

# LEES DIT ALS U EEN EFFECTIEF SALESPROFIEL WILT MAKEN OP LINKEDIN

Deel 1  
van 6

---



**Alex Hisaka**  
Senior Content  
Marketing  
Manager,  
LinkedIn Sales  
and Marketing  
Solutions

# Waarom het belangrijk is

Laten we eerst iets ophelderen: uw LinkedIn-profiel is geen cv, het is uw online reputatie. Het kan in het huidige salesklimaat het verschil maken tussen prospects die reageren of die u links laten liggen.

Aangezien **49% van de inkopers** onderzoek doet naar salesprofessionals op LinkedIn en **50%** medewerkers met een onvolledig profiel negeert,<sup>1</sup> is het belangrijker dan ooit om een goede eerste indruk te maken. Het verbeteren van uw persoonlijke merk draait niet alleen om het geruststellen van schichtige prospects. U zult ook nieuwe prospects aantrekken aangezien **92% van de B2B-inkopers** interesse heeft in salesprofessionals die binnen de branche bekend staan als opinieleiders.<sup>2</sup>

Optimaliseer uw LinkedIn-profiel met deze **acht stappen** en vind meer leads en kansen om een gesprek aan te gaan.



<sup>1,2</sup> IDC, "Social Buying Meets Social Selling: How Social Networks Improve the Purchase Experience"

# De anatomie van een overtuigend salesprofiel

## AANGEPASTE URL

Kies een aangepaste URL die bestaat uit alleen uw voor- en achternaam, of uw eerste voorletter en achternaam.

## PROFESSIONELE FOTO

Upload een professionele portretfoto van hoge kwaliteit die u van uw beste kant laat zien.

## ACHTERGRONDFOTO

Upload een foto die prospects laat zien wie u bent, nog voordat ze iets over u hebben gelezen.

## KOPREGEL

Schrijf een pakkende kopregel die ervoor zorgt dat prospects meer over u te weten willen komen.

## SAMENVATTING

Gebruik deze ruimte om uzelf te onderscheiden en de vaardigheden te belichten die interessant zijn voor uw klanten.

## ERVARING

Hier kunt u laten zien wat u voor klanten kunt betekenen.

## RICH MEDIA

Voeg relevante content toe zoals presentaties, infographics en video's die illustreren wat uw toegevoegde waarde is.

## AANBEVELINGEN

Vraag tevreden klanten om aanbevelingen, want niets is waardevoller dan hun woorden.

The image shows a LinkedIn profile for Veronica Smith. The profile includes a header with navigation icons, a search bar, and a profile picture. The main content area is divided into sections: 'Veronica's Posts & Activity' (748 Followers), 'Experience' (Regional Sales Manager at FixDex, Sales Specialist at Mintome), and 'Recommendations' (Received 14, Given 3). The 'Experience' section details her role at FixDex, where she helped clients achieve strategic goals and launched a customer success program. The 'Recommendations' section features a quote from Cathi Culbertson: "Veronica has hustle, and she brings 110% to the job each and every day. Her strong consultative selling approach helps her to not only hit, but exceed her targets consistently. Her enthusiasm and positivity are contagious, even across the country from many of her counterparts ... see more".



# Zorg dat uw profiel zichtbaar en gemakkelijk te vinden is

# STAP 1

De eerste stap op weg naar meer profielweergaven is ervoor zorgen dat uw profiel zichtbaar is voor de mensen die naar u op zoek zijn.

U kunt als volgt de instellingen van uw profielpagina wijzigen van anoniem in openbaar:

- Klik op het pictogram **Ik** bovenaan uw LinkedIn-homepagina
- Selecteer in het gedeelte **Account** de optie **Instellingen en privacy**
- Klik in het gedeelte **Privacy** op **Uw openbare profiel bewerken**
- Kies onder **Zichtbaarheid bewerken** voor **Aan** om uw openbare profiel zichtbaar te maken

Personaliseer op dezelfde pagina ook meteen de URL van uw profiel. Verander de aangepaste URL in uw voornaam en achternaam, of uw eerste voorletter en achternaam, zodat prospects u makkelijk kunnen vinden.

Een openbaar profiel betekent dat mensen die op LinkedIn naar u zoeken, uw volledige profielgegevens kunnen zien. Als uw profiel is ingesteld op privé, dan is slechts een klein gedeelte zichtbaar.

## TIP

Voeg uw LinkedIn-URL toe aan uw e-mailhandtekening, zodat potentiële klanten erop kunnen klikken om meer over u te weten te komen.



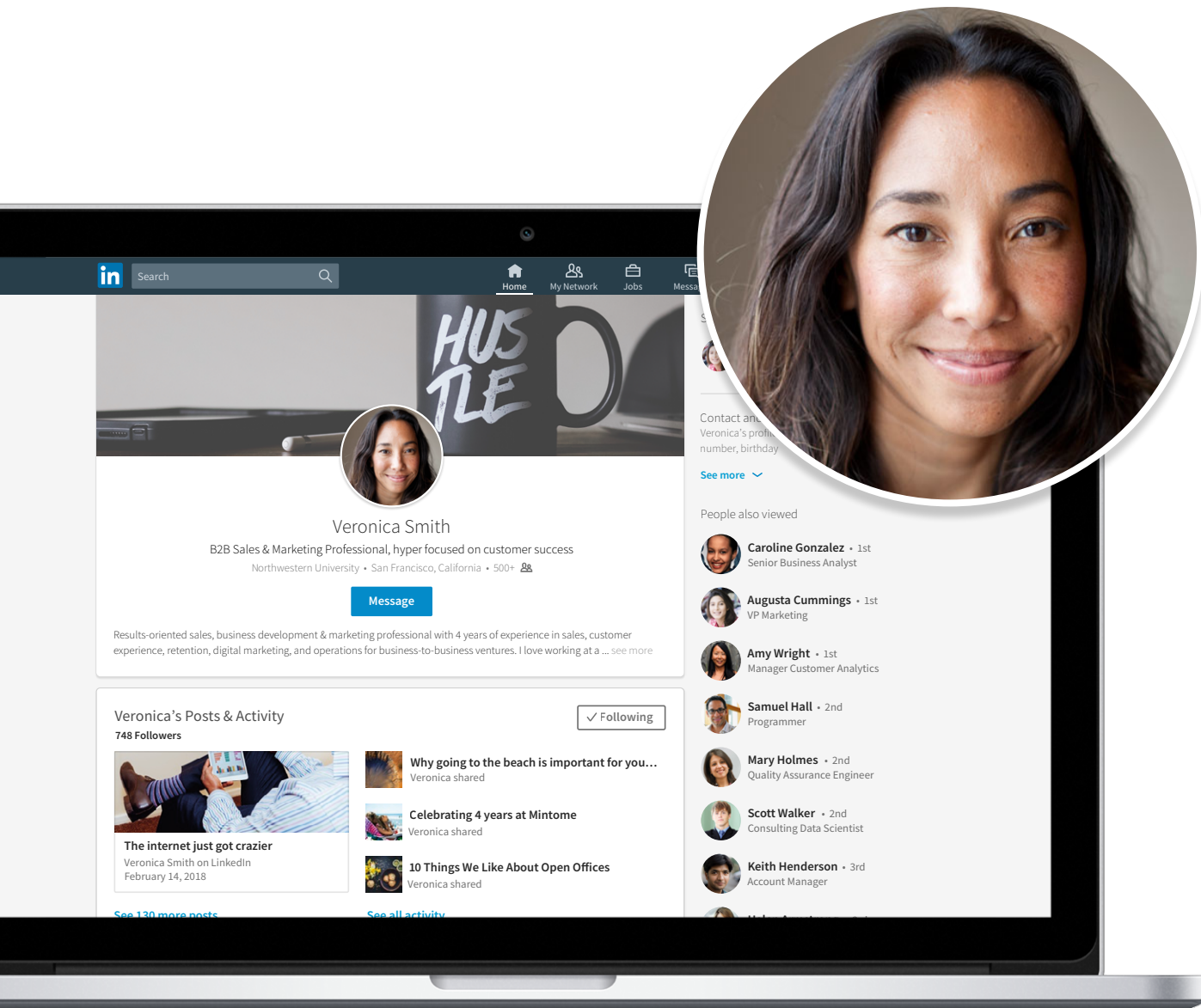
# STAP 2

## Upload een professionele foto

Wist u dat u ervoor kunt zorgen dat uw profiel zeven keer vaker wordt gevonden door een profielfoto toe te voegen?<sup>3</sup> Vergeet hierbij niet dat het van belang is een foto te kiezen waarmee u de juiste indruk maakt. Denk aan uw kledingkeuze en hoe u wilt overkomen als u in het echt een klant ontmoet. Uw profielfoto moet professioneel, vriendelijk en representatief zijn. U wilt immers een goede eerste indruk maken, net als bij een echte ontmoeting met potentiële klanten.

Upload een profielfoto die voldoet aan de volgende voorwaarden:

- Hoge resolutie met een formaat van 400x400 pixels, zodat de ruimte goed wordt opgevuld
- Een foto die zodanig is bijgesneden dat met name uw gezicht goed zichtbaar is
- Tegen een neutrale achtergrond of in een relevante werkomgeving
- Alleen van uzelf; geen vrienden, kinderen of huisdieren



<sup>3</sup> LinkedIn, 6 of the Most Powerful LinkedIn Stats for Sales Professionals

# STAP 3

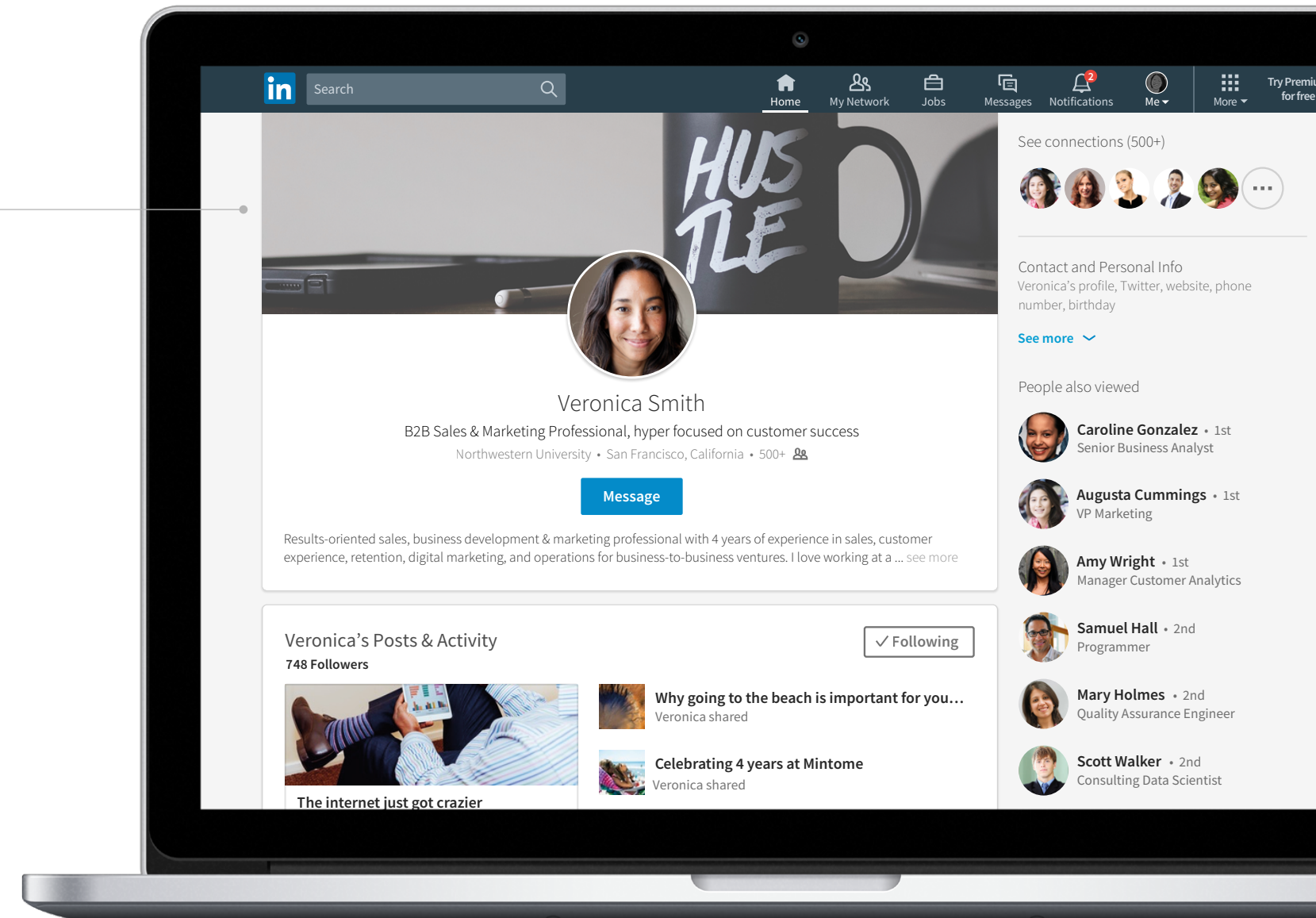
## Upload een achtergrondfoto

Naast uw profielfoto is uw achtergrondfoto meestal het eerste wat mensen zien wanneer ze uw LinkedIn-profiel bekijken. Een zorgvuldig gekozen afbeelding vertelt potentiële klanten wie u bent, wat u doet en waar u voor staat. En dat allemaal nog voordat ze ook maar een regel tekst hebben gelezen.

Zo kan een achtergrondfoto die uw ervaring als professionele spreker illustreert, uw geloofwaardigheid en deskundigheid onderbouwen.

Upload een foto van hoge kwaliteit die voldoet aan de volgende voorwaarden:

- Bijgesneden tot 4000x4000 pixels, zodat de ruimte goed wordt opgevuld
- Zorg ervoor dat de foto niet wordt afgedekt door uw profielfoto of kopregel



# STAP 4

## Schrijf een interessante kopregel

De standaard LinkedIn-kopregel wordt automatisch opgehaald uit uw werkervaring en bestaat uit uw huidige functie en bedrijf. Hoewel deze informatie nuttig kan zijn voor prospects, vertelt alleen uw functietitel geen boeiend verhaal.

Een goed opgestelde, pakkende kopregel kan het verschil betekenen tussen het worden gelezen of worden weggeklikt van uw profiel door prospects. Aangezien dit een van de eerste delen van uw profiel is die uw prospects zien, moeten ze hierdoor geïnteresseerd raken, zodat ze meer te weten willen komen.

De kopregel vormt een inleiding voor uw samenvatting, waarin u het volgende kunt belichten:

- Wat u doet en voor wie u dat doet
- De toegevoegde waarde die u klanten kunt bieden
- Wat u onderscheidt van anderen
- Dat u uw beloften waar kunt maken
- Manieren om contact met u op te nemen

Stelt u zich tijdens het schrijven voor dat u een potentiële klant vertelt wat u doet, en op welke manier u iets kunt betekenen voor deze persoon en zijn of haar bedrijf.

### TIP

Neem in uw samenvatting woorden op die uw prospects gebruiken in hun zoekopdrachten. Zo kunt u uw positie op Google verbeteren. Bepaal deze woorden bijvoorbeeld op basis van uw eigen gesprekken met klanten of van de inzichten van uw marketingteam.



# STAP 5

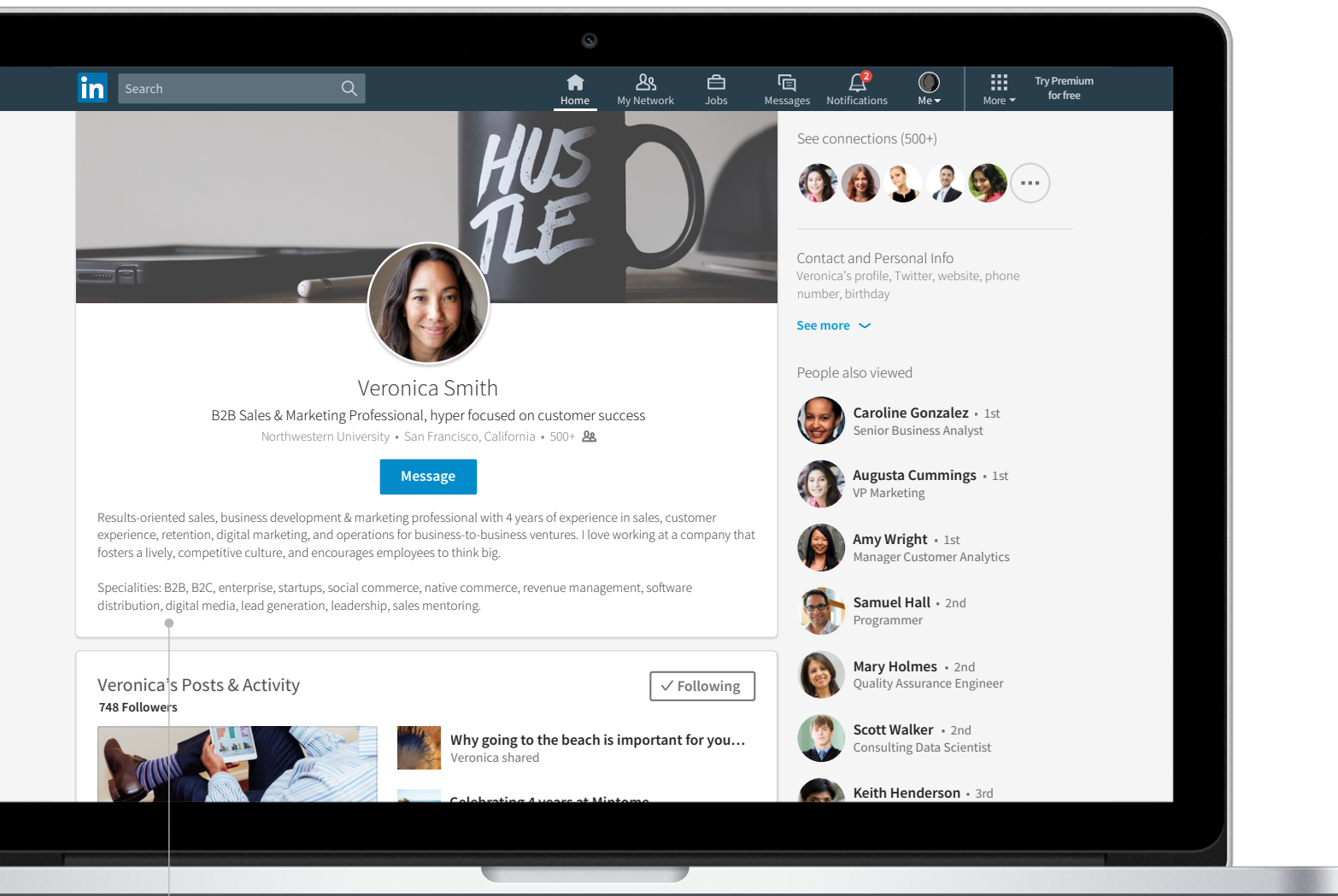
## Schrijf een persoonlijke samenvatting

Uw samenvatting is de plek waar u uw toegevoegde waarde goed onder de aandacht kunt brengen. Een veelgemaakte fout is dat mensen hun samenvatting schrijven met recruiters als doelgroep in plaats van prospects. Hoewel het erg indrukwekkend is te vermelden dat u de afgelopen drie jaar uw verkoopquota hebt overtroffen, wilt u niet dat prospects denken dat u hen alleen iets wilt verkopen. Gebruik deze ruimte om u te onderscheiden van andere salesprofessionals en de unieke vaardigheden te belichten die wellicht interessant zijn voor uw ideale klant.

Zie het als uw elevatorpitch: focus op wat u doet, hoe u uw klanten helpt, en wat de beste manier is om met u in contact te komen (uw oproep tot actie). Schrijf in de ik-vorm, gebruik zo min mogelijk lijstjes en opsommingstekens en zorg ervoor dat de vaardigheden en ervaring die u beschrijft relevant zijn voor uw huidige functie. En het belangrijkste van alles: houd de klant altijd in gedachten. 'Ik ben verantwoordelijk voor miljoenendeals' is bijvoorbeeld geschikt voor een cv, maar 'ik bespaar klanten miljoenen dollars' is beter wanneer u niet op zoek bent naar een nieuwe functie.

### TIP

Uw schrijfstijl moet professioneel zijn, maar dat betekent niet dat uw tekst saai moet zijn. Laat uw passie zien. Gebruik ook gerust wat humor of ironie als dat bij uw persoonlijkheid past.



Volg deze structuur om uw samenvatting van een eenvoudig cv te transformeren in een waardevolle tool om uw reputatie te onderbouwen:

### PASSIE

Een zin over wat uw professionele motivatie is en wat dat betekent voor klanten.

### ACHTERGROND

Een of twee zinnen die uw carrière tot nu toe samenvatten.

### BEDRIJF

Een of twee alinea's over de oplossingen die u biedt en hoe u daarmee problemen binnen de bedrijfstak of specifieke problemen van klanten hebt opgelost.

### OPROEP TOT ACTIE

Contactgegevens en de beste manier om met u in contact te komen – de informatie die u ook op een visitekaartje zou vermelden.



## Voeg uw werkervaring toe

Net als de samenvatting kan het gedeelte Ervaring worden gebruikt om te laten zien wat u voor klanten kunt betekenen. Mensen hebben veelal de neiging om bij werkervaring te denken aan hun cv: hun vaardigheden, prestaties en dagelijkse werkzaamheden voor elke functie. Het is echter niet uw doel om indruk te maken op een potentiële werkgever. Zorg er dus voor dat uw werkervaring relevant is voor de oplossingen die u aan klanten hebt geboden.

Een goede balans tussen een focus op de klant en uw eigen persoonlijkheid is de sleutel tot succes. Hierdoor zal uw profiel opvallen tussen dat van andere salesprofessionals. Dit kunt u onder meer doen door te beschrijven hoe u:

- Verschillende klanten hebt geholpen een belangrijk zakelijk doel te bereiken
- Mensen bijeenbrengt om moeilijke problemen op te lossen
- Wordt ondersteund door een vertrouwd team en beproefde processen om de algehele ervaring van de klant te verbeteren
- Tijdens elk stadium betrokken blijft bij uw klanten, ook na de aankoop
- Uw tijd besteedt wanneer u niet druk bent met het ondersteunen van klanten, inclusief de goede doelen die u steunt

Probeer elke maand of om de twee maanden uw kopregel en samenvatting opnieuw onder de loep te nemen. Zelfs een kleine verandering kan een positieve invloed hebben op het genereren van leads.



### TIP

Vermeld geen werkervaring die niet relevant is voor uw professionele carrière. Tenzij de zomers die u als strandwacht hebt gewerkt of uw bijbaantje bij het theater u hebben gemaakt tot de salesprofessional die u nu bent, is het beter om dit soort werkervaring niet te vermelden.

# STAP 7

## Voeg rich media toe

Een effectieve manier om de aandacht van prospects op te eisen, is het door multimedia-content toe te voegen aan uw profiel. Relevante links, video's, SlideShare-presentaties en infographics gaan, door daadwerkelijk uw meerwaarde te tonen, een stap verder dan prospects simpelweg te vertellen wat u in uw mars hebt.

In de volgende twee gedeelten kunt u rich media toevoegen:

- Verbeter uw **Samenvatting** met content die de merkbekendheid verhoogt: inhoudelijke interviews met leidinggevenden over uw bedrijf, video's waarin kwesties binnen de bedrijfstak aan bod komen, of microsites voor specifieke campagnes
- Onderbouw uw **Ervaring** met meer details over specifieke oplossingen, bijvoorbeeld in de vorm van presentaties of video's waarin u klanten direct aanspreekt, hen helpt uitdagingen te overwinnen en doelstellingen te verwezenlijken

Houd het beperkt tot circa vijf mediabestanden voor uw samenvatting en twee voor uw ervaring. Maak er een gewoonte van om de content in deze gedeelten elke twee maanden te herzien, voor het geval er nieuwe, relevantere content beschikbaar wordt.

### TIP

Benut de content van uw marketingteam en gebruik daarna bestaande gesprekken met klanten om content toe te voegen die weerklank vinden bij uw specifieke doelgroep.





# STAP 8

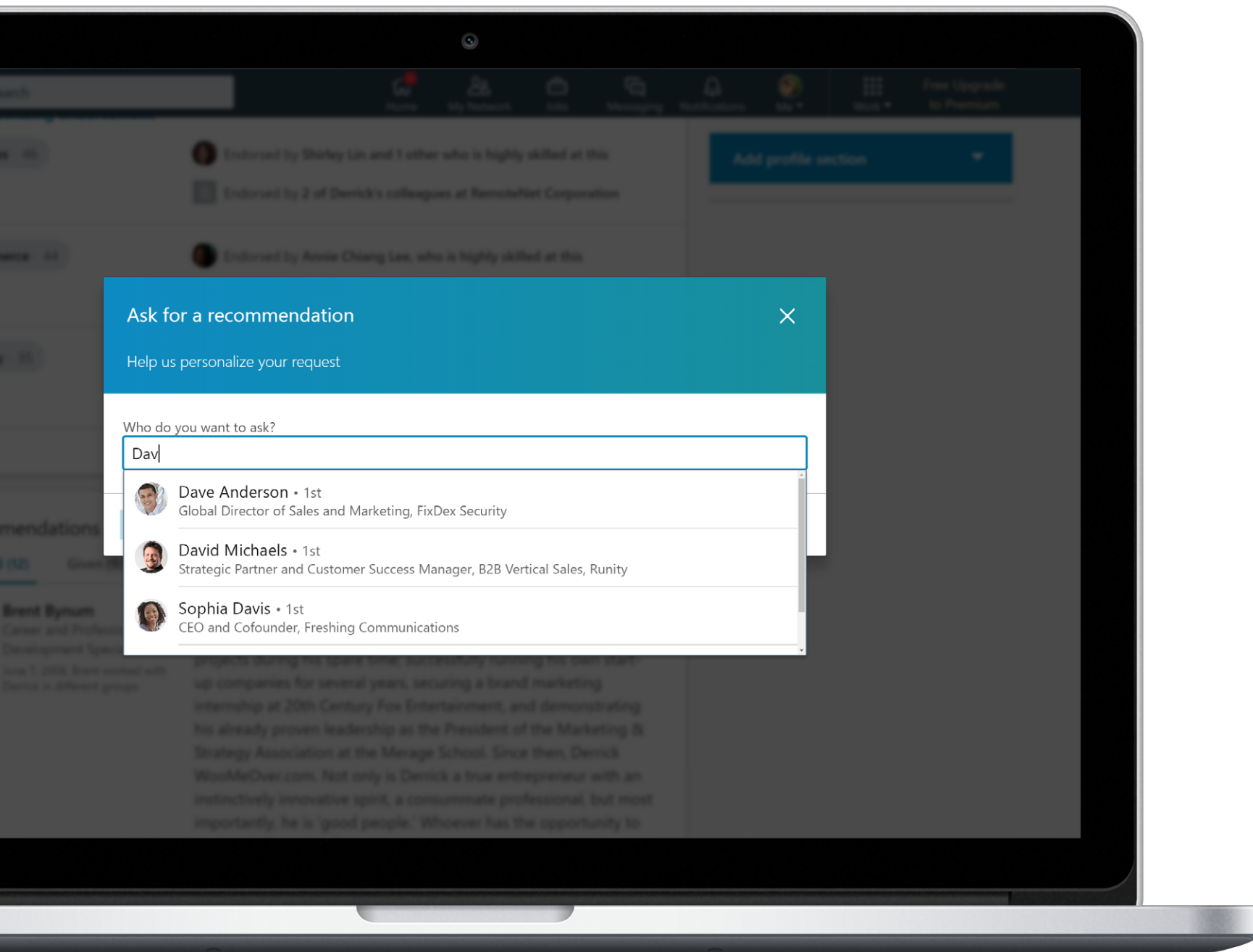
## Vraag om aanbevelingen

Om wat u over uzelf vertelt kracht bij te zetten, is het belangrijk om aanbevelingen en testimonials te vragen van tevreden klanten. Vergeet niet dat u soms ook iets moet geven om iets te krijgen. Met andere woorden, geef anderen misschien eerst een aanbeveling voordat u hen om een aanbeveling vraagt.

Ga als volgt te werk wanneer u vanaf uw profielpagina om een aanbeveling wilt vragen:

- Klik op het pictogram **Ik** bovenaan uw LinkedIn-homepagina
- Selecteer **Profiel weergeven**
- Ga omlaag naar het gedeelte **Aanbevelingen** en klik op **Om een aanbeveling vragen**
- Typ in het veld **Aan wie wilt u het vragen?** de naam van de connectie die u om een aanbeveling wilt vragen
- Selecteer de naam in het keuzemenu dat verschijnt
- Vul de velden **Relatie** en **Functie op dat moment** in het pop-upvenster voor aanbevelingen in en klik op **Volgende**
- U kunt de tekst in het berichtveld bewerken en vervolgens op **Verzenden** klikken

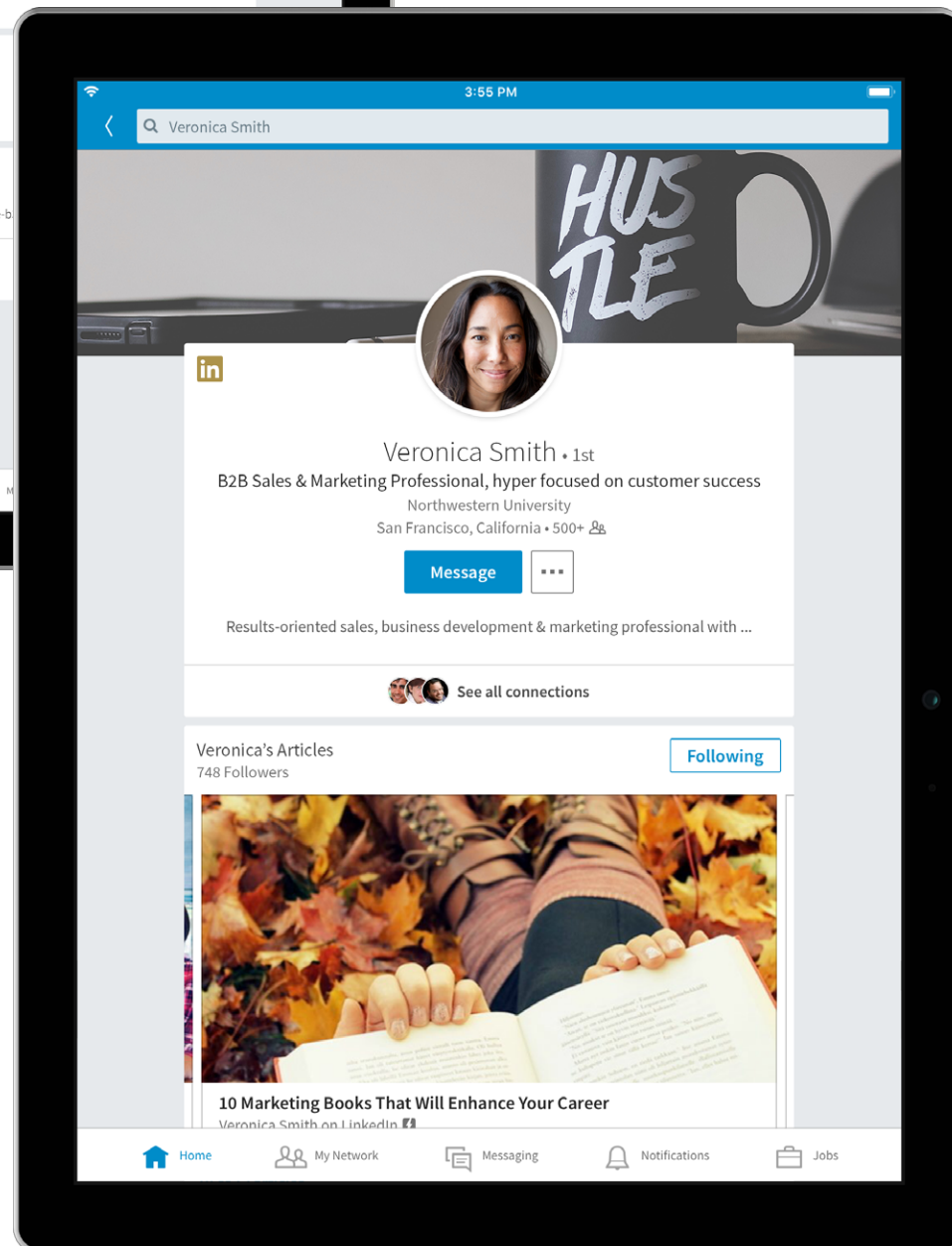
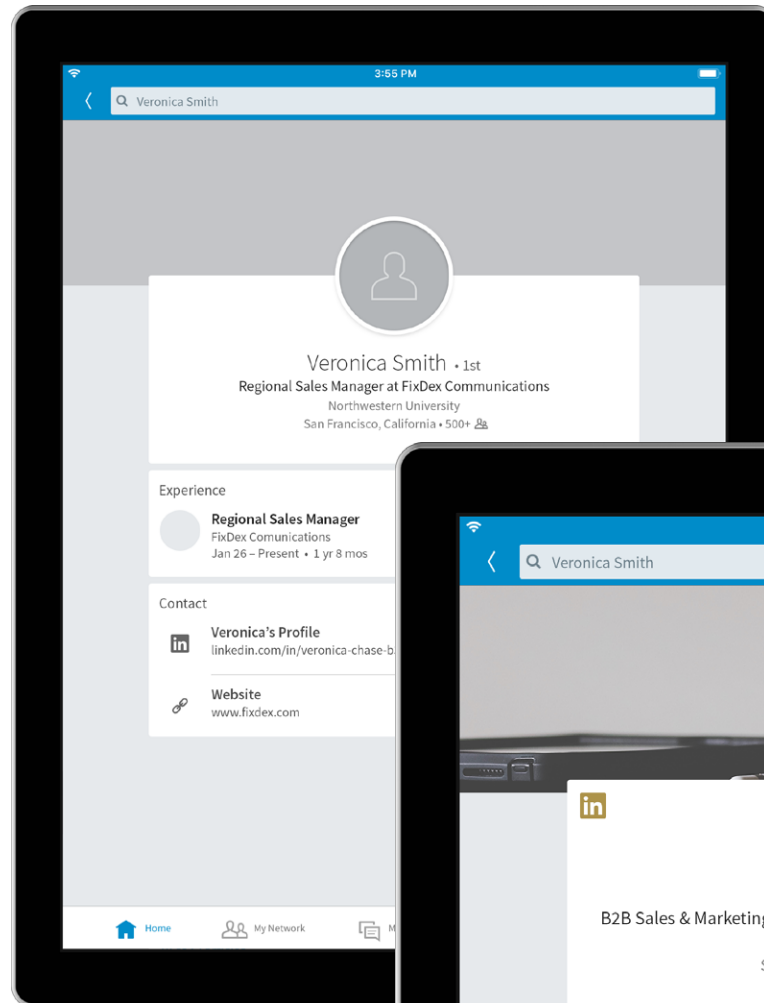
Voeg een persoonlijk bericht toe aan uw verzoek om een aanbeveling. Een goede aanbeveling beschrijft de manier waarop u hebt samengewerkt en omvat specifieke voorbeelden van hoe de klant heeft geprofiteerd van de samenwerking met u. Vraag uw klant dus gerust om deze onderwerpen op te nemen in de tekst.



# Kort samengevat

Kijk eens naar deze twee profielen van dezelfde fictieve persoon. Het rechterprofiel van Veronica is zonder twijfel veel aantrekkelijker voor prospects en leads. Ze gebruikt een professionele, vriendelijke foto en in de kopregel benoemt ze duidelijk haar meerwaarde voor klanten. In haar samenvatting gaat ze dieper in op haar vaardigheden en persoonlijkheid, en de meerwaarde hiervan voor klanten. Daarnaast vestigt ze de aandacht op specifieke voordelen, zoals time-to-market en media-artikelen die haar deskundigheid illustreren.

Veronica zou haar profiel verder kunnen verbeteren en haar samenvatting kunnen onderbouwen door meer details te geven en ook andere onderdelen van haar profiel in te vullen, zoals ervaring als vrijwilliger en projecten.



## Over ons

LinkedIn Sales Navigator maakt het aangaan en versterken van relaties met prospects en klanten eenvoudig door u te helpen gebruik te maken van de kracht van LinkedIn, het grootste professionele netwerk ter wereld met 500 miljoen leden. LinkedIn Sales Navigator is ontworpen voor salesprofessionals en combineert de gegevens uit het netwerk van LinkedIn, relevante nieuwsbronnen, en uw accounts, leads en voorkeuren om u op u afgestemde aanbevelingen en inzichten te bieden.

LinkedIn Sales Navigator stelt u in staat u op de juiste personen te richten, op de hoogte te blijven van uw accounts, en vertrouwen op te bouwen bij prospects en klanten.

Denkt u erover LinkedIn Sales Navigator aan te schaffen voor uw team? [Vraag dan een gratis demonstratie aan.](#)

