

LinkedIn Profiel Inrichten In 18 Stappen

Wat we gaan doen in deze video:

- We gaan je LinkedIn Profiel Funnel opzetten;
- We gaan je instellingen geven om meer bereik te krijgen;
- We gaan zorgen dat alles er netjes uitziet & er niks meer 'lekt';
- En nog veel meer...

Je hebt op dit punt af:

- ☐ Offer, mechanisme, niche.
- ☐ Branding Strategie.
- ☐ Globale pitch.
- ☐ Kopregel.
- ☐ Paradigms.

Zo niet? Bekijk de vorige video's.

Doelen van je LinkedIn profiel:

- Jouw doelgroep de 7 uur aan content van je laten kijken;
- Jouw doelgroep overtuigen van jouw methode;
- Netwerken met grote ondernemers;

Je LinkedIn Profiel Opzetten:

1. **Offer & Mechanisme:** Het is onmogelijk om je profiel in te stellen als je nog twijfelt over je niche, offer & unique mechanism. Bekijk die eerst.
2. **Paradigm Shifting:** Als je vervolgens jouw offer & mechanisme hebt. Dan weet je welke paradigms er geshift moeten worden in je profiel. Het grote paradigm richting jouw mechanisme & alle kleine die daarbij komen.
3. **Bezwaren:** Je weet welke bezwaren jouw ideale klanten hebben. En ontkracht die ook met jouw content.

De Eerste Indruk vanaf buiten:

4. **Profielfoto:** Zorg ervoor dat dit een professionele foto is. Clean. Waarin je bij voorkeur of autoriteit uitstraalt of in de camera lacht. Laat anderen je foto altijd beoordelen, want het is wetenschappelijk bewezen dat we dat zelf niet kunnen. Doe een shoot als je geen goede foto's hebt bij Isabella Verduyn.
5. **Kopregel:** Het belangrijkste onderdeel van jouw profiel. Dit leest iedereen in de feed voor ze jouw post lezen. Besteed hier veel tijd aan en verzin dit goed.
6. **Je Gender:** Daar kun je invullen dat je zelf een bepaald type consultant bent voor extra info. Doe dit alleen als dit relevant is.

De Eerste Indruk bij binnenkomst:

7. **Creator Mode:** Wanneer je vaker dan 2 keer per week post, is het voordelig om creator mode aan te zetten op LinkedIn voor bereik. Dit doen we dus. Het brengt ook meerdere mogelijkheden met zich mee, zoals dat we een linkje in onze bio kunnen zetten naar onze website.

UPDATE: LinkedIn heeft de Creator Mode inmiddels uitgeschakeld. Deze functie is niet langer beschikbaar.

8. **Banner in combinatie met kopregel & link:** Hier vul je een aantrekkelijke marketing boodschap in, in combinatie met een CTA naar je linkje.
9. **Link in bio:** Richting een kort kennismakingsgesprek werkt goed. Richting je funnel voor e-mail adressen kan ook. Zorg dat de banner er op aansluit.

UPDATE: Tot 1 juni 2025 kon je een link toevoegen aan je bio. Als je dit vóór die datum al had gedaan, blijft de link gewoon zichtbaar op je profiel. Heb je dit nog niet gedaan? Bekijk dan [deze video](#) om te zien hoe je alsnog een aangepaste knop toevoegt aan je LinkedIn profiel.

De Verdieping:

10. **Vastgezette Posts:** Hierin verwerk je alle grote paradigms & ontkracht je de bezwaren. En je linkt door naar twee stappen in je volgende funnel. En ze zijn ook in jouw merkstijl.
11. **Info stuk over jou:** Hierin doe je hetzelfde als in de vastgezette posts. Je bevestigt alles & betreedt de conversatie in de gedachten. Hierin laat je bij voorkeur datapunten zien van je vorige successen.
12. **Company Page Info:** Hierin geef je een extra omschrijving van wat je doet. Een extra stuk met hetzelfde doel: mensen verder overtuigen. Heb je vorige relevante ervaringen? Maak er een hero's journey van.



Overige Instellingen:

13. **Skills / Onderschrijvingen:** Hierin kunnen anderen jouw eenvoudig onderschrijven voor bepaalde vaardigheden voor autoriteit. Ook goed voor vindbaarheid via LinkedIn SEO.
14. **Reviews:** Geweldig voor extra traffic & autoriteit.
15. **Certificaten & Opleidingen:** Voeg ze toe als ze bijdragen. Niet alle certificaten.
16. **Company Pagina:** Plaats er af en toe relevante content op. Wij doen het meeste met ons persoonlijke profiel, omdat dat meer bereik krijgt.
17. **Persoonlijke Url:** Deze passen we aan op een nette manier.
18. **Career:** Zo zie je wie jouw profiel bekeken heeft.

Overige Tips

Je Profielfoto:

- Zorg dat dit een professionele foto is.
- Kijk & lach bij voorkeur in de camera.
- Laat anderen je foto beoordelen door anderen. Zelf kun je niet zien welke foto's het beste zijn.
- Fotoshoots bij [Isabella Verduyn](#) raad ik aan. Ook voor de rest van je content is dit belangrijk.

Je Banner / Achtergrond:

- Hierin kun je of verduidelijken wat je aanbiedt, of autoriteit tonen door een banner toe te voegen waarin je bijvoorbeeld aan het spreken bent of logo toevoegt.
- Hierin beschrijf je exact wat je voor jouw ideale klanten kan betekenen in hun eigen taal. Jouw belofte zet je hier neer.
- Maak hier een aanvulling op je profielfoto. Wij hebben eventueel een designer die banners goed kan maken.

Link in Bio:

- Zet daar Calendly neer of verzamel e-mailadressen.
- Calendly goed instellen leg ik je uit in een andere video uit deze module.

Je Bio / Omschrijving:

- Deze gebruiken we om potentiële klanten die doorscrollen te informeren en overtuigen van jouw methode.
- We focussen hier vooral op jouw methode. Voor veel mensen is dat namelijk de grootste bottleneck. We laten zien dat jouw methode hen naar hun gewenste situatie toe kan brengen met bewijs.
- We funnelen mensen vervolgens door naar de DM, call of een Funnel.
- Let op dat je dit in je eigen tone of voice neerzet. Hetzelfde als je posts.
- Benoem hierin je ervaring kort met datapunten. Bijvoorbeeld:

Voorbeeld van Datapunten:

In de afgelopen jaren heb ik 78 managers en directeuren gecoacht.

Ze geven aan dat hun belangrijkste coachvraag zich dankzij het coachtraject heeft ontwikkeld van een 3 naar een 9.

Tevens geven ze aan de 'winst' die ze hebben behaald weinig te maken heeft met slimmer of harder werken, maar veel meer met inzicht in hun blinde vlekken.

En 'last but not least' waardeert 98% van deze managers en directeuren het coachtraject met een 4.8 op een schaal van 0 tot 5 sterren.

Dit zijn resultaten waar ik superblij mee ben.

Voorbeeld 2 van datapunten van een marketing bureau:

- Onze Adspend: €3.5M
- De opbrengst: €15M

Je Vastgezette Posts:

- Deze posts lezen geïnteresseerden op jouw profiel het meeste. Dit is een van de functionaliteiten die ik het beste vind aan LinkedIn.
- Bekijk hier vooral wat jouw sterke punt zijn en het is dus ook opnieuw afhankelijk van jouw klantreis. Wat waren belangrijke stappen?
- Case Studies zijn altijd goed. Klantinterviews of video testimonials bijvoorbeeld. Maar je eigen transformatie bijvoorbeeld ook om een connectie op te bouwen.
- Je kan hier ook linkjes neerzetten. (Uitleggen hoe)

Overige Zaken op LinkedIn:

- Kies een aantal vaardigheden uit die op dit moment relevant zijn. Het is vooral voor vindbaarheid in de LinkedIn zoekbalk.
- Hetzelfde met licenties & certificaten. Als ze relevant zijn upload je ze en voeg je ze toe.
- Ook voor werkervaring geldt dit. Als je nog geen bedrijfspagina hebt, maak die dan even aan zodat er een logo staat op je profiel. Wel zo professioneel.
- Koop het goedkoopste pakket van LinkedIn, zo kun je zien wie je profiel heeft bekeken en die mensen toevoegen. Voor mij meer dan waard. Hij is soms 20,- per maand als je hem via de computer aanschaft.