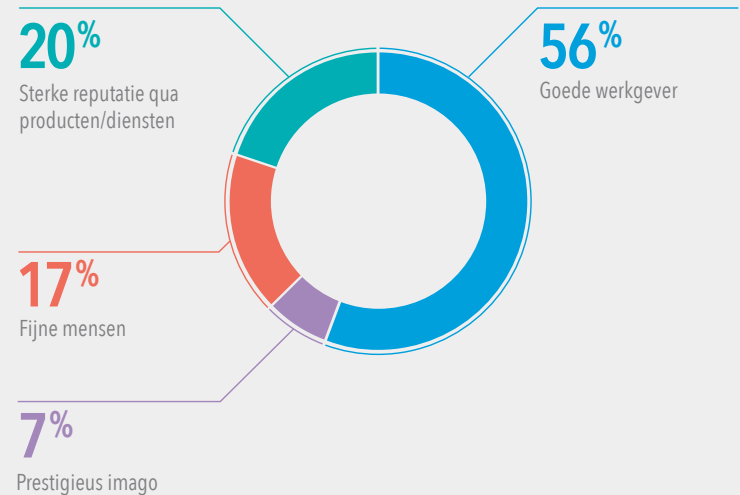
Jij en je medewerkers zijn de beste ambassadeurs van je bedrijf. Gebruik je LinkedIn-profiel dus om de doelstellingen en successen van jouw bedrijf te etaleren en maak een bedrijfspagina waarnaar medewerkers kunnen linken. Zorg ervoor dat talent je gemakkelijk kan vinden en volgen. Je kunt er namelijk van uitgaan dat 71 procent van je volgers geïnteresseerd is in een carrière bij je bedrijf.³

Ga op zoek naar groepen die relevant zijn voor je branche en word lid. Neem deel aan lopende gesprekken. Nodig mensen uit en initieer discussies die je zelf kunt leiden. Op die manier zal je reputatie als expert groeien.

Insight Product Development biedt consultancydiensten op het gebied van productontwikkeling en innovatie vanuit vier snelgroeende vestigingen. Binnen een concurrerende markt moest het bedrijf een aantrekkelijk talent brand opbouwen om toptalent aan te trekken. Insight gebruikte zijn carrièrepagina op LinkedIn om de bedrijfscultuur en de filosofie van het bedrijf te promoten. Potentiële kandidaten zagen testimonials van medewerkers en video's ter illustratie van de ontspannen, stimulerende sfeer binnen het bedrijf.⁴

HET BELANG VAN EEN TALENT BRAND VOOR PROFESSIONALS

Welke van de volgende opties is voor werkzoekenden het belangrijkste kenmerk van een bedrijf bij het overwegen van een nieuwe baan.





LinkedIn integreren in je bedrijf

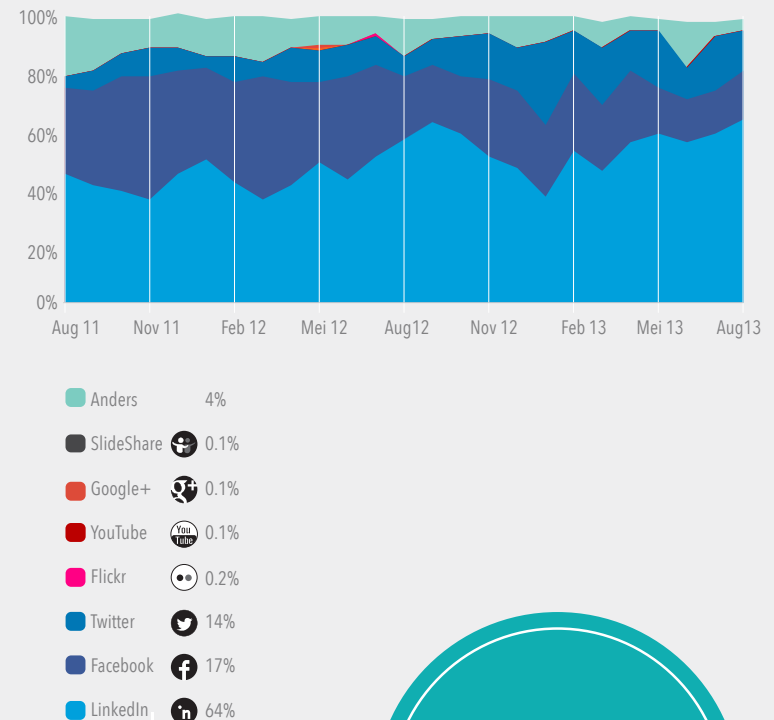
LinkedIn kun je integreren door je bedrijf te ontwikkelen – niet door het te herstructureren. Een holistische benadering is het meest succesvol.

Wereldwijd zegt 59 procent van de consumenten dat hun mening over een bedrijf wordt beïnvloed door hoe het management communiceert⁵. Het is daarom belangrijk om alle leidinggevendenden in de ontwikkeling te betrekken.

Moedig medewerkers aan hun eigen profielen aan te maken, lid te worden van de eigen bedrijfspagina en op te treden als positieve merkambassadeurs. Laat HR kennismaken met de verschillende wervingsoplossingen die er zijn en organiseer trainingen om de site optimaal te leren gebruiken en de beste kandidaten te vinden.

Zodra alles goed is ingesteld, is LinkedIn een ideale en waardevolle tool voor je bedrijf, of het nu gaat om netwerken, sales en marketing of werving.

BEZOEKEN AAN BEDRIJFSWEBSITES VIA SOCIAL MEDIA



LinkedIn is de grootste bron van bezoeken via social media.



Een aantrekkelijk
profiel opbouwen

Als directeur of manager neem je met social media het heft zelf in handen, heb je invloed op je bedrijfsmerk en kun je je netwerk uitbreiden. Hierbij is je eigen profiel van groot belang. Tweederde van de mensen zegt dat hun beeld van het management invloed heeft op hun mening over een bedrijf en zijn producten.⁶

Dit zijn de vijf belangrijkste manieren om jezelf te onderscheiden:

1 Je gegevens moeten volledig en up-to-date zijn.

Gebruik een professionele foto van jezelf en geef voorbeelden van je werk met behulp van rich media.

2 Schrijf een persoonlijke kopregel – dit is jouw persoonlijke merk. Kijk hoe de beste marketeers het doen en zorg voor een levendig en persoonlijk profiel.

3 Gebruik je 'elevator pitch' in de samenvatting.
Benadruk je vaardigheden en licht je ervaring toe: wat doet jouw bedrijf en wat is jouw rol daarin?

4 Beschrijf je vaardigheden en ervaring.
Gebruik het veld 'Specialismen' om je profiel te optimaliseren voor zoekmachines – zo bepaal je hoe mensen je kunnen vinden en onthouden.

5 Onderscheid jezelf en wees persoonlijk door je interesses en passies te delen.

1 → Profile picture

2 → Headline

3 → Summary

4 → Experience

5 → Volunteer Experience & Causes

Profile: Kate Li, Creative Director at Dynamic Advertising, Greater New York City Area | Internet, Education: Silicon Valley Academy of Arts, 500+ connections, Send a message, www.linkedin.com/in/kateli/

Background: Summary

Served as creative director for a variety of online direct marketed products and services, providing user experience design, interaction design, and landing pages, as well as writing and producing ad campaigns in their entirety.

Dynamic Advertising: Remodel office space to bring nature indoors, Dynamic Advertising: Provided art direction for large photo shoot, Dynamic Advertising: A corporate re-branding project, Print piece for graphic design agency, Photo shoot for lifestyle brand

Experience: Creative Director, Dynamic Advertising, January 2010 – Present (3 years 10 months)

Created comprehensive corporate identities systems, corporate materials, annual reports, packaging and digital interfaces. Collaborated with clients and the research department in defining brand strategy. Conducted audience/competition visual research, conceptualized visual proposals and presented to senior level clients the designs and concept rationale.

Volunteer Experience & Causes: Mentor, KIVA, February 2013 | Civil Rights and Social Action

Opportunities you are looking for:

- Joining a nonprofit board
- Skills-based volunteering (pro bono consulting)

Causes you care about:

- Arts and Culture
- Civil Rights and Social Action

People You May Know: Alison Tsou, Creative Director at AKQA, +Connect

Profile Strength: Advanced, Improve Your Profile Strength

Who's Viewed Your Profile: 12 Your profile has been viewed by 12 people in the past 3 days, 11 You have shown up in search results 11 times in the past 1 day.

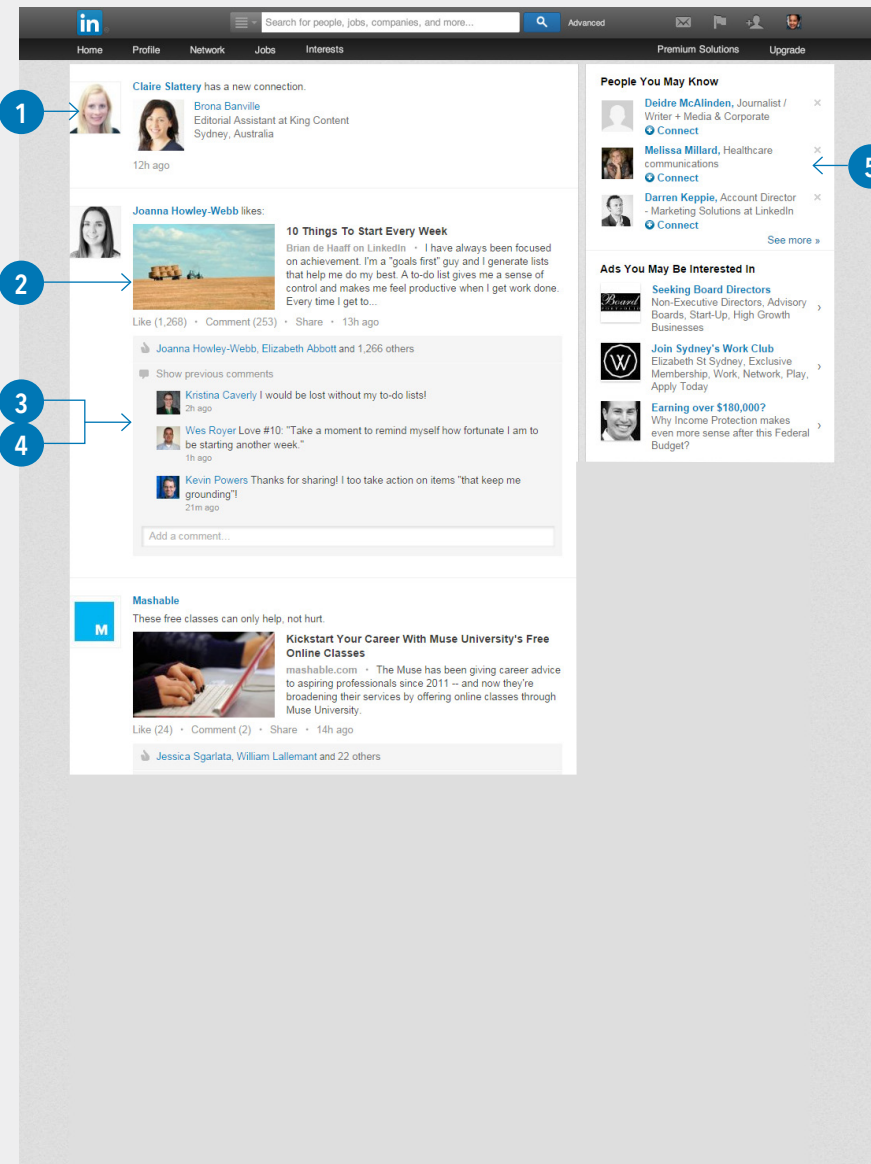


De sociale kant van netwerken

Je hebt je account, je profiel en je talent brand gemaakt. Wat nu?

Tijd voor het sociale aspect!

- 1 Begin met het toevoegen van connecties** en communiceer met andere gebruikers. Wanneer je nieuwe mensen ontmoet, zoek ze dan op LinkedIn op en voeg ze toe aan je netwerk. Met de LinkedIn Connected-app is dit eenvoudig. Laat je LinkedIn-adres op je visitekaartjes drukken.
- 2 Deel interessante content.** Als je bijvoorbeeld een presentatie hebt gegeven, zet deze dan op SlideShare en promoot je presentatie binnen je LinkedIn-netwerken. Schrijf blogs en deel ze als updates. Gebruik ook video's.
- 3 Reageer op content en updates van anderen** en deel dit. Onthoud dat dit niet simpelweg een verkooppraatje is. Beperk je eigen promotionele content tot maximaal 10 procent van wat je deelt.
- 4 Op social media komt het gesprek van twee kanten:** praten en luisteren. Stel en beantwoord vragen.
- 5 Social media is een waardevolle en rendabele investering.** Het hoeft niet veel tijd in beslag te nemen. Als je 10 minuten per dag aan je netwerk besteedt, krijgt je sociale aanwezigheid al een flinke boost.





Bedrijven zijn enthousiast

Bedrijven over de hele wereld gebruiken social media als primair marketingkanaal⁷. Het is tegenwoordig een van de belangrijkste bronnen voor leads. 43 procent van de marketeers heeft in 2013 leads⁸ gegenereerd via LinkedIn en 82 procent vindt dat social media een van de belangrijkste bronnen vormt voor het genereren van leads.⁹

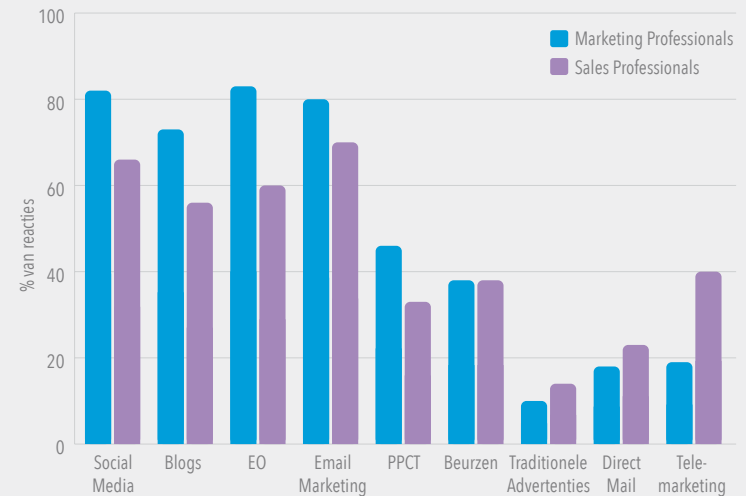
En zodra de lead is omgezet in een kans, geven social selling-professionals aan dat het 51 procent waarschijnlijker is dat zij hun het beoogde resultaat zullen behalen.¹⁰

Maar liefst 64 procent van de kliks¹¹ vanuit social mediakanalen naar bedrijfswebsites komt van LinkedIn. De overige netwerken zorgden elk voor minder dan 20 procent van de bezoeken. Het is duidelijk dat LinkedIn de beste manier is om je doelgroepen te bereiken.

Het gaat niet alleen om de generatie Y of pas afgestudeerden die hun netwerk willen uitbreiden. Ook senior executives en ondernemers gebruiken social media volop.

In iets meer dan een jaar tijd is Trustpilot uitgegroeid van een bedrijf met **35 medewerkers** in Kopenhagen tot een wereldwijde onderneming met **170 mensen**. LinkedIn hielp Trustpilot deze groei te realiseren: 100% van de management- en mid-management-functies voor hun vestiging in New York zijn ingevuld via LinkedIn.¹²

WELKE BRONNEN VOOR LEADS ZIJN BELANGRIJKER GEWORDEN?



Sales gaat in de richting van externe kanalen, terwijl marketing meer intern kijkt.

Samenvatting – Neem het voortouw

Een succesvol bedrijf heeft een directie nodig die zichtbaar en betrokken is. Een actieve rol in social media is hierbij onmisbaar.

Een vacature plaatsen en vervolgens afwachten is niet langer voldoende als je op zoek bent naar mensen die je bedrijf vooruit zullen helpen. Het wordt steeds moeilijker om mensen met de juiste vaardigheden te vinden en je moet proactief te werk gaan om ze in beeld krijgen.

Met LinkedIn kun je miljoenen potentiële klanten, partners en medewerkers bereiken – zowel lokaal als internationaal. En dat tegen een fractie van de kosten van traditionele kanalen en bemiddelaars.

Het is tijd om het voortouw te nemen – laat je bedrijf groeien met LinkedIn.

Voor meer informatie over LinkedIn Talent Solutions of om met een vertegenwoordiger van LinkedIn te praten, ga je naar **talent.linkedin.com**.

41%
van de LinkedIn-gebruikers heeft
meer dan 500 connecties

1 op 20 mensen
besteden een
uur per dag
aan LinkedIn

57%
van bedrijven heeft een
LinkedIn bedrijfspagina

Bronnen

- ¹ LinkedIn, 2013 Global Recruiting Trends
- ² LinkedIn, AppSense case study
- ³ LinkedIn, Talent Brand Catalysts: Reasons to Cultivate Followers
- ⁴ LinkedIn, Insight PD case study
- ⁵ Weber Shandwick, Socialising your CEO II
- ⁶ Statista, Quarterly numbers of LinkedIn members
- ⁷ Weber Shandwick, Socialising your CEO II
- ⁸ Hubspot, 2014 State of Inbound
- ⁹ Hubspot, 2013 State of Inbound
- ¹⁰ LinkedIn, 7 Ways Sales Professionals Drive Revenue with Social Selling.
- ¹¹ Investis, IQ Audience Insight
- ¹² LinkedIn Trustpilot Case Study