

BOUW JE ONLINE REPUTATIE

In 40 dagen

Gratis Demo



Joitske Hulsebosch en
Sibrenne Wagenaar

Voorwoord

Dit werkboek is geschreven voor professionals die zichtbaarder willen zijn online; die willen werken aan hun persoonlijke reputatie. Sociale media kunnen hier een uitstekend middel voor zijn.

Persoonlijke reputatie

Wat is een persoonlijke reputatie? Een Engelse definitie is *“A personal brand is the total experience of someone having a relationship with who you are and what you represent as an individual; as a thought leader.”* Persoonlijke reputatie gaat om wat jou onderscheidt van anderen: wat is specifiek voor jouw interesses en jouw manier van werken? Een goed inzicht in je eigen drijfveren en talenten is hierbij de basis. Persoonlijke reputatie is niet hetzelfde als zelf-promotie. Een reputatie opbouwen doe je door relevant te zijn op je vakgebied en een unieke stem, visie en werkwijze als professional uit te dragen. Door meer online te delen als professional bouw je een bepaalde reputatie op. Al je persoonlijke informatie op het web vormt jouw ‘online identiteit’. Een goede online aanwezigheid kan van alles opleveren: inspiratie, nieuwe contacten, een werkopdracht, een baan. Hoe belangrijk is persoonlijke reputatie, het werken aan je online identiteit? Voor zzp’ers is het al lang duidelijk: communicatie via sociale media wordt steeds belangrijker. Je kunt er klanten mee vinden en binden. Maar ook binnen een organisatie is het belangrijk om te laten zien waar je voor staat. Interne persoonlijke reputatie kan je helpen om aan de juiste projecten en opdrachten te komen en werkgroepen te vinden waaraan je mee wilt doen.

Sociale media

Ik, Joitske, heb in Mali gewerkt en daar was het de gewoonte om iedereen ‘s ochtends een hand te geven, het hele kantoor rond. Heel gezellig, er werden veel grapjes gemaakt. Het was ook nuttig: vaak werd uitgewisseld waar je mee bezig was en waar je tegenaan hikte in je werk. Door dit informele rondje wist je wie waar mee bezig was, wie veel kennis over een bepaald onderwerp in huis had en wie je voor een bepaald probleem het beste kon benaderen. Sociale media bestonden rond de eeuwwisseling nog niet. Nu we sociale media hebben als Twitter, LinkedIn, YouTube, en ook media als Scoop-it en Pinterest, is het

mogelijk om een veel grotere ‘ronde’ te maken in de ochtend: een rondje Nederland, of een internationaal rondje met een zelfgekozen groep professionals. Op Twitter zie je waar je netwerk zich mee bezig houdt. Door zelf te delen weten mensen je te vinden.

18 opdrachten in 40 dagen

Dit werkboek helpt je om in 40 dagen een persoonlijke reputatie op te bouwen als professional. In deze 40 dagen zijn er 18 opdrachten uit te voeren. Wij gaan uit van drie opdrachten per week maar je kunt het natuurlijk ook sneller of langzamer doen. Elke opdracht vraagt ongeveer 30 minuten. Aan de hand van opdrachten leer je tools kennen die je als professional kunt gebruiken om jezelf te profileren. Ook heb je na 40 dagen een aantal routines opgebouwd.

Eindoel

Na 40 dagen ben je in staat om slim online actief te zijn op sociale media als professional op een manier dat het je professionaliteit versterkt. Je hebt een start gemaakt met een online reputatie op een eigen gekozen domein. Na 40 dagen:

- weet je waar je inhoudelijk sterk in bent en dat is zichtbaar in je online activiteit;
- word je gevonden in Google op relevante zoektermen;
- heb je een aantal sociale media tools gekozen die jou liggen en laat je middels deze media je portfolio en je visie ‘zien’;
- ben je actief in online netwerken op jouw vakgebied en bouw je daar een reputatie op;
- heb je het gebruik van sociale media ingebed in je werkritme.

QR codes

In het werkboek kom je veel links tegen naar tools, blogs en websites. Met QR codes hopen we je makkelijk toegang te geven tot deze links. Je hebt dan een QR scanner op je mobiele telefoon of tablet nodig. Goede scanners zijn: QRReader, Scan en NeoReader.

Veel succes!

Week 1

Wat is je focus?

Actief zijn op sociale media is een manier om te werken aan je professionele ontwikkeling. Tweets plaatsen of een blogbericht schrijven dwingt je om na te denken over je visie en deze aan te scherpen. Zo bouw je een reputatie op en word je bekender als professional – zowel binnen als buiten de organisatie. Actief zijn betekent dat je vertelt wat je raakt, waar je mee bezig bent. Gebruik van sociale media betekent ook het doormaken van een proces van professionele identiteitsversterking. Wat is de essentie van wat je doet en wat je bezig houdt?

Daarom begin je deze week met het maken van een ik-wolk waarin je belangrijke thema's en expertisegebieden definieert. Daarna ga je jezelf googlen als nul-meting om te kijken hoe bekend je al bent online. Als laatste ga je werken aan je LinkedIn-profiel, een belangrijke basis voor je online identiteit als professional.



Opdrachten
1: Maak een ik-wolk
2: Google jezelf
3: Een aantrekkelijk LinkedIn-profiel

Opdracht 1

Maak een ik-wolk

Alle wegen leiden naar Rome' maar ... 'als je niet weet waar je heen wilt, zijn alle wegen goed' (bron: Lewis Carroll). Zonder een goede focus verdwaal je snel binnen sociale media, wat de ervaring kan opleveren 'dat het op sociale media toch nergens over gaat'. De kunst is om een inhoud en een richting te vinden; een aantal duidelijke thema's, onderwerpen of vraagstukken die je bezig houden als professional. Zo'n focus gaat je helpen kiezen en scannen, en ook bij het profileren. Weet jij wat de onderwerpen zijn waarop jij als 'expert' genoemd wil worden?

Doel

Deze opdracht helpt je om goed zicht te krijgen op de onderwerpen die jij belangrijk vindt als professional. Met deze focus kun je straks veel gerichtere keuzes maken in de sociale media, netwerken en communities die voor jou interessant zijn online.



Opdracht

1. Maak een lange lijst van onderwerpen waar je in geïnteresseerd bent als professional. Gebruik hiervoor papier en pen, een document online, of een mindmaptool als Mindmeister (www.mindmeister.com). Neem er echt even de tijd voor.
2. Kies vervolgens de belangrijkste onderwerpen en maak een ik-wolk. Surf naar Tagxedo (www.tagxedo.com) en klik op CREATE. Hierna klik je op LOAD, kies dan voor tekst of een website en klik op SUBMIT. Hiermee maak je een woordenwolk zoals hierboven afgebeeld. Via SAVE/SHARE kun je de wolk bewaren of printen. De

ik-wolk die dan ontstaat kan je richting geven bij het kiezen van je online activiteiten in de komende tijd.

NB. Let op dat bijvoorbeeld 'personal branding' als twee woorden worden gezien in je woordenwolk. Wil je de woorden bij elkaar houden dan kun je gebruik maken van een tussenstreepje: personal-branding.

Tips

Heb je een goed bijgewerkt cv, dan zou je deze ook in Tagxedo kunnen 'uploaden' om daar een woordenwolk van te maken. En print je ik-wolk en hang hem op. Zo kun je steeds kijken of je op de goede weg bent. Een alternatief voor Tagxedo is Wordle (www.wordle.net).

Meer doen?

Wellicht vind je het leuk om je inzichten de komende 40 dagen bij te houden? Daarvoor zijn diverse apps geschikt. Kijk eens naar Evernote (een app voor het werken in notitieboeken), Tiki-toki (een online tijdslijn) of Daily Notes (een aantekeningenboekje in dagboekvorm).

- Frankwatching: Het belang van personal branding online - met infographic: <http://bit.ly/12AbNnj>
- Joitske Hulsebosch: It's not information overload it's filter failure: <http://bit.ly/12U8A0T>
- Mathieu Weggeman: Hoe slimmer hoe eerder dom: <http://slidesha.re/14ZAbB8>



Opdracht 2

Google jezelf

Het is goed om eens te zien hoe zichtbaar je bent op het web en op welke manier je tevoorschijn komt. Verschijnen je tennisresultaten van vijf jaar geleden op de eerste pagina van Google? Heb je een naamgenoot die veel duidelijker zichtbaar is? Of wordt de eerste pagina gevuld met info over jou met links die je daar graag ziet? Door jezelf te googlen kun je zien hoe anderen je online tegenkomen. Het is aan te bevelen om dit regelmatig te checken.

Doel

In deze opdracht leer je welke indruk je maakt via Google. Je maakt een nulmeting en aan het einde van de 40 dagen kun je zien of er een verandering is.



Opdracht

1. Ga naar Google en typ je naam in. Bekijk de eerste pagina. Ben je tevreden met de resultaten? Welke gegevens heb je er zelf op gezet en welke komen door een activiteit waar je aan hebt deelgenomen? Een stelregel is dat de eerste pagina resultaten weergeeft van dingen die jij zelf bewust op internet hebt geplaatst.
2. Maak een screenprint van je eerste Google-pagina. Het kan handig zijn om je analyse van deze nul-meting er kort bij te schrijven. Hierbij een uitleg van Lifehacking hoe je een screenprint kunt maken om te bewaren: <http://bit.ly/16IPO4N>
3. We gaan nog een stap verder. Je wilt namelijk ook gevonden worden op de onderwerpen uit je ik-wolk. Typ de drie belangrijkste onderwerpen in een zoekmachine. Kom je er zelf in voor? Waarom wel of niet?

4. Maak ook hier een screenprint van, met wellicht enkele aantekeningen naar aanleiding van je analyse.
5. Om deze nulmeting af te maken is het belangrijk een beeld te schetsen van de door jou gewenste Google-pagina. Hoe zou je graag willen dat je online door anderen gevonden wordt? Wat zijn dan de zes belangrijkste links? Waar verwijzen die naar?

Tips

Heb je een Google-account? Google jezelf dan eens als je uitgelogd bent, dit kan een ander resultaat opleveren. Vraag ook collega's eens om je te googlen. En misschien ziet het resultaat er op je telefoon of tablet nog weer anders uit?

Meer doen?

- Stuur een e-mail naar jezelf die je over 40 dagen ontvangt. Beschrijf wat je na 40 dagen bereikt wilt hebben als het gaat om je personal branding: welke Google-resultaten wil je dan ten minste zien? Hoe je dat doet lees je op de website van Laytr.com: <http://bit.ly/14ZAD2f>.



Een belangrijk onderwerp waar we als ennuonline zeker op gevonden willen worden is 'Leren met Sociale Media'. We kwamen niet voor in dit overzicht! Daarom zijn we meer gaan 'taggen' en bewuster gebruik gaan maken van woorden in blogs, tweets en online artikelen en komen nu wel voor op de eerste pagina.

Opdracht 3

Een aantrekkelijk LinkedIn-profiel

Als het gaat om online profilering is je LinkedIn-profiel natuurlijk een belangrijk onderdeel. LinkedIn wordt in toenemende mate door werkgevers, recruiters en klanten gecheckt als referentie bij sollicitaties of aanbestedingen. Bovendien verhoogt een goed profiel je zichtbaarheid op het web. Je kunt tegenwoordig zoveel in je profiel opnemen! Niet alleen meer een beschrijving van je loopbaan, maar ook informatie over je vaardigheden, publicaties, boeken die je hebt gelezen... Wanneer je af en toe iets toevoegt of verandert aan je profiel blijft het 'in beweging', blijf je zichtbaar in je netwerk.

Doel

Je LinkedIn-profiel aanmaken of verbeteren.



Opdracht

1. Als je nog geen LinkedIn-profiel hebt, maak dan een account aan. Je kunt hierbij de LinkedIn hand-out gebruiken op onze website: <http://bit.ly/11y6zhe>.
2. Bekijk je LinkedIn-profiel. Waar ben je tevreden over en welke drie of vier onderdelen van het profiel wil je aanvullen? Je kunt het lijstje met tips gebruiken als checklist.
3. Neem nu echt even de tijd om aan je LinkedIn-profiel te werken. Misschien wil je dit over een paar weken nog eens doen? Het helpt om het als actiepoint in je agenda of takenlijstje te zetten. Anders verdwijnt het gemakkelijk naar de achtergrond. Klaar? Vraag eens feedback aan een vriend of collega.

Tips

- Gebruik een goede, professionele foto.
- Omschrijf je specialiteiten en uniekheid kort en bondig. Kijk of je anderen kunt uitnodigen om je te 'endorsen' voor het onderdeel skills & expertise.
- Op communicatiepakketten.nl vind je tips om je boodschappen kort en helder te schrijven <http://bit.ly/185AQa2>.
- Bij 'public profile' kun je je naam in de URL gebruiken. Dus bijvoorbeeld <http://www.linkedin.com/in/joitskehulsebosch>. Hiermee kom je hoger in Google en het staat mooier.
- Vraag mensen om aanbevelingen (recommendations) en geef ook aanbevelingen aan collega's waar je tevreden over bent.
- Voeg links toe naar je website, blog of andere sites. Je kunt naar 3 websites linken. Je kunt ook je blogberichten op LinkedIn laten zien.
- Video's en beeldmateriaal worden steeds belangrijker. Laat een filmpje van jezelf of van je werkzaamheden zien.
- En kijk ook eens naar andere profielen in jouw branche. Welke

Meer doen?

- Het boek 'Hoe LinkedIn nu echt te gebruiken' is gratis te downloaden van de website: <http://bit.ly/12eZahP>
- Dertien tips voor een aantrekkelijk LinkedIn profiel door Jan Vermeiren: <http://bit.ly/16lQwPA>
- Hoe stel je een goed zakelijk LinkedIn profiel op: <http://bit.ly/12UYeCo>



Ennuonline helpt professionals die zich met leren en veranderen bezig houden om slim gebruik te maken van de mogelijkheden die nieuwe media bieden. Hier vind je het aanbod van Ennuonline en voor meer informatie surf je naar ennuonline.com.

In 40 dagen online...

Slimmer werken (werkboek, online cursus, coaching)

Je leert sociale media tools kennen die je helpen goed om te gaan met de veelheid aan informatie online.

Online netwerken (werkboek, online cursus, coaching)

Je krijgt zicht op voor jou waardevolle netwerken en weet hoe je online een netwerk opbouwt.

Personal branding (werkboek, online cursus, coaching)

Je werkt aan een online identiteit en zichtbaarheid als professional. Sociale media zijn hier uitstekende hulpmiddelen bij.

Leergang 'Sociale media bij leren en veranderen'

In 8 maanden ontwikkel je een visie op online, sociaal en informeel leren. In de leergang reiken we je handvatten aan en doe je praktijkervaring op.

Workshops & webinars

Je in korte tijd verdiepen? Doe dan mee aan een workshop of webinar. Thema's als ontwerpen blended leren, faciliteren online, screencasts maken, interactieve webinars, noem maar op.

Maatwerk

Je kunt bij Ennuonline ook terecht voor maatwerk advies en begeleiding. Daarbij kan het bijvoorbeeld gaan om het ontwerpen van online of blended leertrajecten, helpen kiezen van geschikte media voor online communicatie en advies bij online communities.



BOUW JE ONLINE REPUTATIE

In 40 dagen



Dit werkboek is geschreven voor professionals die zichtbaarder willen zijn online; die willen werken aan hun persoonlijke reputatie. Sociale media kunnen hier een uitstekend middel voor zijn. Persoonlijke reputatie gaat om wat jou onderscheidt van anderen: wat is specifiek voor jouw interesses en jouw manier van werken? Een goed inzicht in je eigen drijfveren en talenten is hierbij de basis. Een reputatie opbouwen doe je vervolgens door relevant te zijn op je vakgebied en een unieke stem, visie en werkwijze als professional uit te dragen. Door meer online te delen bouw je een bepaalde reputatie op. Al je persoonlijke informatie op het web vormt jouw 'online identiteit'. Een goede online aanwezigheid kan van alles opleveren: inspiratie, nieuwe contacten, een werkopdracht, een baan.

Het werkboek bestaat uit 18 opdrachten, verdeeld over 6 thema's:

- Wat is je focus?
- Wie wil je zijn online?
- Bouwen aan je netwerk
- Content cureren
- Monitoren van je reputatie
- Oogsten

Doe je mee? Je kunt ervoor kiezen de opdrachten zelfstandig uit te voeren, in trainingsvorm met een aantal andere deelnemers of met persoonlijke coaching door En Nu Online.

www.ennuonline.nl

ISBN 978 90 821330 0 4

ennuOnline