

Як оптимізувати свій LinkedIn профіль



Step-by-step guide

Оптимізація LinkedIn профілю:

65% байерів роблять рісьорч LinkedIn профілів перед тим як відповісти на аутріч, або написати в компанію. Якщо ви не ставитеся до цього серйозно, ви втрачаєте можливість побудувати довіру з вашим потенційним клієнтом як до, так і під час процесу продажу.

Ваш профіль LinkedIn - це ваш лендінг, а не резюме, і його ціль сконвертити відвідувача на наступний крок воронки.

Це неймовірно потужний інструмент, який допоможе вам побудувати довіру із цільовою аудиторією та розпочати більше діалогів. Особливо, коли закупники хочуть дізнатися про вас та ваші послуги, перш ніж говорити з вами.

Ось покрокова інструкція, щоб переконатися, що ваш профіль LinkedIn оптимізовано для залучення та конвертації відвідувачів.

Крок 1 - Банер

Це перше, що бачать відвідувачі вашого профілю. Складність полягає в тому, щоб переконатися, що ваше повідомлення для них зрозуміле.

Це горизонтальне зображення у верхній частині вашого профілю - найбільший актив. Використовуйте його, щоб розповісти більше про свій бізнес, сервіси, вел'ю тощо.

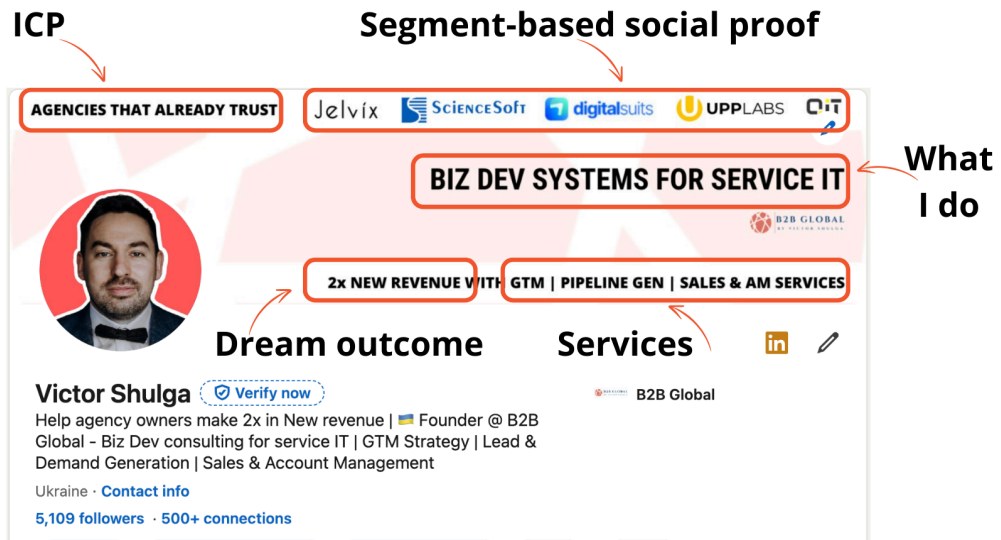
Ось що я вважаю за потрібне додавати на банер:

1. ICP
2. Social proof

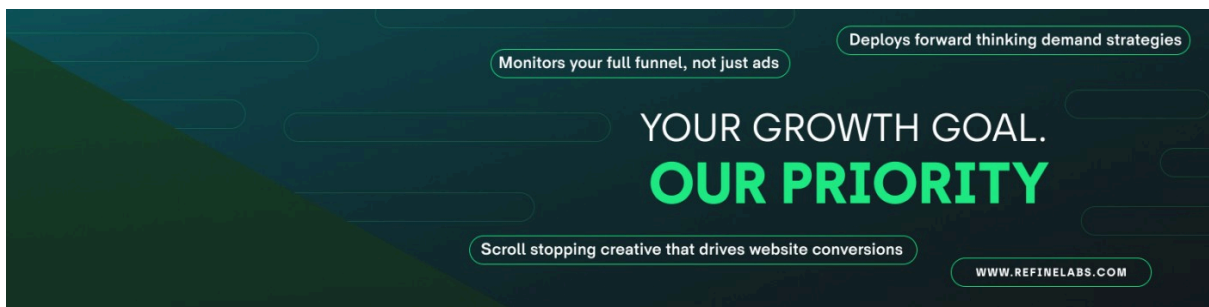
3. What you do and for whom
4. Dream outcome

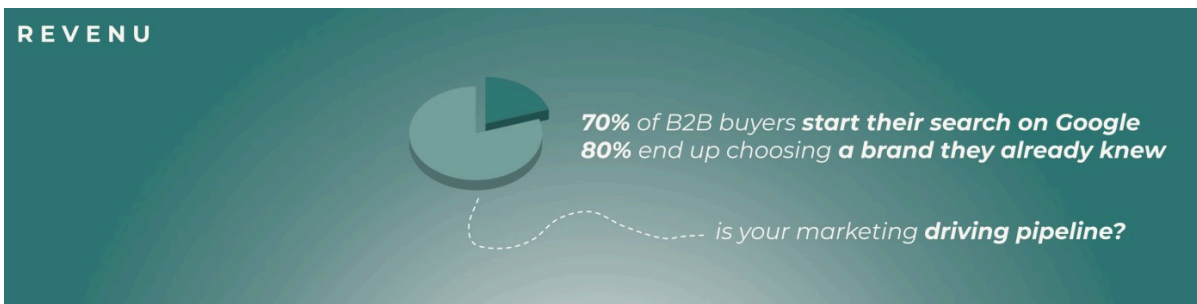
Розмір банера LinkedIn становить 1584×396 пікселів, не більше 8 Мб

Приклад мого банера:



Ще декілька прикладів:





Підказка - використовуйте [шаблони](#) Canva для створення баннеру, як я зробив. Або ви можете створити його за 10 баксів на Fiverr або Upwork. Отримайте шаблон, який ви зможете змінювати самостійно.

Крок 2 - Фотографія профілю

Більшість людей переглядає профіль, щоб дізнатися, чи можуть вони вам довіряти. І вони повинні побачити, що ви - це ви, і що профіль насправді ваш, а не спам.

За можливості, посміхайтесь.

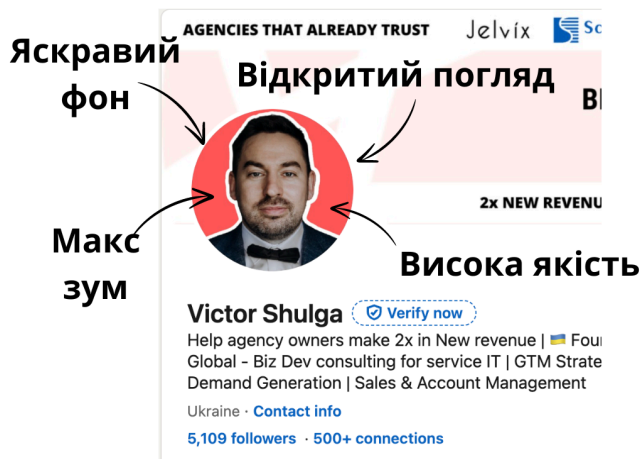
Переконайтеся, що фото якісне, добре освітлене і, звісно ж, професійне (не в шортах або купальнику).

LinkedIn рекомендує завантажувати фото профілю розміром 400 x 400 пікселів, співвідношенням сторін 1:1 і розміром файлу до 8 МБ.

Важливі моменти:

1. Висока якість фото
2. Лице в максимальному фокусі
3. Яскравий фон (фон можна зробити [тут](#))
4. Посмішка або відкритий погляд

Ось мій приклад:



Крок 3 - Заголовок

Ваш заголовок - це наступне, що прочитають потенційні клієнти, після вашого банера.

Якщо ви хочете, щоб конверсія була вищою і більше людей приймало ваші запити, вам необхідно написати чіткий заголовок.

Одна з найпоширеніших помилок - просто написати свою поточну посаду.

Основні блоки з яких складються формули Зоголовків

Поділіться своєю позицією

Мета - надати контекст та інформацію про те, хто ви і чим займаєтеся

- [position @ company]
- [position] | [company]
- [clever way of defining position]

Поясніть свій бізнес

Мета - надати контекст і підвищити впізнаваність компанії

- [tagline of the company]
- [clear explanation of the company]
- [product of the company]

Сервіси ви надаєте

- [your service]

Визначте свою аудиторію + ціннісну пропозицію

Мета - дати людям знати, як ви можете їм допомогти

- I help/do [thing] ...for clients like [examples]
- I help [audience] do... [thing]

Поділіться своїм майндсетом

Мета - залучити інших людей зі схожим мисленням

- [what your goal is]
- [catchline of wisdom to share]
- I do [thing] in a [differentiation] way
- [the philosophy you follow]

Соціальний доказ

Мета - побудувати довіру та авторитет

- [award]
- [recognition]
- TEDx speaker

Call to action

Мета полягає в тому, щоб змусити людей діяти і дати їм зрозуміти, що вони можуть отримати від вашого контенту

- Follow for [outcome]
- My weekly newsletter talks about [thing]. Subscribe 📧
- Join to learn about [topic].
- Click follow for [outcome]

Підказки щодо створення привабливого заголовка

- Виберіть 2 - 3 різні релевантні кейси зверху і додайте їх разом за допомогою символу "|"
- Переконайтеся, що ваш заголовок дуже чіткий і дозволяє людям знати, хто ви і чим займаєтеся
- Не будьте егоцентричними

Я використовую таку формулу:

Help [ICP + Dream outcome] | [Position @ company] | [Your service]

ICP - цільова аудиторія

Dream outcome - результат того, що люди отримують від роботи з вами.

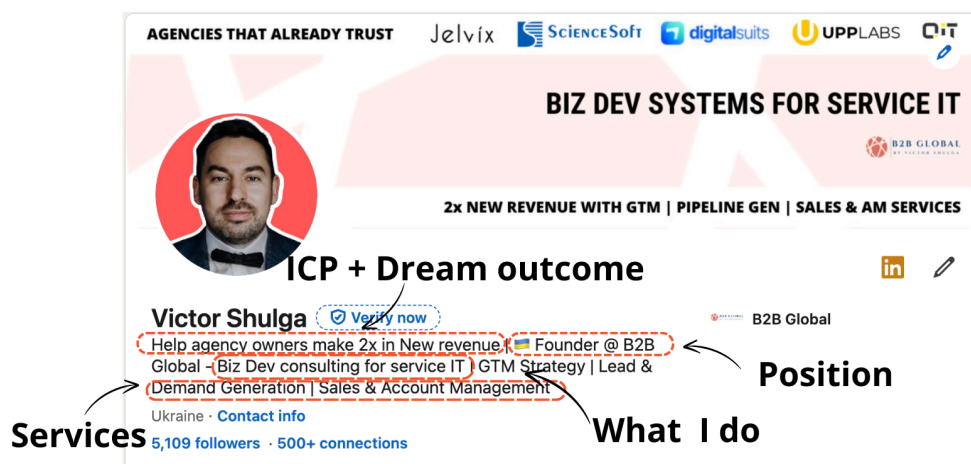
Position @ company - ваша позиція

Your service - з допомогою чого домогтися цих результатів

Якщо ви будете конкретними, то з набагато більшою ймовірністю привернете увагу цільової аудиторії.

Зрештою - конкретика продає.

Приклад мого заголовку:



Ось ще декілька формул:

- I help **[Target Market]** **[solve a problem]**
I help [Founders] [sign clients with LinkedIn]
- I turn **[ICP]** **[result you deliver]** | **What you do** | **Credibility**
I turn Founders & CXOs into LinkedIn Thought Leaders | LinkedIn Lead Generation | Founder of TMF | Host of TMF Picnic
- **Title** | **Experience** | **Credibility**
CEO @ XYZ | 10yrs B2B Lead Generation | Thousands of meetings booked through email

Крок 4 - Розділ "Про компанію"

Моя структура розділу About

- Зміни ринку
- Призвели до проблем вашої цільової компанії
- Ваше рішення
- Як саме воно виглядає
- Бенефіти

About

Tech companies are cutting budgets for outsourcing services due to the crisis. It includes software development, design, QA, and other services.

Intense competition in the IT services sector makes it challenging to stand out. You don't know how to differentiate from competitors. And the pipeline is stuck and outdated

Ineffective Lead Generation Strategies lead to little to no Appointments

Agency owners strive to grow their pipeline predictably with relevant leads. The goal is to retain customers for years, not just weeks.

They buy courses for the team to reach targets. They outsource lead generation and sales and hire industry experts in-house. Nothing works.

The team doesn't have the required skills necessary to predictably scale biz dev

To solve this, hire a consultant with vast IT experience. Who excels in go-to-market strategy, lead generation, sales, and account management. My overall business development experience is more than 15 years.

I will help you identify the best customers and generate a pipeline from the best-performing lead and demand gen channels according to your buyer journey and budget. Building predictable revenue streams, and optimizing processes without bloating your team.

You learn how to close more deals with fewer leads in the pipeline

This is how we achieve results:

- Create Go-to-Market Strategy
- Choose channels and generate a Pipeline
- Close deals with a Sales Strategy
- Hire a team of Top Performers
- Create Reporting & Analytics
- Optimize Business processes

How can you benefit from working together?

1. Focus on the best 20% of customers that bring 80% of revenue
2. To enhance lead generation, boost effectiveness, and create a robust 8-figure pipeline.
3. Less leads to more revenue and LTV growth

Every day that you don't take action to improve your pipeline generation and sales, you're losing money.
Building a predictable revenue flow will decrease the stress of constant search for new customers.

Market shift

ICP Problems

Solution

My process

Benefits

Підказка - додайте розділ "Top skills".

Це просто - у розділі "Про себе" обов'язково вкажіть свої найкращі навички [зв'яжіть їх з навичками, необхідними для сервісів, що ви надаєте].

Ось приклад:



Top skills

Business Development • Lead Generation • Sales • Go-to-Market Strategy



Крок 5 - Розділ Featured

По-перше, якщо у вас не увімкнено "Creator Mode", увімкніть його [навіть якщо ви не створюєте контент].

Це дозволить вам створити featured секцію у вашому профілі, де ви зможете продемонструвати свою роботу і досягнення.

Використовуйте цю секцію, щоб перенаправляти людей з LinkedIn, наприклад, на сайт. Виділіть одне або два місця, куди люди можуть перейти з вашого профілю.

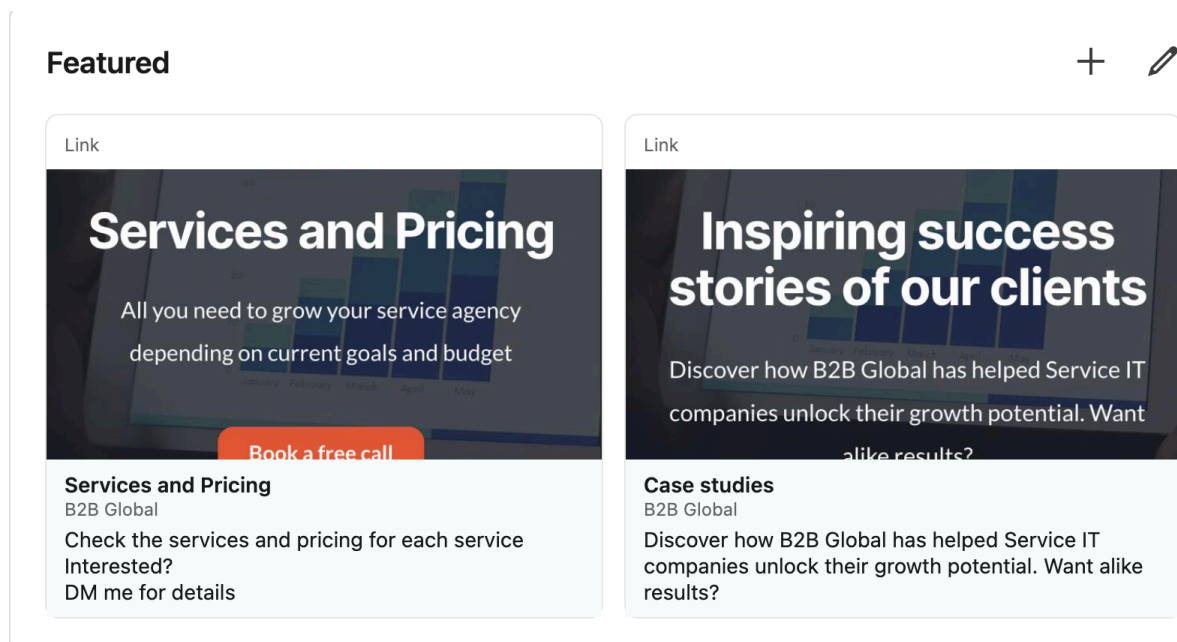
Не перевантажуйте їх вибором.

Приклад, що можна показати

- лід магніти,
- скріншоти-докази,
- кейси

Наявність Featured секції є у <0,1% профілів, і це гарний спосіб виділитися.

Ваша Featured секція може виглядати приблизно так:



Крок 6 - Сертифікати

Дуже важливо пам'ятати, що сервісний бізнес - це комодіті.

Всі сервіси з точки зору споживача - однакові.

Тому, щоб виділитись серед конкурентів, отримайте спеціалізовані сертифікати, котрі підкреслюватимуть якість ваших послуг.

Ось приклад моїх сертифікатів:

Licenses & certifications

+

✎



Aligning Sales and Marketing
LinkedIn
Issued Mar 2024

Show credential ↗

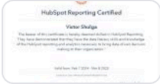
 Sales and Marketing



HubSpot Reporting
HubSpot Academy
Issued Feb 2024 · Expires Mar 2025
Credential ID a0401dca82a547d392f8f2b8f371e5ad

Show credential ↗

 HubSpot



Hubspot Reporting Certificate.png

Show all 5 licenses & certifications →

Крок 7 - Навички

Це можливість попросити інших звернути увагу на ваші навички.

Головне, щоб ці навички відповідали ролі, на яку ви претендуєте. Наприклад, якщо ви SDR, то оптимізуйте навички, які ви демонструєте, відповідно до обов'язків цієї ролі.

Виділіть 3 найважливіші навички в розділах рекомендацій, отримайте щонайменше 3 підтримки на кожну навичку

Додайте 20+ релевантних навичок для SEO

Мій приклад:

Skills

Endorsed by 4 people in the last 6 months

4 endorsements

Fractional CBDO case study

Endorsed by 3 people in the last 6 months

3 endorsements

Fractional CBDO case study

Show all 23 skills →

Крок 8 - Рекомендації

Цей розділ є одним з найбільш недооцінених у вашому профілі LinkedIn.

Але це, по суті, ваш розділ соціального доказу, який показує, що про вас думають інші.

Це діє так само, як відгуки про товари в Інтернеті, які ми переглядаємо, коли вирішуємо, чи варто їх купувати.

Я наполегливо рекомендую вам отримати мінімум 3 відгуки від людей, з якими ви нещодавно працювали.

Мій приклад:

Recommendations



Received

Given



Maryna Zhuryk · 1st

Head of Marketing | ASD Team

August 5, 2024, Maryna was Victor's client

Victor provided us with his outbound audit service. What we liked about it - was the integrated approach that covered the complete analysis of the strategy, plans, competencies of marketing & sales team members, and more. Thanks to Victor, we can look not only at our outbound activities from a different perspective but also at the strategy as a whole. Today, we have an action plan of what to do next in order to get better results from our marketing and sales activities.



Aleksey Pavlishen · 1st

Head of Sales | Chief Commercial Officer | CCO | VP of Sales | Chief Business Development Officer | CBD0 | Sales Director | Head of Business Development | Business Development Director | CEO | COO | Sales Consultant

February 1, 2024, Aleksey was Victor's client

Victor did a great job helping us re-launch the outbound lead gen channel. He audited our prospecting process and provided real clarity on how to accelerate our pipeline generation. We've taken our prospecting to the next level and already started closing more deals. Highly recommended.

Show all 3 received →

Готово.

Ви зробили профіль LinkedIn, оптимізований для відвідувачів, щоб ви могли справити неймовірне перше враження, і підвищувати конверсії.