

SOCIALE MEDIA

Carrière maken op Twitter, Facebook of LinkedIn

BEDRIJVEN VINDEN NIEUW PERSONEEL NIET MEER VIA DE TRADITIONELE VACATURESITES OF GEDRUKTE MEDIA, MAAR OP SOCIALE NETWERKSITES

Scheikundige of bankier – twitteren doen ze tegenwoordig allebei. Hoogopgeleiden die niet actief zijn op ten minste één sociaal netwerk snijden zichzelf in de vingers. Wie het slim speelt, heeft ongekende toegang tot personen, informatie en zeker ook: tot werk. ‘Het is een ontdekkingsreis: je moet durven experimenteren.’

Rentsje de Gruyter Foto's Marco Hillen

Harde woorden vielen er afgelopen Kerst tussen Valéri Berns en haar man Mark, toen het gesprek tijdens het familiediner op LinkedIn en Twitter kwam. ‘Onzin en tijdverspilling noemde hij de tijd die ik aan de sociale netwerken besteed,’ vertelt Berns (42), leidinggevende bij werving- en selectiebureau YER in Arnhem. ‘Hij weet me zelfs exhibitionistisch gedrag!’

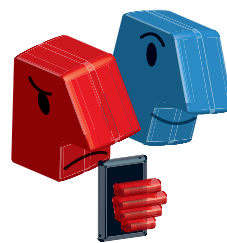
Ze vertelt het met een glimlach: sinds Kerst is er een en ander veranderd. In maart werd Mark Driessen (47) namelijk lid van LinkedIn. En allerminst slapend lid. De archeoloog, docent aan het Amsterdams Archeologisch Centrum, deinst er niet voor terug een boek over koopvaardij in de Romeinse tijd, waarvan hij co-auteur is, op LinkedIn te promoten. Dat is op een sociaal netwerk een eitje, merkte hij. Hij schreef een paar regels over het boek en LinkedIn zorgde ervoor dat die bij iedereen uit zijn netwerk terecht kwamen. Dat gaat via een mailtje (*Update* gehe- ten) waarin alle online-activiteiten en berichten van mensen uit je netwerk werden gemeld.

De archeoloog staat model voor een grote groep hoogopgeleide professionals. Het aantal leden van sociale netwerken als LinkedIn, Facebook en Twitter groeit al jaren explosief, maar recent werden ook beroepsgroepen en leeftijdscategorieën actief die nooit iets van deze online-netwerken wilden weten. Aanstellers vonden ze degenen die hun tijd verde-

den met online-gewichtdoenerij en gebabbel over niks. Maar met Driessen ontdekten velen – tot hun verbazing – dat slim gebruik van de sociale media hun zakelijke netwerk enorm versterkt en verbreedt. Dat helpt ze om professioneel beter te presteren en creëert onverwachte carrièrekansen.

Norbert Andringa (33), bankier bij de Rabobank, ging twitteren en hield daar een nieuwe klant aan over. ‘Hij zei dat hij mij als relatiebeheerder wilde omdat hij weet dat ik op woensdag met m’n kinderen een harinkje haal en op zondag rollade maak. Dat gaf hem een vertrouwd gevoel – alsof hij me een beetje kent.’

Archeoloog Driessen vond via LinkedIn een Duitse specialist die voor hem een inscriptie in een beeldje analyseerde. Dat had hij gevonden bij een opgraving bij Voorburg



Irritant online-gedrag:

- Veel meer berichtjes rondsturen dan gebruikelijk in uw netwerk
- Vloeken en schelden: alles komt harder over
- Roddelen: vaak lezen anderen ook mee

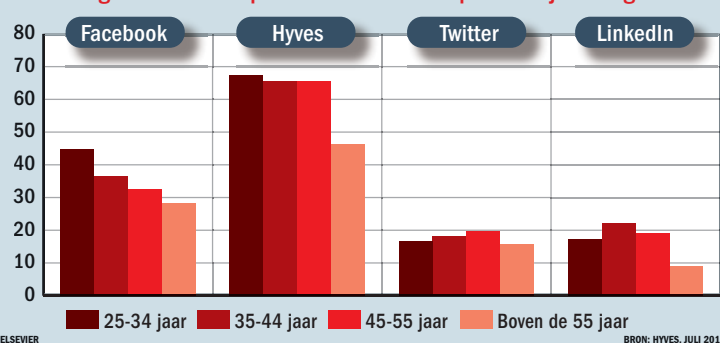
van havenresten uit de Romeinse tijd. Hij wilde graag meer over het beeldje weten voor zijn reconstructie van de haven. Op LinkedIn zag hij dat een collega deze Duitse specialist kende. ‘Dat is het grote voordeel van LinkedIn,’ zegt Driessen. ‘Via mijn netwerk krijg ik makkelijk toegang tot aan ons vak gelieerde beroepsgroepen, zoals geologen of deze Duitse dame. Zij reageren veel sneller op een berichtje via LinkedIn dan op een mailtje. Want dat komt terecht in een overvolle Outlook-box en sneeuwt al snel onder.’

Van de vier sociale netwerken die nuttig kunnen zijn voor professionals – LinkedIn, Facebook, Hyves en Twitter – vinden velen het eerste netwerk het belangrijkste. Van de tweeënhalf à drie miljoen mensen in Nederland met een hbo- of universitaire opleiding, is volgens Eugenie van Wiechen (40), directeur van LinkedIn Nederland, het merendeel lid van LinkedIn. Het netwerk overschreed hier afgelopen zomer de grens van twee miljoen leden – zevenhonderd-duizend mensen meer dan in januari van dit jaar.

De kans dat je iemand op Facebook treft, is veel groter dan op LinkedIn: wereldwijd zijn 500 miljoen mensen lid van dit sociale netwerk, tegen ruim 75 miljoen van LinkedIn.

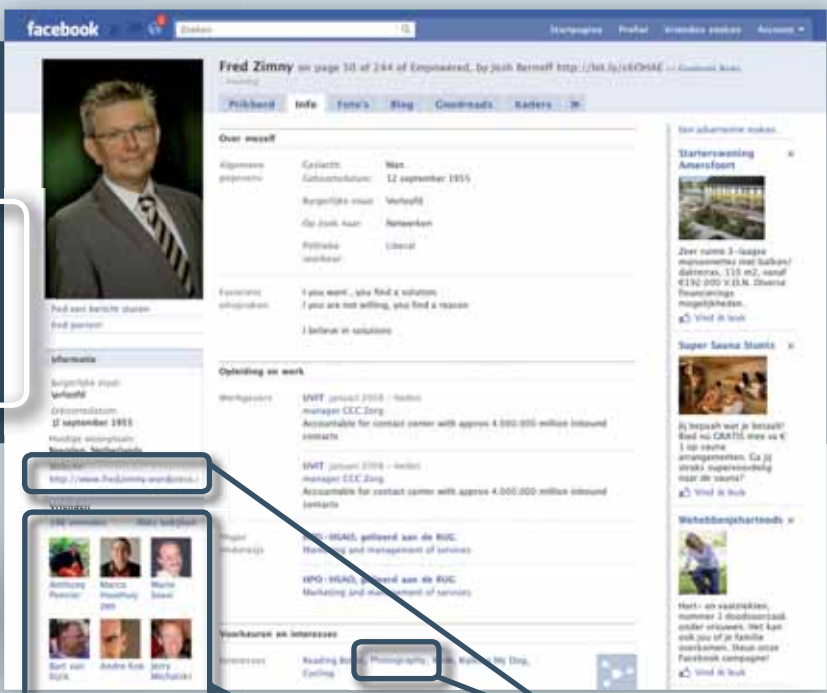
Hyves is nog altijd veruit populairst

Percentage bezoekers op sociale netwerken per leeftijdscategorie





Dit is de Facebook-pagina van Fred Zimny (55), hoofd klantenservice bij zorgverzekeraar Uvit



Louter privézaken?

Veel mensen wisselen op Facebook informele zaken uit met mensen uit hun privéleven. Dat hoeft niet: Fred's 196 *Friends* zijn uitsluitend professionals buiten Uvit, met wie hij informatie deelt over zijn vakgebied. Voor het delen van privézakens gebruikt hij Hyves, een puur Nederlands netwerk.

Tijdrovende zaak?

Fred heeft 196 *Friends* en volgt op Twitter nog eens 1.316 mensen. Toch besteedt hij naar eigen zeggen maar een half uurtje per dag aan het bijhouden van zijn vakkennis via de sociale netwerken. De online bijdragen zijn kort, anders dan in vakblad of krant, en hij selecteert streng.

Alles over fotografie

Toen Fred actief werd op Facebook, deed hij dat eerst om de aandacht te vestigen op zijn blogs over fotografie – zijn grote hobby. Daar schrijft hij maar weinig meer over. Wel prettig vindt hij het dat Facebook hem in de advertenties op zijn pagina wijst op nieuwe boeken van fotografen.

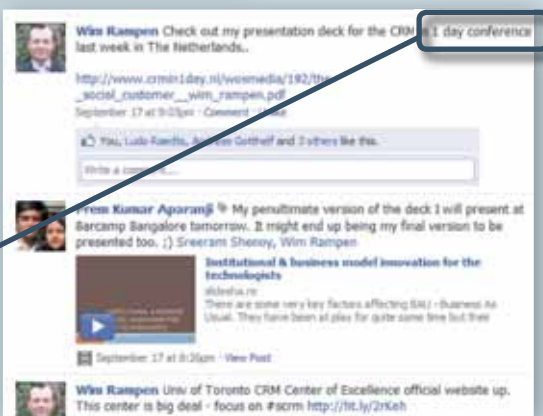


Online helden volgen

Brian Solis is volgens Fred 'een marketinggoeroe' die hij online op de voet volgt. Hij ontdekt via Facebook ook geregeld interessante bijdragen van onbekenden. Dan ziet hij dat een bijdrage veel enthousiaste reacties oproept, of commotie bij zijn *Friends*, en gaat hij het originele artikel of filmpje snel lezen.

In plaats van congres

Laatst was er een congres waar Fred niet heen kon. Veel van de presentaties, zoals deze, kwamen echter snel op Facebook of Twitter terecht. Zo is Fred snel bijgepraat.



Toch geven de meesten voor zakelijk verkeer de voorkeur aan LinkedIn. 'LinkedIn staat voor kantoor, Facebook voor een barbecue in de achtertuin,' zei LinkedIn-oprichter Reid Hoffman ooit in een interview. Daar zit wat in: Facebook is informeler dan LinkedIn en de omgangsvormen op het puur Nederlandse netwerk Hyves zijn nog losser.

De grens tussen de netwerken is echter diffuus. Veel mensen accepteren bijvoorbeeld op Facebook ook uitnodigingen van zakelijke contacten en worden zo online elkaars *Friend*, zoals dat daar heet. De meeste professionals zitten op twee of drie sociale netwerken – dan lopen zakelijke en persoonlijke contacten al snel door elkaar.

Facebook is allang niet meer iets voor jonkies. De gemiddelde leeftijd neemt, zoals eerder al in de Verenigde Staten, sterk toe. Van de Amerikaanse leden is ruim de helft tussen de 35 en 44 jaar, in Nederland gaat het ook die kant op. Mensen die voor hun werk veel internationale contacten onderhouden, zweren vaak bij Facebook. Zoals Steven Verjans (42), universitair docent *e-learning* aan de Open Universiteit. 'Ik heb op veel plekken gewerkt. Via Facebook volg ik oud-collega's.' Fred Zimny (55), hoofd klantenservice bij zorgverzekeraar Uvit, gebruikt Facebook zelfs uitsluitend professioneel.

Voor de gevaren van de informele manier van communiceren op Facebook en Hyves is vaak gewaarschuwd: potentiële werkgevers treffen er weleens vrijmoedige foto's aan van sollicitanten in topless of dronken staat. Maar het losse karakter kan ook tot voordeel strekken. 'Ik pols zakelijke ideeën soms via mijn



Pluspunten Facebook

- Veruit het grootste internationale netwerk
- Op Hyves na grootste netwerk in Nederland, met iets ouder publiek
- Vele opties om te reageren op berichten

Friends op Facebook,' zegt Martine Verweij, consultant bij adviesbureau Squarewise. 'Zij kennen me allemaal privé en zijn bereid met me mee te denken. We vertrouwen elkaar, op een andere manier dan mensen die je alleen zakelijk kent.'

Sinds 2006 is er nóg een netwerk: Twitter, medium der microblogs van maximaal 140 tekens per *tweet*, zoals een aan je volgers (*Followers*) gestuurd berichtje heet. Cijfers ontbreken, maar ook op dit netwerk wordt het steeds drukker. Het gebruik van Twitter is nog niet zo wijdverbreid als dat van

LinkedIn en Facebook, maar het is niet meer zo dat louter marketeers, ict'ers, politici en Bekende Nederlanders Twitter domineren.

Grootste banenpool

Zo hebben kleine zelfstandigen en mensen uit de zakelijke dienstverlening het netwerk helemaal ontdekt. Zij vinden via Twitter nieuwe klanten voor hun diensten en producten, en ook zakenpartners. Veel scheikundigen die fundamenteel onderzoek doen, zijn dol op Twitter. Zij gooien hun voorleken onbegrijpelijke formules op Twitter als ze vastlopen of snel commentaar op berekeningen willen van vakgenoten.

Wie hoogopgeleid is en niet lid van ten minste één sociaal netwerk, snijdt zichzelf in de vingers. Tegenwoordig staan er meer – en andere – banen op LinkedIn en Twitter dan op vacaturesites. Werving- en

selectiebureaus, headhunters, werkgevers en kleine zelfstandigen maken gretig gebruik van sociale netwerken om geschikte kandidaten te vinden voor werk dat ze in de aanbieding hebben. Dat werk varieert sterk in vorm: op sociale netwerken wordt gezocht naar kandidaten voor vaste dienstverbanden, tijdelijke banen én freelanceklussen.

Bij YER in Arnhem, waar Berns werkt, zoeken consultants eerst in de interne database naar geschikte kandidaten. Daarin staan mensen die zich ooit bij YER meldden voor werk en degenen voor wie het bureau bemiddelde. Sinds 2009 worden alle vacatures ook op sociale netwerken gezet. Standaard op LinkedIn en Twitter, soms ook op Facebook of Hyves, waar jongeren rond hun tiende al lid van worden, vóór ze op Facebook gaan. Onder meer bij startersfuncties zet YER Hyves en Facebook regelmatig in – en bij banen waarvoor het aantal kandidaten schaars is.

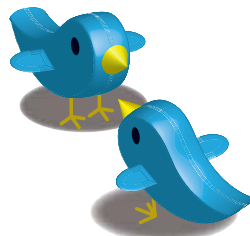
Recruiters gebruiken vaak liever sociale netwerken als wervingsinstrument dan vacaturesites, kranten en tijdschriften – vroeger toch hét medium voor personeelsadvertenties. 'Ik kan een vacature wel in de *Volkskrant* zetten, maar dat werkt zo traag,' zegt Noël Benítez, een collega van Berns die voor YER in Eindhoven bemiddelt bij tijdelijke vacatures in online marketing. Van vacaturesites maakt zij amper gebruik. Dat kost tijd en geld, en Twitter is gratis. Recruiters zijn vooral fan van sociale netwerken omdat zij daar mensen met een baan bereiken, legt Berns uit. 'We zijn geïnteresseerd in latent zoekenden, die niet actief op zoek zijn naar werk. Die zitten niet op Monsterboard.'

Ook werkgevers en werknemers maken vaak melding van vacatures op sociale netwerken. Dat doen zij vooral via Twitter en in de groepen (*Groups*) op LinkedIn waar vakgenoten actief zijn. Zo'n bericht staat daar vaak het eerst op. 'Mensen die mij op Twitter en LinkedIn volgen, hebben een voorsprong van dagen tot weken,' zegt Verjans. 'De website van de Open Universiteit werkt traag en meldt vacatures veel later dan ik.'

In LinkedIn-groepen wisselen leden kennis en ervaringen uit over gedeelde vakgebieden of gezamenlijke liefhebberijen. Voor wie goed zoekt, kunnen ze een waardevolle bron van informatie zijn. Er zijn ontelbare groepen; organisaties zetten ze ook zelf op om zich te profileren. Werkgevers als ING, Philips en Achmea hebben eigen groepen. Martine Verweij onderzocht dit jaar mede via LinkedIn of het haalbaar was voor haar werkgever om een vestiging in Turkije te openen. Ze traceerde Nederlandse bedrijven die er al

Handig aan Twitter

- Meestal krijg je sneller reacties dan elders
- Vaak de eerste plek waar vacatures staan
- Informeel contact leggen is erg makkelijk



Liever niet die vervelende collega

Iedereen toelaten tot online-netwerk heeft zo zijn nadelen

Prangende vraag voor wie op Facebook, LinkedIn of Twitter zit: hoeveel mensen omvat mijn netwerk idealiter? Ofwel, hoeveel *Friends*, *Connections* of *Followers* moet een professional hebben? Wie antwoord op die vraag wil, dient zichzelf eerst een andere vraag te stellen: wat wil ik bereiken via mijn online-netwerk?

Wie van plan is zijn netwerk te vragen om introducties bij hún netwerk, wordt geen *Friends* met vage bekenden – hen vraag je niet makkelijk om een gunst. Stelregel van LinkedIn-trainer Jan Vermeiren

is dat hij mensen pas toelaat tot zijn netwerk als 'ik ze ten minste tien minuten heb gesproken en ik me ze herinner'. Hij stelt zichzelf altijd nog een tweede vraag: 'Wil ik deze persoon wel met mijn netwerk in contact brengen?' Wil hij dat niet, bijvoorbeeld omdat hij geen hoge pet op heeft van de kwaliteiten van de persoon in kwestie, dan reageert hij niet op diens verzoek.

Wie vooral informatie op zijn vakgebied wil uitwisselen, hoeft mensen uit zijn netwerk niet te kennen. Dat komt vanzelf: wie iets interessants leest op iemands pagina, post vaak een reactie. Ook op Twitter gelden geen strenge selectie-eisen: slechts een enkeling heeft een besloten pagina, van de rest kun je de *tweets* zo volgen.



Dit is de Twitter-pagina van **Norbert Andringa** (33), bankier bij Rabobank in de regio Zwolle

Niet alles is boeiend

Veel tweets zijn mini-dialogen tussen twee mensen. Verwacht dus niet dat ze u stuk voor stuk boeien. Wie tweets over bepaalde onderwerpen wil volgen, kan Twitter automatisch op steekwoorden laten zoeken, met het teken # (hashtag). Die worden dan voor u verzameld.

Lijstjes voor van alles

Wie veel mensen volgt, krijgt dagelijks honderden tot duizenden tweets. Breng de personen die u volgt onder in lijstjes (Lists) met een onderwerp-aanduiding, zoals Norbert doet. Daar gaan de tweets dan automatisch naartoe. Nieuwe klant of hobby? Maak dan een nieuwe lijst aan.

Apple-verslaafd

In de Bio passen weinig woorden. Kies steekwoorden die uw beroep en specialisme helder duiden. Vergeet ook het persoonlijke vleugje niet. Zo noemt Norbert zichzelf Apple-verslaafd en Terschelling-ganger. Dat breekt het ijs bij mede-twitteraars en zorgt voor soepel, informeel contact.

Alles van #UPC uitgevallen telefoon, internet, tv en radio. Dat is het nadeel wanneer je alles bij 1 provider hebt #fail
 18 minutes ago via Twitterfator

Vanochtend zei mijn dochter al, papa we gaan toch wel een visje halen vandaag. Mooi hè (@Markt)
<http://4sq.com/a73DxU>

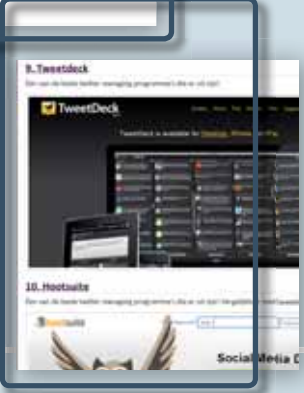
Hoe privé moet het?

Norbert tuitert heel bewust over zijn privéleven: zo verkleint hij de afstand tussen hem en potentiële klanten. De namen van zijn kinderen noemt hij expres niet: dat vindt hij té persoonlijk. Ook zijn tweet over een vastgelopen pc geeft volgers het gevoel dat ze hem persoonlijk kennen.

25 Nieuwe twitter tools om je twitter account te managen
tomwierper.nl/2010/08/23/tip...
 about 22 hours ago via Twitterfator

25 tips van twitterkampioen

Twitteraars zijn erg behulpzaam voor mede-twitteraars. Ze sturen ook vaak tips rond, zoals deze van twitterkampioen Tommy Wierper. Hij geeft hier uitleg over software als TweetDeck en Hootsuite, die overzicht creëert in bergen tweets, en over woordenboek *Twittonary*.



Twitterend Zwolle
 Slim initiatief van netwerker pur sang Norbert: in *The twitterend-Zwolle Daily* worden tweets van Zwollenaren uit zijn netwerk dagelijks gebundeld in dit online-buurtkrantje.

<http://4sq.com/a13DxU>
 about 3 hours ago via Twitterfator

The twitterend-Zwolle Daily is out! <http://bit.ly/bg5H6f> • Top stories today by @mwoldberg @Royalty @carlijnpostma @erwinbok @Wietmaj



Overweldigd door de sociale media

Hoe voorkomt u een overdosis aan informatie en berichten?

Bang om te worden overspoeld met informatie op Twitter, Facebook of LinkedIn, en daarom niet actief? Op sociale netwerken wordt continu heen en weer gecommuniceerd en is er een voortdurende stroom van berichtjes. Een valkuil is te denken dat u alles moet bekijken of lezen. Socialemedia-expert Carlijn Postma: 'Beschouw wat er online gebeurt als een rivier die blijft stromen. Volg die alleen als je tijd hebt of zin. Kijk dan wat er is gebeurd en pik eruit wat interessant is.'

Overzicht houden, kan ook met (gratis)

software, zoals TweetDeck en HootSuite voor Twitter. Daarmee kunt u berichten indelen op onderwerp. Op LinkedIn kunt u instellen hoe vaak u per mail wordt bijgepraat over de online-activiteiten van uw netwerk. Kijk hoe zinvol deze updates zijn en stem de frequentie daarop af. Updates van Twitter, LinkedIn en Facebook kunt u ook allemaal laten binnenkomen in uw gewone mailbox, die berichten automatisch – op onderwerp – doorsluis naar mappen.

Tweede tip: begin met één netwerk en ga niet tegelijk op Facebook, LinkedIn én Twitter zitten. Recruiter Valéri Berns: 'Kies het medium waar je netwerk het actiefst is, leer dat goed kennen en ga pas dan iets doen op een tweede netwerk.'

zaten en nam contact met ze op. Ook werd ze lid van groepen als *Turkish Talents* en *Turkish Business Network* en kwam zo in contact met Turkse adviseurs die vertelden welke eisen Turkse klanten aan adviseurs stellen. Op sommige online-contacten volgden ontmoetingen. Een essentieel vervolg, want online netwerken werkt pas als je het combineert met ouderwets offline netwerken, zegt Jan Vermeiren, auteur van *Hoe LinkedIn nu ECHT gebruiken*. 'Mensen vertrouwen je pas echt als ze je in de ogen hebben gekeken en je iets gezamenlijk hebt ondernomen – al is het maar een lunch,' aldus de Belg, voor wiens cursussen over LinkedIn het stormloopt.

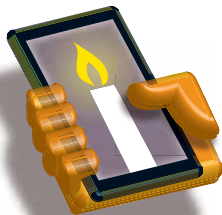
Het perfecte profiel

Interessante groepen op LinkedIn, Facebook of Twitter zoeken, is om nóg een reden de moeite waard. Recruiters en werkgevers kijken, in hun eeuwige zoektocht naar goede kandidaten, voortdurend wie actief is in de relevante groepen op vakgebieden. 'Op LinkedIn kijkt 90 procent van de leden alleen maar mee in groepen en 10 procent reageert,' zegt Vermeiren. 'Als je zichtbaar wilt worden, moet je dus actief meediscussiëren en je kennis en kunde etaleren,' aldus Vermeiren.

Recruiters zijn gek op het volgen van groepsdiscussies. Die geven een persoonlijker beeld van kandidaten dan hun LinkedIn-profiel. 'Mensen laten in hun profiel te weinig zien waarvoor ze warmlopen en wat hun ambities zijn,' zegt Berns. Uit groepsdiscussies kan ze soms aflezen hoe iemand denkt, communiceert of problemen oplost.

Wie wil worden ontdekt door recruiters,

Wat doen na de dood?
Nabestaanden kunnen een pagina laten afsluiten of omzetten (Facebook): dan kan niemand meer inloggen, maar wel condoleances achterlaten.

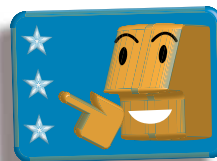


moet voor een uitgebreid profiel op LinkedIn zorgen – zo een waar niet alleen de laatste twee banen op staan. Berns: 'Zo'n profiel moet meer zijn dan een standaard-cv. Er hoort ook een foto bij en een persoonlijke toelichting per baan.' Hoe uitgebreider de gegeven informatie, hoe liever het haar is. Als Berns van twee kandidaten er een moet voordragen aan een werkgever, kiest ze meestal voor degene van wie ze het meeste weet.

Hoe vollediger iemands profiel op LinkedIn of Facebook, hoe hoger hij ook opduikt op de lijst met zoekresultaten. Zo werkt dat bij zoekmachines als Google en bij de uitgebreide zoekfunctie (*Advanced Search*) op LinkedIn. LinkedIn-directeur Van Wiechen pleit ook voor meer aanbevelingen (*Recommendations*). Daarin zetten (oud-)collega's, chefs, klanten en andere zakelijke contacten uiteen wat iemands kwaliteiten zijn.

'Dat maakt iemands beeld van jou completer en persoonlijker,' zegt Van Wiechen. 'Nederlanders snappen de kracht van aanbevelingen niet goed – die vinden ze vaak te Amerikaans. Maar het werkt wel: als ik iemand aanbeveel, krijgen zijn netwerk én mijn netwerk dat onder ogen. En zo komt die persoon bij een grote groep op het netvlies.'

Goed op LinkedIn-profiel
Visuele presentatie van werk, zoals filmpjes
Per baan korte, persoonlijke toelichting
Drie aanbevelingen en een foto



Zorg voor ten minste drie aanbevelingen, raadt Van Wiechen aan. Wie zeggenschap wil hebben over de tekst in de aanbeveling, kan voorstellen 'een kladje' te maken, zegt trainer Vermeiren. 'Maar het komt snel dwingend over. Breng de suggestie dus wel subtiel.' Ook voor een profiel op Twitter (*Bio* geheten) bestaan regels. De beschikbare ruimte is erg beperkt, en dus is het belangrijk de juiste steekwoorden te kiezen, zegt Carlijn Postma, auteur van het boekje *Zakelijk twitteren voor beginners*. Ook omdat Twitters zoekmachine zich baseert op de woorden die voorkomen in profielen.

De etiquette op Twitter schrijft voor dat *Bio* en *tweets* een mix van persoonlijke en zakelijke informatie bevatten. 'Niks persoonslijks melden is niet slim,' waarschuwt Postma. Dat hoeft ze bankier Andringa niet te vertellen: 'M'n *tweets* moeten de afstand verkleinen tussen mij en potentiële klanten. Daarom schrijf ik ook over mijn kinderen. Al noem ik hun namen niet. Dat is te privé.'

De juiste toon treffen en schrijven over onderwerpen die de beoogde lezer aanspreken – dat is het moeilijkst. Wat slaat aan, wat niet, wat irriteert en wat niet? Standaardregels ontbreken. Wat in het netwerk van de een absoluut niet kan, wordt gewaardeerd in dat van een ander. Wie online actief is, moet dus nauwkeurig nagaan wat het effect is van zijn bijdragen. 'Het is een ontdekkingsreis: de sociale media zijn continu in ontwikkeling en veranderen,' zegt Verweij. 'Je moet dus durven experimenteren, dingen uitproberen.'

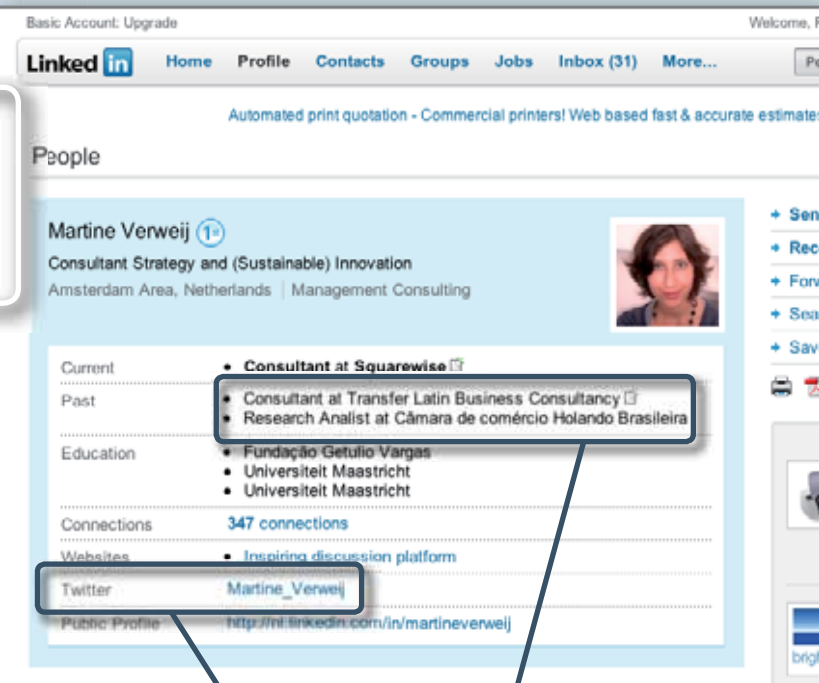
Zij begint op LinkedIn in groepen vaak discussies. 'Maar soms komt er nul reactie op een vraag. Daar denk ik dan wel over na.' Steven Verjans besloot zijn *tweets* niet meer automatisch te laten binnenkomen op zijn Facebook-pagina. 'Ik houd op privé-vrienden te spammen met werkgerelateerde zaken,' schreef hij half september online. Hij nam die beslissing nadat hij diverse malen kritisch was aangesproken op zijn Engelstalige *tweets*, gepost vanaf congressen. Die bleken niet te volgen te zijn voor niet-collega's.

Te persoonlijke stukjes, foto's of filmpjes vormen ook een risico. Wie vaak online is, vergeet makkelijk dat wat hij schrijft, zichtbaar is voor al zijn contacten – *Friends* op Facebook, *Connections* op LinkedIn en *Followers* op Twitter. Voor dat probleem heeft elk netwerk eigen oplossingen. Iemands pagina op Facebook en Twitter kan (deels) worden afgeschermd en via Twitter kan een *Direct Message* worden gestuurd

– die ziet alleen de geadresseerde. Maar wie de online-gevolgen vreest van een openhartige stemming of het beu is steeds op zijn hoede te zijn, kan beter met een vriend afspreken in zijn stamcafé om de hoek. ■



Dit is de LinkedIn-pagina van: **Martine Verweij** (27) Consultant bij Squarewise

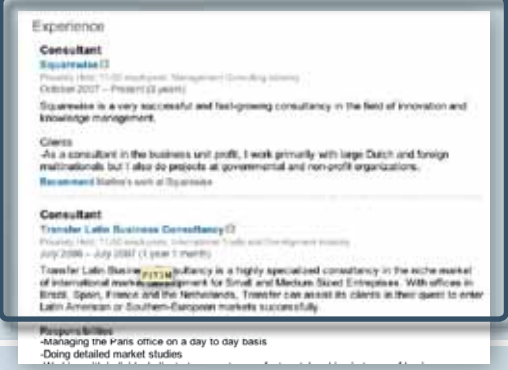
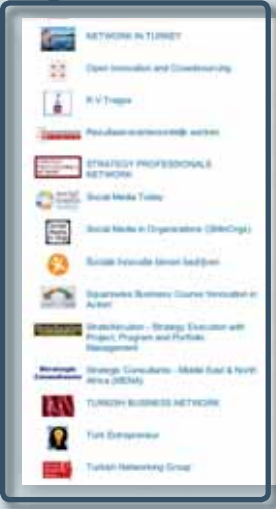


Hallo, ik twitter ook!
Martine twittert. Wie hier klikt, komt uit op haar Twitter-pagina. Ze koos ervoor haar tweets niet door te schakelen naar haar LinkedIn-pagina. Wie dit wel doet: check of uw tweets interessant zijn voor uw LinkedIn-contacten, en niet thema's aanroeren die hen niet interesseren, en dus irriteren.

Welke taal kies je?
De meeste profielen – zoals die van Martine – zijn in het Engels geschreven. Helaas is dat vaak steenkolen-Engels. Wie geen internationale contacten hoeft te onderhouden, kan ook Nederlands kiezen als voertaal. Dat lezen de meeste mensen liever.

Opschepperij of niet?
Op Martines profiel ontbreken aanbevelingen van (oud-)collega's of bazen die haar sterke kanten opnoemen. Is zo'n *Recommendation* opschepperig? Nee. Wel geven ze extra, persoonlijke informatie over u, waar recruiters dol op zijn.

Zijn Groups nuttig?
De kunst is om uit de ontelbare groepen juist die eruit te pikken waar vakgenoten interessante discussies voeren. Martine volgde en initieerde discussies in groepen van Turkse ondernemers, adviseurs en recruiters en onderzocht zo of het zinvol was voor haar werkgever om een vestiging in Turkije te openen.



Vermeld al uw banen
Veelgemaakte fout: profielen die alleen de laatste paar banen vermelden. Tip van recruiters: wees volledig en vertel van elke baan ook waarom hij leerzaam was en u boeide.