

# Téma 3: Jak proměnit svůj LinkedIn profil v prodejní nástroj

V zásadě jde o to, upravit váš profil tak, aby společně s vámi prezentoval i výrobek nebo službu, kterou nabízíte, a tím vytvářel prostor pro navazování nových obchodních kontaktů.

Následující řádky shrnují několik tipů, které se mi osobně osvědčily. Jsou určeny zejména těm, pro které je hledání nových klientů a udržení dlouhodobého vztahu s těmi stávajícími denním chlebem.

## Sedm tipů, jak upravit svůj LinkedIn profil tak, aby prodával

Než začneme, je třeba si vysvětlit pár pojmů z online marketingu.

Váš profil se totiž dá optimalizovat pro vyhledávače, stejně jako třeba webové stránky vaší společnosti. V praxi to znamená, že pokud vyberete ta správná klíčová slova a dáte si se svým profilem trochu práce, mohou jej vyhledávače (Google, Seznam nebo interní vyhledávání na samotném LinkedIn) vyhodnotit jako velmi kvalitní a nabídnout jej vašemu „budoucímu“ klientovi, který se zrovna potlouká po internetu a hledá dodavatele, na předních pozicích ve vyhledávání.

### 1. Mluvte na svou cílovou skupinu

Prvním krokem je najít ta správná klíčová slova, tedy slova a slovní spojení, která lidé na internetu vyhledávají a týkají se vašeho businessu.

Dobrou inspiraci najdete u svých stávajících zákazníků. Vyberte několik z nich a zkuste se s nimi poradit, jaká slova by při vyhledávání vaší firmy použili. Pokud najdete shodu, jste na dobré cestě. Jakmile budete mít seznam vítězných slov, doplňte s nimi váš profil.

#### Titulek a shrnutí

Začněte se samotným titulkem. To je totiž jedna z částí, odkud si vyhledávače berou informace o vašem profilu a nemělo by tedy zůstat pouze u názvu pozice. Je sice skvělé, že zastáváte pozici Sales nebo Marketing manažera, ale podle toho vás potencionální klienti nenajdou. Využijte proto klíčová slova definující váš business a doplňte krátké chytlavé vysvětlení.

Úplně stejně je na tom i část pro shrnutí. Proto i zde použijte klíčová slova, kde se dá.

- Začněte krátkým shrnutím, kde vysvětlíte, čím se doopravdy aktuálně zabýváte a co je podstatou vašeho produktu.
- Následně v několika větách návštěvníkovi vysvětlete, v čem mu můžete pomoci.

- Pokud máte referenční partnery, připojte jejich názvy. Zvýšíte tak kredibilitu vašeho profilu.
- Neměl by chybět kontakt pro případ, že by vás chtěl klient ihned oslovit.
- Na závěr vyjmenujte všechna klíčová slova, která jste vybrali.
- Skvělé je přiložit nějaký interaktivní materiál, který by blíže vaši společnost představil. Třeba video na YouTube nebo online prezentaci.

## 2. Přemýšlejte o svém profilu jako o stránce v novinách

Když už se vám podaří potenciálního zákazníka dostat na váš profil, máte asi 2,5 vteřiny, abyste na něj udělali dobrý dojem. Tolik času totiž trvá, než se většina lidí rozhodne, zda je mu protějšek sympatický, či nikoli. Vy mu samozřejmě sympatičtí být chcete, a proto by měla být první část vašeho profilu perfektní.

- Vyberte si opravdu reprezentativní fotku. Nepoužívejte fotky z výletů či dovolených ani obličej „vyřezaný“ ze skupinových fotek. Pokud kvalitní fotku nemáte, vyplatí se něco málo investovat a nechat si udělat pár obrázků u profesionálního fotografa.
- Využijte nějaký neutrální podkladový obrázek. Ten by měl jen dokreslovat celkovou podobu profilu, nikoli strhávat zbytečně moc pozornosti nebo výslovně rušit.
- Upravte si URL svého profilu. Najdete jej hned pod fotkou. Stačí kliknout na nastavení a místo nesmyslného sletu písmen a čísel vložit své celé jméno.
- Ujistěte se, že je váš profil všem přístupný. Tyto možnosti najdete v nastavení.

*Obr. 3.1: Náhled na LinkedIn profil.*

*Zdroj: <https://www.linkedin.com/in/jankysely/>*

### 3. Ukažte, že jste v tom, co děláte, opravdový odborník

Vytvořte si ediční plán a pravidelně přispívejte na svůj LinkedIn blog. Na základě vybraných klíčových slov vytvořte několik článků, které se budou daných témat týkat. Ukážete tak svou odbornost a přitáhnete pozornost ke svému profilu. Kvalitní články ocení také vaši stávající klienti, kteří si tak prohloubí své vědomosti, a navíc s nimi udržujete neustálý kontakt.

Obr. 3.2: Náhled na LinkedIn profil.

Zdroj: <https://www.linkedin.com/in/jankysely/>

#### Your Articles & Activity

1,809 followers | [Manage followers](#)

[See all articles](#)

[See all activity](#)

#### 4. Vytvořte si co největší publikum

Čím více lidí budete mít ve své databázi, tím větší dosah váš obsah bude mít. Lidé jej totiž nemusí jen číst, ale také sdílet dál se svými kontakty. Navíc můžete svým kontaktům posílat zprávy zdarma, což může být velmi efektivní komunikační kanál.

Věnujte proto denně 10 až 15 minut sběru nových kontaktů. Pokud se na váš profil podíval někdo nový, nezházejte a napište mu personalizovanou zprávu a přidejte si jej mezi kontakty. Potkali jste někoho zajímavého na poslední networking akci? Opět není třeba otálet, žádost mu pošlete co nejdříve.

#### 5. Využijte i ostatní sociální sítě

Pokud jste si dali tu práci a vytvořili opravdu kvalitní obsah, pak jej nezapomeňte sdílet i na jiných sociálních sítích; zvýšíte tak jeho dosah. Daný kanál však vybírejte obezřetně. Ne všechno, co postujete na LinkedIn, se třeba hodí na Facebook a naopak.

#### 6. Nebojte si říct o doporučení

Máte za sebou úspěšný projekt? Nebojte si u klienta či kolegů říct o doporučení. Ti mohou hodnotit jak vaše schopnosti, tak napsat krátký textový vzkaz. Seznam ohodnocených schopností (skills) seřadte tak, aby na prvních místech byly ty, které se primárně týkají vašeho podnikání.

#### 7. Své snažení na LinkedIn můžete měřit

Slouží k tomu tzv. SSI Score (Social Selling Index), který hodnotí vaše aktivity na LinkedIn. Aktuální SSI si můžete zdarma zjistit na této [adrese](https://business.linkedin.com/sales-solutions/social-selling/the-social-selling-index-ssi#).

Obr. 3.3: SSI index Jiří Jambor

Zdroj: <https://business.linkedin.com/sales-solutions/social-selling/the-social-selling-index-ssi#>

