

Építsd fel magad a LinkedInnel!

Te is azt hiszed, hogy a LinkedIn egy álláskereső platform, ahova lényegében az önéletrajzod adatait kell feltöltened, hogy majd a fejedáshoz jobban rád találjanak? Hát, nem teljesen így van.

Csak kevés olyan szakma van, aminek művelőit folyamatosan állásajánlatokkal bombázzák. Ha nem vagy Java programozó, vagy C++ fejlesztő (vagy más, népszerű hiányszakma művelője), akkor a LinkedIn számodra sokkal inkább **egy eszköz, amivel bemutathatsz, felépítheted magad, új kapcsolatokat teremthetsz.**

Egy ideje divatos téma a **személyes márka** (az angol personal brand kifejezésnek nincs hivatalos fordítása, gyakran énmárkaként is emlegetik). Ennek hallatán sokan azt hiszik, hogy a személyes márka csak az ismert, híres embereknek számára fontos. Tévedés. A személyes márkád, illetve ennek a munkához, szakmához kötődő része, a szakmai márkád az, ami megkülönböztet téged másoktól. Álláskereséskor, a munkahelyi-szakmai pozíciód kialakításakor tehát nagyon fontos a „personal branding”, vagyis személyes/szakmai márkád tudatos építése.

Fontos tudnod, hogy a személyes márkája mindenkinek van - attól függetlenül, hogy törődik-e vele. A személyes márkád annak összessége, amit az emberek gondolnak rólad. (Másképpen fogalmazva az, amit rólad mondanak, ha kimész a szobából.) **Te magad döntheted el, hogy csak alakuljon magától, vagy magad is részt veszel tudatos formálásában.**

Ha az utóbbit választod, az egyik legerősebb online eszközöd a [LinkedIn](#) lehet. Ha teljes (rendesen kitöltött) LinkedIn profillal rendelkezel és rendszeresen használod a hálózatot (posztolsz, részt veszel csoportokban), minden esélyed megvan rá, hogy a nevedre keresve a Google első találatként a (nyilvános) LinkedIn profilodat adja ki. Egy olyan profilt tehát, amit teljesen az ellenőrzésed alatt tartasz (Akinek okozott már keserűséget, hogy lényegtelen oldalak, vagy kifejezetten zavaró képek jelentek meg egy ilyen keresésre, az értékelni fogja ezt a tényt.)

Az elmúlt évek szemkamerás (eye tracking) és hőterképes kutatásai egyértelműen megállapították, hogy a fénykép és a címsor vonják a leginkább a magukra az emberek figyelmét. **A legrosszabb fénykép is jobb tehát, mint nem rakni fel semmit.**

A címsor alkalom arra, hogy elmondd, ki is vagy. Nem elég azt írni, hogy „Könyvelő a Zöldmező Kft-nél” hanem a rendelkezésre álló 120 karakterben meg kell fogalmaznod szakmai márkád lényegét. Azt, amiért más vagy, mint sok millió másik ember, amiért érdemes Téged megismerni, megkeresni, meghívni, állásinterjúra behívni... (Nem kell félni, elsőre valószínűleg nem lesz tökéletes, de később átírhatod – akár többször is.)

A profil későbbi részében írhatod egy részletesebb bemutatkozást, megadhatod korábbi munkahelyeidet, iskoláidat stb. A forma kicsit kötöttebb, de a tartalom lényegében ugyanaz, mint egy önéletrajzban. Profilod (és szakmai márkád) építésének azonban itt nincs még vége. Profilodba beköthetsz prezentációkat, videókat, linkeket (például megjelent cikkekkel, blogbejegyzéseiddel), projekteket. Ha tehát van miből építkezned, profiloldalad egyben portfólió oldalaként is használható.

Szakmai márkád erősebbé válik, ha mások is megerősítik azt, amit Te magadról állítasz. Ha erős szakmai márkával rendelkező ismerőseidtől referenciát kérsz (és) kapsz, tovább erősödik szakmai márkád. (Bár a LinkedIn „endorse” (megerősítés) funkciójának értelmét, komolyságát sokan vitatják, nem mutat a profilodban rosszul, ha sokan megerősítik, hogy igenis, rendelkezel a munkádhoz szükséges fontos készségekkel.)

Csupa egyszerű dolog, nem kellenek hozzá kiegészítő eszközök, szoftverek, nem kell semmiért sem fizetni. Néhány órát kétség kívül rá kell szánnod profilod felépítésére, később is törődnöd kell annak karbantartásával, de egy olyan komplex felületet kapsz, amit nem nyugodtan vállalhatsz, bárkinek megmutathatsz.

Vágj bele!

--

[SocialDaily](#)

<http://hu.socialdaily.com/articles/2013/10/29/epitsd-fel-magad-a-linkedinnel>