

Kako narediti prepričljiv LinkedIn naslov (Headline)

LinkedIn profesionalni naslov (ang. Headline) je eden najpomembnejših delov profila, a vendar mnogokrat prezrt. Vaš naslov je ena od prvih stvari, ki jih bo kadrovnik videl, ko bo iskal kandidate. Vaš cilj je ustvariti privlačen naslov, ki bo bralce pritegnil v nadaljnje branje vašega LinkedIn profila. To je razlog, zakaj je tako pomembno, da je naslov privlačen, saj lahko sproži radovednost in vodi do novih priložnosti! Pomislite na časopisne naslove, kako bi pridobili pozornost? Čeprav ni nujno, da vaš LinkedIn naslov vključuje naziv delovnega mesta, bi pa moral odražati vaše strokovno področje in vrednost, ki jo prinašate. Obstajata dva dela prepričljivega naslova: ključne besede in vrednostna ponudba.

Ključne besede

Ključne besede so pomembne besede, ki jih bo kadrovnik uporabil pri iskanju ustreznih kandidatov na LinkedInu. To pomeni, da boste želeli vključiti ustrezne ključne besede, ki se ujemajo z industrijo ali področjem, s katerim se ukvarjate.

Ker je vaš prostor omejen na največ 120 znakov, vam priporočamo, da omejite ključne besede na 3. To vam bo pustila več prostora, da dokažete svojo vrednost.

Na primer, če ste v marketingu, lahko uporabite naslednje ključne besede:

- strategija
- analiza trženja
- promocije
- pisanje besedil
- vodenje oglaševalskih akcij

Naloga: Razmislite katere ključne besede bi kadrovnik uporabil za iskanje talentov v vašem poklicu. Oglejte si LinkedIn profile drugih strokovnjakov v podobnih položajih.

Vrednostna ponudba

To je pomemben del vašega LinkedIn naslova, saj oglašuje za kaj ste usposobljeni in povzema kakšne izkušnje imate. Ključno za ta del je, da ste jedrnat. Na primer, če imate certifikat za vodenje projektov, je lahko vaša vrednostna ponudba, da ste "Strokovnjak za vodenje projektov". Alternativa uporabe besede "strokovnjak" je, da vključite rezultate, ki jih lahko ustvarite z vašim strokovnim znanjem. Še nekaj primerov:

- Strokovnjak digitalnega marketinga
- Izboljšanje učinkovitosti
- Svetovalec uprave
- Povečanje prodaje in dobičkonosnosti
- Strateg družbenih medijev
- Omogoča ljudem, da dosežejo svoj polni potencial
- Strokovnjak trženja končnim porabnikom

Tisti, ki ste še vedno študenti, morda ne boste imeli izkušenj, ki jih potrebujete, da si rečete "strokovnjak", in to je v redu! Z namenom, da se še vedno prikažete v ključnih besedah iskanja, dodajte fraze "ambiciozen", "s strastjo za" ali "strasten o". Na primer:

- **ambiciozen digitalni tržnik**
- **strasten o pisanju besedil in urejanju**
- **S strastjo za trženje končnim porabnikom**

Sestava obeh delov

Sedaj, ko imate vaše ključne besede in vrednostno ponudbo, je vse, kar morate storiti, da ju sestavite skupaj v jedrnat in privlačen naslov, ki bo optimiziral vaš LinkedIn profil. Gremo!

Izberimo tri ključne besede: strategija, promocije in vodenje oglaševalskih akcij.

In eno vrednostno ponudbo: Strokovnjak trženja končnim porabnikom.

Kaj imamo sedaj?

Strokovnjak trženja končnim porabnikom s poudarkom na strategiji, promocijah in vodenju oglaševalskih akcij.

Za študente:

Ambiciozen tržnik končnim porabnikom s strastjo za strategijo, promocije in vodenje oglaševalskih akcij.

To je vse, kar morate narediti! Ni vam treba ostati poročen s to formulo. Lahko jo spreminjate in dodate nekaj kreativnosti v svoj profil, ter tako izstopate od ostalih. Tukaj je nekaj bolj privlačnih naslovov na LinkedInu, ki so pritegnili našo pozornost:

Tržnik | Analitičen | S strastjo za tehnologijo | Ustvarjam zmagovalne izdelke in marketinške akcije
Strateg za osebne znamke, ki priskrbi vodjem podjetij tehnike, s katerimi bodo povečali vrednost njihove blagovne znamke in dosegli poklicni uspeh

Vodenje gradbenih projektov | Kvalificiran pogajalec | Navdušenec nad poslovnimi nepremičninami in arhitekturo

Uveljavljen Vodja na področju trženja in razvoja z več kot 13 leti izkušenj | Tehnologija, Družbeni mediji & SEO / SEM iznajdljivost | Vodja ekipe

Končen nasvet za iskalce zaposlitve

Odličen način da pokažete, da iščete novo delovno mesto je, da to vključite v vaš naslov. Pri tem se skušajte izogniti stavka "iščem nove priložnosti." Bolj natančni kot ste, tem bolje. Veliko bolj učinkovito bi bilo, če napišete, da iščete določene priložnosti v posamezni dejavnosti:

Ambiciozen tržnik končnim porabnikom išče nove priložnosti v strategijah, promocijah in vodenju oglaševalskih akcij.