

Linked 



Advocaten

Een praktische gids van Jubel Service

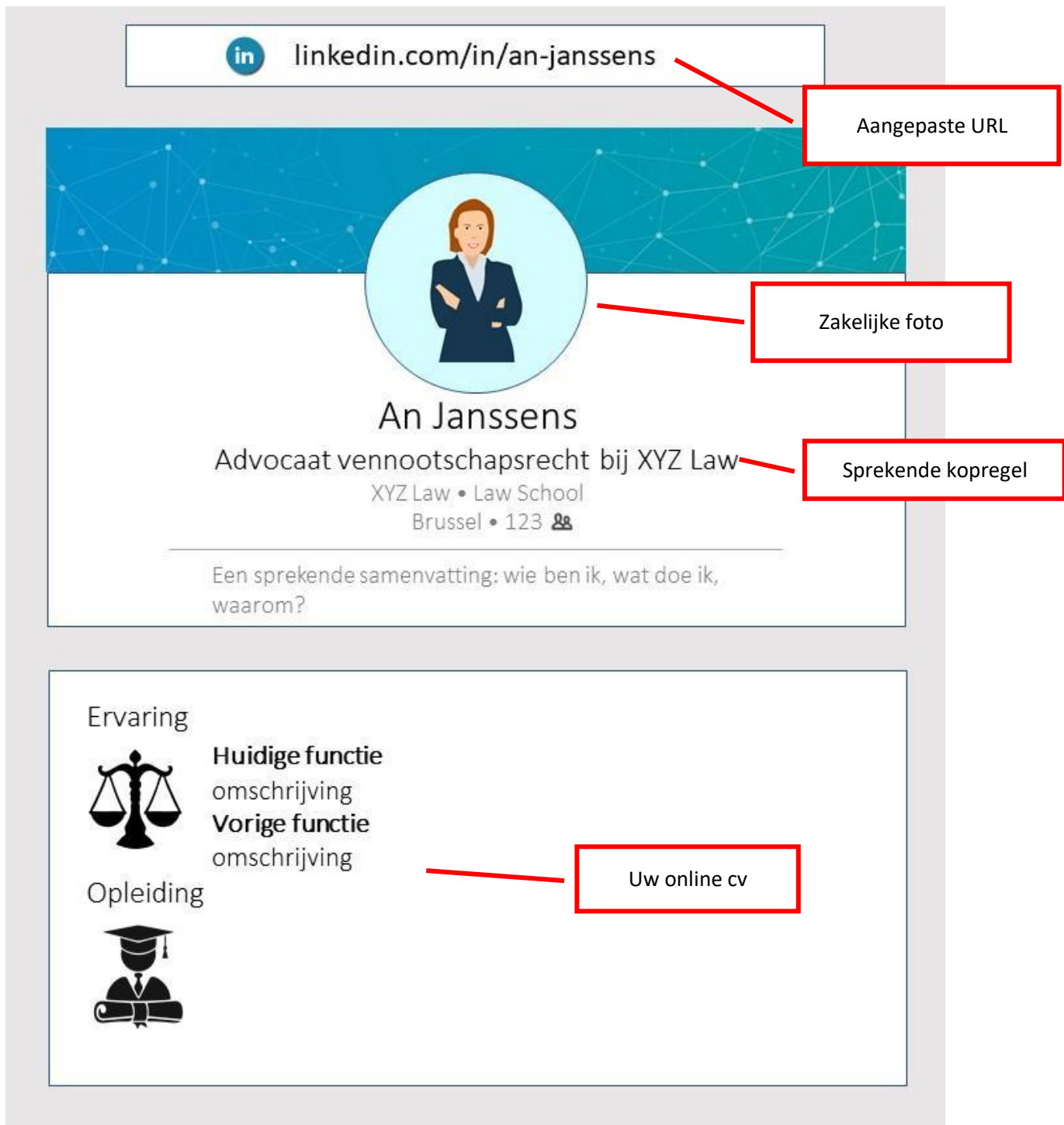


Advocaten en LinkedIn: een praktische gids

Wie 'sociale media' zegt, denkt meteen aan Facebook. Via dat kanaal deelt iedereen alles met kennissen, vrienden en familie. Meer zakelijke en professionele posts zijn hier echter niet altijd op hun plaats of missen hun doel. Gelukkig is er ook een sociaal netwerk dat zich volledig op zakelijke inhoud en gebruikers richt: **LinkedIn**. Ook voor advocaten is het een onmisbaar platform.

Potentiële cliënten zoeken hun advocaat steeds vaker online. Ze kijken niet alleen naar uw website, maar ook naar uw LinkedInpagina. Veel zakelijke internetgebruikers bekijken die zelfs als eerste. Het is dus belangrijk om aanwezig te zijn op LinkedIn met een volledig profiel en mee te draaien in de conversatie. Zo zet u uw **expertise in de kijker** en spreekt u **potentiële cliënten** aan. In deze whitepaper laten we u graag kennismaken met dit sociale netwerk en geven we enkele gebruikstips waarmee u het verschil kunt maken.

1. Uw profielpagina als online visitekaartje



The image shows a LinkedIn profile page for An Janssens. The profile header includes the LinkedIn logo and the URL [linkedin.com/in/an-janssens](https://www.linkedin.com/in/an-janssens). Below the header is a blue banner with a circular profile picture of a woman in a business suit. The name "An Janssens" is displayed below the photo, followed by the title "Advocaat vennootschapsrecht bij XYZ Law" and the company information "XYZ Law • Law School, Brussel • 123". A section for a summary is titled "Een sprekende samenvatting: wie ben ik, wat doe ik, waarom?". Below this are sections for "Ervaring" (Experience) and "Opleiding" (Education). The "Ervaring" section lists "Huidige functie" (Current position) and "Vorige functie" (Previous position) with descriptions. The "Opleiding" section features an icon of a graduation cap. Red callout boxes highlight the URL, the profile picture, the title, the summary, and the experience section.

LinkedIn URL: [linkedin.com/in/an-janssens](https://www.linkedin.com/in/an-janssens)

Aangepaste URL

Zakelijke foto

Sprekende kopregel

Uw online cv

Uw profielpagina is het eerste wat gebruikers te zien krijgen. Zorg er dus voor dat uw online visitekaartje de juiste eerste indruk maakt.

Vervolledig uw online cv

Probeer na het aanmaken van uw account zo snel mogelijk uw **profielpagina volledig** in te vullen. Zo krijgen bezoekers meteen alle relevante informatie te zien. Op uw profielpagina staan zowel uw naam als uw huidige en vorige **functies** en uw **opleidingsachtergrond**. Zie het als een soort online cv.

Op uw profielpagina klikt u in het veld 'Ervaring' op het plusje om een nieuwe functie toe te voegen. Vul de velden zo volledig mogelijk in.

Ervaring



Ervaring ✕

Functietitel

Bedrijf

Locatie

Van

Maand ▼

Jaar ▼

Tot

Maand ▼

Jaar ▼

Hier werk ik momenteel

Omschrijving

Ja **Profielwijzigingen delen**
Als u deze optie inschakelt, zou uw netwerk deze wijziging kunnen zien.

Opslaan

Hetzelfde principe geldt voor uw opleidingsachtergrond:

Opleiding



Klik op het plusje en vul de gegevens over uw opleiding in.

Opleiding ✕

Onderwijsinstelling

Graad/titel

Studierichting

Cijfer

Activiteiten en verenigingen

Bijv.: Vindicat atque Polit, Kamerkoor, Debatclub

Uw wijzigingen hierboven worden niet gedeeld met uw netwerk.

Opslaan

U kunt achteraf steeds wijzigingen aanbrengen door op het potloodje naast de titel van de functie of opleiding te klikken.



Bij elke functie en opleiding kunt u in het veld 'Omschrijving' of 'Activiteiten' **toelichten** wat u deed, wat u leerde en hoe het u als professional vormde. Doe dat in een **taal die uw cliënt begrijpt en aanspreekt**: vermijd vakjargon en te technische details. Gebruik interessante **zoekwoorden** – de termen die uw cliënten op een zoekmachine zouden ingeven wanneer ze een advocaat zoeken. LinkedInpagina's scoren immers hoog op zoekmachines.

Zorg voor een sprekende kopregel en samenvatting

Wat zoekmachines betreft, is het veld met uw **kopregel** of headline het meest interessant. Dit veld staat net onder uw foto, dus het springt in het oog. Het is ook zichtbaar in Google-resultaten. LinkedIn zal hier automatisch uw huidige functie invullen, maar u kunt dit veld zelf naar believen **aanpassen**. Wanneer u hier de **juiste informatie en treffende termen** plaatst, wordt u gegarandeerd beter gevonden op het internet en laat u zien waar u voor staat. Schrijf dus dat u advocaat bent bij kantoor X, maar zet meteen uw specialisatie of voorkeurmaterie mee in de kijker.

In het veld met de **samenvatting** kunt u in een sprekende tekst vertellen wie u bent, wat u doet en wat uw doelen zijn. U kunt het beschouwen als de schriftelijke neerslag van uw **'elevator pitch'**: uw persoonlijke verhaal waarmee u zich in dertig seconden zou voorstellen wanneer u iemand ontmoet. Ook hier doen sprekende zoektermen het goed.

Klik op het potloodje in het veld met uw naam bovenaan de profielpagina om al deze gegevens in te vullen en aan te passen.

Introductie bewerken

Voornaam * Achternaam *

[Voormalige naam toevoegen](#)

Kopregel *

Huidige functie

[Nieuwe functie toevoegen](#)

Opleiding

[Nieuwe opleiding toevoegen](#)

Land Postcode

Locaties binnen deze regio

Bedrijfstak *

Samenvatting

Uw wijzigingen hierboven worden niet gedeeld met uw netwerk.

[Opslaan](#)

Voeg een zakelijke foto toe

Uw pagina krijgt een gezicht met een **foto**. Kies voor een neutrale foto waarop u duidelijk te zien bent en die zakelijkheid en vertrouwen uitstraalt. Lachen mag uiteraard, maar een te vrolijke foto – bijvoorbeeld

een vakantiefoto – kan al snel een onprofessionele indruk geven. Indien u op uw website een professioneel gemaakte foto heeft staan, kunt u die gerust hergebruiken.

Klik opnieuw op het potloodje in het veld bovenaan uw profielpagina en klik vervolgens op het camera-icoontje in de cirkel bovenaan. U kunt nu een foto opladen vanop uw computer.

Introductie bewerken



Voornaam *

Achternaam *

[Voormalige naam toevoegen](#)

Maak een aangepast adres

U kunt zelf een **aangepast adres** voor uw profielpagina maken. Zo bent u makkelijker vindbaar en straalt u professionaliteit uit. LinkedIn genereert automatisch een link naar uw profiel, die er ongeveer als volgt uitziet:

www.linkedin.com/in/voornaam-familienaam-12az578.

Zo'n link is moeilijk te lezen en te onthouden. Via de optie 'Openbaar profiel en URL bewerken' kunt u een adres maken dat er netter uitziet op uw website of in een mailhandtekening (zie hieronder).

Profielonderdeel toevoegen ▼

Openbare profiel en URL bewerken ⓘ

Profiel toevoegen in een andere taal ⓘ

URL van openbare profiel bewerken

Verbeter uw persoonlijke merk door een aangepaste URL te maken voor uw openbare LinkedIn-profiel.

Opslaan **Annuleren**

Opmerking: uw aangepaste URL moet 5-30 letters of cijfers bevatten. U mag geen spaties, symbolen of speciale tekens gebruiken.

Maak een meertalig profiel

Als meertalige advocaat is het tot slot ook een interessant idee om **parallele profielen in meerdere talen** aan te maken via de optie 'Profiel toevoegen in een andere taal'. Franstalige of Engelstalige surfers zullen dan uw pagina automatisch in hun taal te zien krijgen. U dient alle informatie wel zelf te vertalen.

Een profiel in een andere taal maken



Ga aan de slag door een profiel aan te maken in een andere taal. Profielen worden niet automatisch vertaald. U dient nieuwe content toe te voegen of zelf bestaande content te vertalen door de versie van uw profiel in de tweede taal op een later tijdstip te bewerken.

Taal

Voornaam

Achternaam

Kopregel

Profiel maken

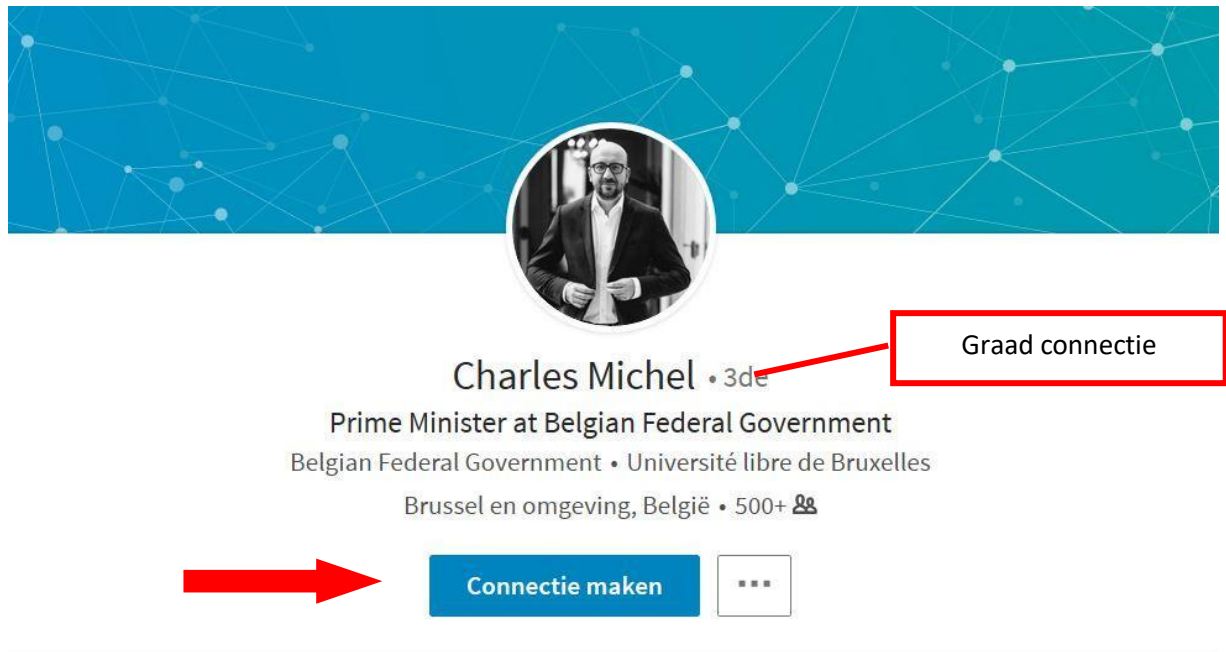
2. Uw online netwerk



Nadat uw profiel is aangemaakt, kunt u connecties beginnen toevoegen. Met LinkedIn kunt u dus online gaan netwerken en op zoek gaan naar interessante zakelijke contacten.

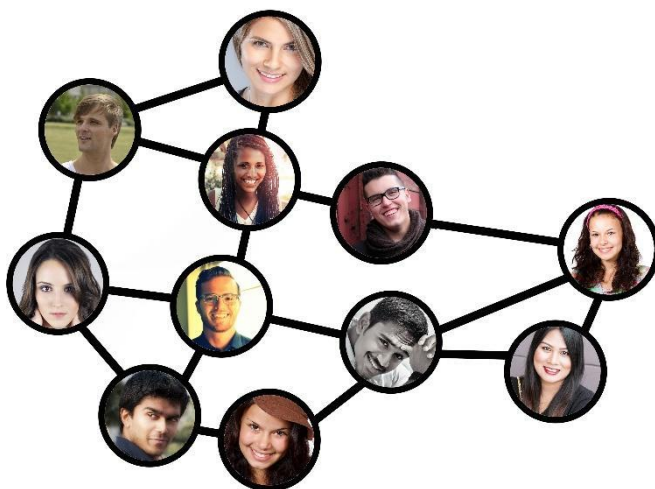
De juiste connecties maken

U voegt connecties toe door hun naam te zoeken in het zoekveld bovenaan of door op hun naam of foto te klikken. Klik vervolgens op “Connectie maken”.



U kunt uiteraard iedereen uitnodigen om te connecteren of elk verzoek accepteren, maar het is nog beter om strategisch na te denken over uw connecties. **Ons advies is om vooral connecties te maken met mensen die u kent en die nuttig zijn op zakelijk vlak:** personen die u effectief hebt gesproken, cliënten met wie u samenwerkte, interessante potentiële cliënten ... Zij zullen uw posts zien verschijnen, waardoor u verser in hun geheugen blijft zitten. Dat verhoogt de kans dat ze zich met hun volgende probleem (opnieuw) tot u richten.

Spreek uw netwerk aan



Een handige eigenschap van LinkedIn is dat de site toont in welke graad u verbonden bent met mensen met wie u (nog) niet geconnecteerd bent. U kunt onder hun naam zien hoeveel **gedeelde connecties** u heeft. Ziet u een interessante potentiële cliënt die geconnecteerd is met iemand uit uw eigen LinkedIn-netwerk? Dan kunt u die laatste vragen om u te introduceren. Zo komt uw potentiële connectie niet uit de lucht vallen bij uw verzoek.

Het is bovendien een goed idee om een **persoonlijke boodschap** bij een verzoek tot connecteren te voegen. LinkedIn plaatst er automatisch een standaardboodschap bij, maar u kunt die vervangen door een

persoonlijke tekst, waarin u toelicht waarom u wilt connecteren, waar u elkaar al gesproken hebt of van waar de persoon u zou kennen. Met zo'n kleine inspanning toont u meteen dat u de connectie de moeite waard vindt.

U kunt deze uitnodiging aanpassen



Voeg een persoonlijk bericht toe (niet verplicht):

Bijv.: We kennen elkaar van...

300

Annuleren

Uitnodiging verzenden

3. Wees sociaal en neem deel aan de conversatie



Profiel en connecties klaar? Tijd om actief te worden! LinkedIn is een sociaal medium. Het is dus zaak om deel te nemen aan de conversatie.

Deel uw inzichten

Deel een artikel, foto, video of idee

 Artikel schrijven



Plaatsen

Net als op andere sociale media kunt u zelf tekst en beeld posten. Let erop dat die posts gaan over uw **professionele expertise**, en bijvoorbeeld niet over uw kat of uw kind (dat is voor Facebook). Eigen posts zijn uiteraard belangrijk om zichtbaar te zijn op LinkedIn, maar tegelijkertijd mag u niet te veel posten om niet te opdringerig over te komen. Ons advies: beperk u tot **een of twee posts per week**. Voorzie ze van een **sprekende titel** en voeg eventueel een **beeld** toe. Zorg er ook voor dat uw post niet te lang is. Mensen scrollen vaak maar half aandachtig door sociale media, dus met een pakkende post grijpt u zo hun aandacht.

Interactie is het sleutelwoord

Minstens even belangrijk op LinkedIn is de interactie met anderen. U kunt **posts van anderen** 'interessant' vinden (met het duimpje), becommentariëren (tekstballonnetje) of delen (pijlje). Zo draagt u op een authentieke manier bij aan de conversatie, kunt u uw expertise laten blijken en wordt u gezien door andere gebruikers.



Advocatennet.be



Tijdens een reflectiemiddag op 16 november traden stafhouders, de Orde van Vlaamse Balies en de voorzitters van de jonge conferenties in dialoog over de toekomst van de advocatuur. [... meer weergeven](#)



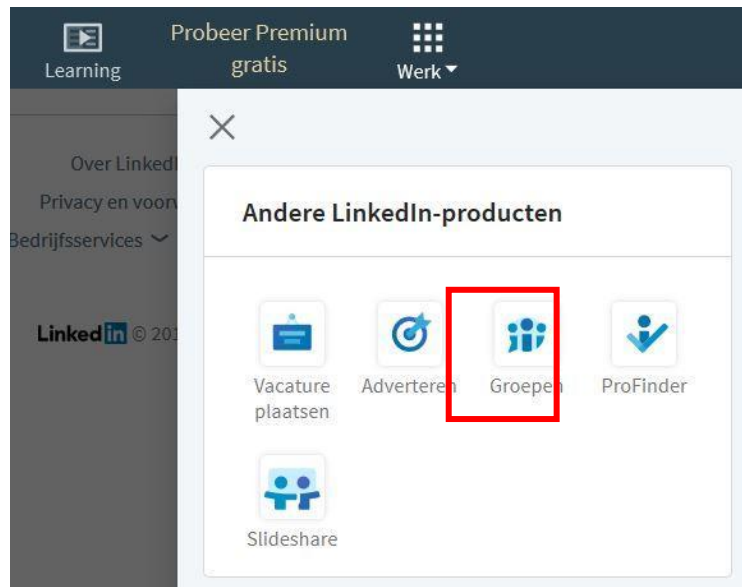
De toekomst van de advocatuur in vijf workshops
advocatennet.be



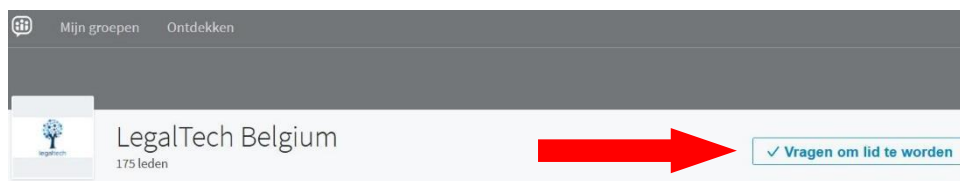


Groepen

Met LinkedIn kunt u zich bovendien lid maken van (besloten) **groepen** over uw domein. Daar kunt u inhoud en vragen delen, deelnemen aan discussies, opportuniteiten vinden en nieuwe contacten leggen. Ook zo zien andere gebruikers u en uw expertise.



Klik rechtsboven op de knop 'Werk' en vervolgens op het icoontje 'Groepen'. Vervolgens kunt u op zoek naar een groep over uw interessegebied of expertise en vragen om lid te worden.



Sophie De Canniere

Launching Knowlex.be - KnopsPublishing: Powering Mijnwetboek.be, J...

... 2 w

Is de digitale consument voldoende beschermd?

Digitale inhoud is het nieuwe consumptiegoed. Volgens Europa zijn er daarom nieuwe regels nodig ter bescherming van de consument, maar is dit initiatief wel afdoende? Prof. Régine Feltkamp geeft duiding bij deze problematiek via het Centrum voor Beroepsvervolmaking in de Rechten (CBR) bij Universiteit Antwerpen.



Digitale consumptie: is de consument voldoende beschermd?

Digitale inhoud, het nieuwe consumptiegoed Met een steeds grotere snelheid evolueren we naar een digitale consumptie maatschappij

Interessant [Commentaar](#)

4. Extra tips

Wil u zich helemaal onderscheiden op LinkedIn? Hier vindt u nog enkele bijkomende tips.

Vaardigheden en 'endorsements'

Vennootschapsrecht - 35

✓

Ondernemingsrecht - 32

+

Voor extra tips keren we even terug naar uw profielpagina. U kunt daarop immers naast uw ervaring ook vaardigheden en skills plaatsen. Klik op uw profielpagina op de knop 'Profielonderdeel toevoegen' en vervolgens op 'Vaardigheden'. Interessant is dat uw connecties uw **vaardigheden** kunnen **onderschrijven** (via 'endorsements'). De vaardigheden met de meeste endorsements komen bovenaan te staan. Aan de hand van die endorsements bewijst u dus dat u effectief vaardig bent in die skills.

Een goede manier om aan endorsements te komen, is om zelf de skills van uw connecties te onderschrijven. U kunt dat doen op hun profiel, maar soms verschijnen er op LinkedIn pop-ups die u vragen of connectie X inderdaad vaardig is in een bepaalde skill. Wanneer u hun vaardigheden onderschrijft, zullen zij sneller geneigd zijn u een wederdienst te bewijzen en ook op het plusteken te klikken.

Profielonderdeel toevoegen ▲

Achtergrond
▼

Vaardigheden
▼

Prestaties
▲

☰

Publicaties

1 publicatie op uw profiel

+

☰

Diploma's/certificaten

Leden met een diploma/certificaat worden 5x vaker bekeken.

+

📖

Cursussen

Vermeld de cursussen van een eerdere of huidige opleiding.

+

📁

Projecten

Voeg interessante projecten toe om uw ervaring te laten zien.

+

☆

Onderscheidingen en prijzen

Laat de erkenning zien die u hebt verdiend.

+

Publicaties, projecten en prijzen

Op uw profiel kunt u verwijzen naar relevante **publicaties** in boeken en tijdschriften. U kunt co-auteurs uit uw netwerk aan de publicatie toevoegen, en zij kunnen u op hun beurt aan hun publicaties toevoegen. Zulke publicaties bevestigen uw autoriteit. Op een gelijkaardige wijze kunt u op uw profiel **nascholingen**, succesvolle **projecten**, **prijzen**, uw **talenkennis** ... vermelden. Ook dat zijn manieren om zich te onderscheiden als expert.

Klik op uw profielpagina op de knop 'Profielonderdeel toevoegen' en klik dan op het onderdeel 'Prestaties'. Druk op het plusje naast elke categorie om een nieuw item toe te voegen.

Maak een pagina voor uw kantoor



XYZ Law

Advocatuur – Brussel, België – 123 volgers

[Bekijk alle 18 medewerkers op LinkedIn](#)

Om niet alleen uzelf, maar ook uw advocatenkantoor zichtbaar te maken op LinkedIn, kunt u **een bedrijfspagina aanmaken voor uw kantoor**. Ook die pagina maakt u natuurlijk zo volledig en informatief mogelijk. Uw medewerkers kunnen op hun profiel aanduiden dat ze op uw kantoor werken. Zo is heel uw kantoor aanwezig op de site. Uw medewerkers kunnen op hun beurt de posts van uw kantoor of elkaars boodschappen delen. Op die manier krijgt uw kantoor nog meer zichtbaarheid.

Link in handtekening

Nog een laatste tip? Zorg voor een link naar uw LinkedInprofiel op de persoonlijke pagina op uw website en plaats een **link of button** in uw e-mailhandtekening. Zo komen bezoekers en contacten vlot op uw profielpagina terecht.



Mr. An Janssens

Specialist vennootschapsrecht

[cv – LinkedIn](#)

Hyperlinkss

Met vriendelijke groeten,

An Janssens

Advocaat

012 34 56 78

an.janssens@xyz-law.be

Button met link

Het is duidelijk dat LinkedIn een essentieel onderdeel is van uw online zichtbaarheid als advocaat. Met onze tips wordt u een vakkundige LinkedIn-gebruiker en maakt u ongetwijfeld een indrukwekkende profielpagina waarmee u cliënten overtuigt van uw expertise.

Heeft u na het lezen van deze whitepaper nog verdere vragen over uw online aanwezigheid?

Wil u als advocaat gezien worden op het internet?

Contacteer **Jubel Service**. Wij helpen u graag verder!

redactie@jubel.be

09 233 34 20