

WYDANIE II
ZAKTUALIZOWANE
I ROZSZERZONE

„Wayne Breitbarth napisał znakomity poradnik korzystania z jednej z najszybciej rozwijających się społecznościowych platform marketingowych. Każdy przedstawiciel świata biznesu dowie się z tej rzeczowej książki, dlaczego warto być obecnym w LinkedIn. Przeczytaj ją i dowiedz się więcej”

— JACK COVERT, ZAŁOŻYCIEL 800-CEO-READ

W sieci korzyści Jak wykorzystać

LinkedIn

w kontaktach zawodowych



Wayne Breitbarth

Tytuł oryginału: The Power Formula for LinkedIn Success (Second Edition – Entirely Revised): Kick-start Your Business, Brand, and Job Search

Tłumaczenie: Magda Witkowska

ISBN: 978-83-246-9200-2

Copyright ©2013 Wayne Breitbarth
All rights reserved.

No part of this book may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise, without written permission from the publisher.

LinkedIn is a registered trademark of LinkedIn Corporation. The author is not associated with any product or vendor mentioned in this book unless otherwise noted. LinkedIn does not endorse any of the material contained herein.

Polish edition copyright © 2015 by Helion S.A.
All rights reserved.

Wszelkie prawa zastrzeżone. Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentu niniejszej publikacji w jakiejkolwiek postaci jest zabronione. Wykonywanie kopii metodą kserograficzną, fotograficzną, a także kopiowanie książki na nośniku filmowym, magnetycznym lub innym powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji.

Wszystkie znaki występujące w tekście są zastrzeżonymi znakami firmowymi bądź towarowymi ich właścicieli.

Autor oraz Wydawnictwo HELION dołożyli wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz Wydawnictwo HELION nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Drogi Czytelniku!

Jeżeli chcesz ocenić tę książkę, zajrzyj pod adres

<http://onepress.pl/user/opinie/wsieko>

Możesz tam wpisać swoje uwagi, spostrzeżenia, recenzję.

Wydawnictwo HELION

ul. Kościuszki 1c, 44-100 GLIWICE

tel. 32 231 22 19, 32 230 98 63

e-mail: onepress@onepress.pl

WWW: <http://onepress.pl> (księgarnia internetowa, katalog książek)

Printed in Poland.

- Kup książkę
- Poleć książkę
- Oceń książkę

- Księgarnia internetowa
- Lubię to! » Nasza społeczność



Spis treści

O książce	13
Wprowadzenie	15
Nigdy nie chciałem rejestrować się w tym serwisie!	
Rozdział 1. Nowy punkt widzenia na media społecznościowe ...	23
Wzór na sukces z LinkedIn	
Twoje niepowtarzalne doświadczenie	
Twoje niepowtarzalne relacje	
Narzędzie	
Rozdział 2. Projekt na milion boksów	29
LinkedIn — aby niewidoczne stało się widoczne	
Rozdział 3. Konkrety	41
Profil w serwisie LinkedIn — podstawy	
Rozdział 4. Błyskawiczna wizytówka	47
Profil w LinkedIn — osobista ramka identyfikacyjna	
Imię i nazwisko	
Zdjęcie	
Nagłówek	

Rozdział 5. Życiorys na sterydach	55
Profil w LinkedIn — doświadczenie	
Rozdział 6. Pokaż się z najlepszej strony	61
Profil w LinkedIn — kolejne pozycje z górnej ramki	
Lokalizacja i branża	
Wykształcenie	
Informacje kontaktowe	
Witryny internetowe	
Adres URL profilu publicznego	
Rozdział 7. Bravo!	71
Profil w LinkedIn — podsumowanie	
Podsumowanie	
Specjalizacja	
Rozdział 8. Nie sądzisz, że jesteś dobry?	81
Profil w LinkedIn — rekomendacje	
Ile rekomendacji powinienem mieć?	
Co powinno być napisane w moich rekomendacjach?	
Dlaczego rekomendacje są tak ważne?	
Wskazówki dotyczące pozyskiwania rekomendacji	
Rozdział 9. Nie jesteś szarym Kowalskim	89
Profil w LinkedIn — przysyłanie plików,	
dodatkowe sekcje i narzędzia	
Przesyłanie plików	
Specjalne sekcje profilu	
Narzędzia	
Rozdział 10. Kogo chciałbyś znaleźć?	105
Wyszukiwanie w LinkedIn	
Zapisz wyszukiwanie	

Rozdział 11. Znalazłem Cię, ale nie wiem,	
co mam z Tobą zrobić	115
Kontaktowanie się ze znalezioną osobą	
Funkcja przedstawień	
Rozdział 12. Gdzieś tam kryje się złoto	123
Poszerzanie sieci kontaktów	
Importowanie kontaktów	
Nawiązywanie kontaktu z kolegami ze szkoły	
Outlook Social Connector	
„Osoby, które możesz znać”	
Akceptowanie lub odrzucanie próśb	
o nawiązanie kontaktu	
Nawiązywanie kontaktu z konkurentami	
Tagi	
„Kto wyświetlał Twój profil”	
Rozdział 13. Słowa kluczowe to podstawa	135
Maksymalizacja szans na to, aby znaleźć innych	
i samemu dać się znaleźć	
Dokładne frazy	
Operator „I”	
Operator „LUB”	
Operator „NIE”	
Optymalizacja profilu pod kątem słów kluczowych	
Rozdział 14. Obecność firm w LinkedIn	143
Poszukiwanie firm i informacji na ich temat	
Polityki i procedury związane z social media	
Rozdział 15. Nadaj swojej obecności w LinkedIn	
większy impet	151
Potencjał grup	

Rozdział 16. Pokaż pieniądze!	157
Jakie działania podejmują skuteczni użytkownicy?	
Rozdział 17. Twoje konto, Twoje ustawienia, Twoje decyzje ...	169
Ustawienia i Centrum pomocy w LinkedIn	
Konta płatne i darmowe	
Centrum pomocy	
Rozdział 18. Nowy najlepszy przyjaciel poszukujących pracy ...	175
LinkedIn — największa na świecie internetowa	
baza danych dokumentów rekrutacyjnych	
Rozdział 19. Gotowi... do startu... start!	185
Sześć tygodni, dwie godziny tygodniowo,	
czyli mapa drogowa sukcesu	
Tygodnie 1. – 6.	
Organizacja czasu w LinkedIn	
Rozdział 20. Zakończenie (a może dopiero początek?)	197
Do którego obozu należysz?	
Rozdział dodatkowy	Moje dzieci są już na Facebooku
— nie mogą znaleźć pracy tam?201	
Dlaczego studenci powinni dołączyć do LinkedIn	
Zasoby	
Liczy się każdy znak209	
Wykorzystaj dostępne miejsce jak najlepiej	
Profil doskonały213	
Lista kontrolna optymalizacji profilu w LinkedIn	
Witryny internetowe w LinkedIn217	
Twój „odnośnik” do przyszłych okazji biznesowych	

Wyszukiwanie osób w LinkedIn	221
Twoja przepustka do wyższego ROI	
Grupy w LinkedIn	225
Osiągnij dzięki nim wymierne korzyści	
Podziękowania	229
O autorze	233

ROZDZIAŁ 2



Projekt na milion boksów

LinkedIn — aby niewidoczne stało się widoczne

Serwis LinkedIn sam siebie charakteryzuje w następujący sposób: „Witamy w LinkedIn, największej na świecie sieci specjalistów, liczącej ponad 300 mln użytkowników w 200 krajach i terytoriach na całym świecie. Nasza misja jest prosta: pomagamy specjalistom z całego świata nawiązać kontakty, co umożliwia im wzrost efektywności i osiągnięcie sukcesu. Dołączenie do LinkedIn gwarantuje dostęp do innych użytkowników, ofert pracy, informacji i aktualizacji, czyli niezbędnych czynników w rozwoju kariery”. Chciałbym zacząć od tego, jak wygląda działanie serwisu od strony praktycznej.

Na stronie LinkedIn znajduje się stwierdzenie, że jest to sieć specjalistów, czyli de facto zaufanych profesjonalistów. Ludzi należących do Twojej sieci kontaktów właśnie tak należy nazywać. To właśnie pod tym względem LinkedIn różni się od wielu innych serwisów społecznościowych, takich jak Facebook, którego użytkownicy

starają się pozyskać jak najwięcej „znajomych” — przy czym słowo *znajomy* jest tu zdefiniowane raczej szeroko. W przypadku LinkedIn cała koncepcja zasadza się na tym, aby nawiązywać kontakt wyłącznie z tymi osobami, które uważasz za zaufanych profesjonalistów. W ten sposób dochodzimy do pierwszej strategicznej decyzji, którą musisz podjąć: sam musisz określić, kogo będziesz zaliczał do grona zaufanych profesjonalistów — wszystko zależy od strategii, którą zamierzasz realizować w tym serwisie. Niektórzy postanawiają skoncentrować się na budowaniu jak największej sieci kontaktów, nawet jeśli oznacza to stosunkowo luźne podejście do przymiotnika *zaufany*. Ja podchodzę do tego inaczej. Dla mnie na miano zaufanej zasługuje osoba, do której mogę w każdej chwili zadzwonić i poprosić o rekomendację lub przedstawienie mnie komuś — osoba, o której wiem, że na tę prośbę przystanie. Oczywiście do tego grona zaliczam również ludzi, dla których ja zrobiłbym to samo.

Człowieka, którego dopiero co poznałeś w markecie przy stoisku z warzywami, raczej nie nazwałbym zaufanym profesjonalistą. Nie wykluczam, że to bardzo miła osoba i że przeprowadziliście fajną dwuminutową rozmowę, ale to jeszcze nie czyni tej osoby zaufanym specjalistą, którego warto dodać do sieci kontaktów z LinkedIn. Określenie parametrów „zaufanego” profesjonalisty to niezwykle ważny punkt wyjścia do korzystania z serwisu. Oczywiście istnieje wiele różnych opinii na ten temat. Osobiście uważam, że większość użytkowników tego serwisu powinna raczej obrać strategię konserwatywną. Dodatkowe przemyślenia na temat stawiania na ilość lub jakość w kontekście budowania sieci kontaktów przedstawię w dalszej części książki.

Gdy założysz już konto w serwisie i zaczniesz nawiązywać kontakty z zaufanymi współpracownikami i znajomymi, na głównej

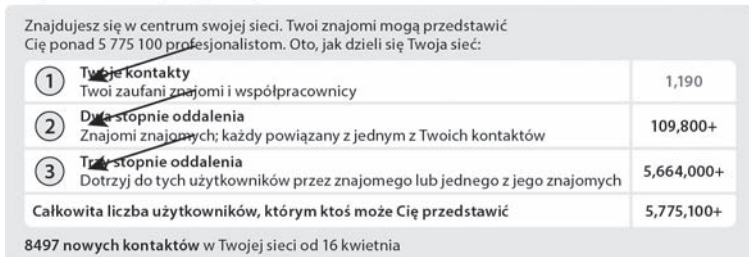
stronie swojego profilu znajdziesz informacje na temat Twojej sieci LinkedIn (por. rysunek 2.1). Przedstawione tu informacje umożliwiają monitorowanie ogólnych rozmiarów rozwijającej się sieci kontaktów. Aby dokładnie zrozumieć potencjał serwisu LinkedIn, powinienś zapoznać się z faktycznym znaczeniem tych trzech informacji.



Rysunek 2.1. LinkedIn pomaga śledzić rozwój sieci kontaktów

Serwis LinkedIn nieustannie się rozwija. Informacje przedstawione na rysunku 2.2 nie są już tam dostępne w tej formie, w jakiej je prezentuję. Umieściłem je tutaj, aby skuteczniej zilustrować koncepcję stopni oddalenia. Nawiązuje ona do teorii Kevina Bacona, zgodnie z którą wszyscy mieszkańcy świata są od siebie odseparowani maksymalnie o sześć stopni oddalenia. Poniżej zobaczysz trzy cyfry w okręgach: 1, 2 i 3. Pierwsza grupa osób jest od Ciebie oddalona o jeden stopień — to Twoi osobisci znajomi, oznaczeni nagłówkiem „Twoi zaufani znajomi i współpracownicy”.

Twoja sieć zaufanych profesjonalistów



Rysunek 2.2. LinkedIn pokazuje, jak wygląda Twoja szeroka sieć kontaktów

Oto przykład relacji występującej w pierwszym stopniu oddalenia. Załóżmy, że mam przyjaciela o nazwisku Joe Smith. Jesteśmy znajomymi od wielu lat. Być może staliśmy razem w deszczu na meczach piłkarskich naszych dzieci, a być może blisko współpracowaliśmy w interesach. Uznaję, że powinniśmy nawiązać kontakt w LinkedIn. Znajduję go w wyszukiwarce i wysyłam zaproszenie do mojej sieci kontaktów. Gdy Joe zaakceptuje już zaproszenie, nie musi zapraszać mnie do swojej sieci. W tym momencie obaj jesteśmy ze sobą połączeni w pierwszym stopniu.

Do kontaktów pierwszego stopnia powinni należeć ludzie, którzy są Twoimi znajomymi także w prawdziwym świecie. Dysponujesz siecią znajomości, którą budowałeś przez całe życie — w szkole średniej, na studiach, w kolejnych miejscach pracy, w klubach, do których należałeś, a także w ramach znajomości, które nawiązywałeś, prowadząc codzienne życie. Tę sieć kontaktów nazywam siecią „płaską”. Cała koncepcja serwisu LinkedIn zasadza się na tym, aby przekształcić tę „płaską” listę znajomych w sieć dynamiczną i wielowymiarową. Kontaktowanie się ze znajomymi za pośrednictwem serwisu LinkedIn umożliwi Ci pogłębianie Twojej sieci o kolejne stopnie oddalenia. Twoi znajomi zaczną Cię wspierać na różne nowe i wartościowe sposoby.

Wróćmy do Joego Smitha, mojego znajomego pierwszego stopnia. Kiedyś byłem właścicielem firmy handlującej meblami. Gdyby Joe stawiał wówczas jakiś budynek i potrzebował moich produktów i usług, prawdopodobnie by do mnie zadzwonił — w końcu bardzo dobrze się znamy. Cała zabawa zaczyna się w momencie, gdy przejdziemy na drugi stopień oddalenia. Załóżmy, że Joe Smith zna Boba Andersona. Bob Anderson również zamierza postawić nowy budynek. Wieść gminna niesie, że w budynku tym ma się znaleźć ponad milion

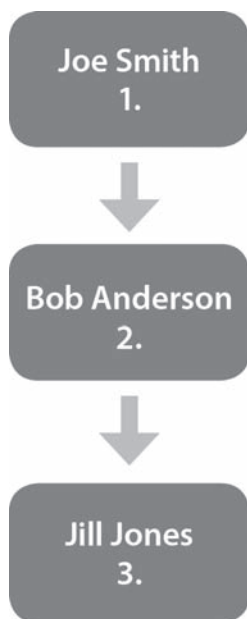
boksów dla pracowników. Zajmuję się meblami i mam pełną świadomość, że zlecenie na milion boksów w mieście rozmiarów mojej miejscowości to naprawdę *duży* biznes. W Twoim przypadku odpowiednikiem mojego miliona boksów może być znalezienie idealnej pracy, pozyskanie strategicznego partnera, który przyniesie Ci dodatkowe przychody, znalezienie nowego dostawcy, dzięki któremu obniżysz koszty produkcji, czy też znalezienie fundacji lub jakiejś osoby, zainteresowanych wsparciem Twojej ulubionej organizacji charytatywnej.

Założmy, że dobiegły mnie słuchy, iż nowym budynkiem zajmie się firma Boba — The Anderson Company. Wpisuję więc w wyszukiwarkę LinkedIn frazę „Bob Anderson” albo „The Anderson Company”. Stwierdzam, że mój przyjaciel Joe Smith należy do sieci kontaktów Boba Andersona. Skąd to wiem? Gdy wykonuję wyszukiwanie, obok nazwiska Boba pojawia się ikona „2.”, która oznacza, że Bob zna kogoś należącego do mojej sieci pierwszego stopnia. Znam część znajomych Joego — graliśmy razem w golfa, chodziliśmy na przyjęcia albo spędzaliśmy razem czas — z pewnością jednak nie znam ich wszystkich. Na potrzeby tego przykładu założmy, że akurat Boba nie znam i nie wiem, na czym polega jego relacja z Joem.

Gdy dowiaduję się o tym powiązaniu, podekscytowany dzwonię do Joego i pytam, czy nie skontaktowałby mnie ze swoim znajomym, Bobem Andersonem. Odpowiedź Joego jest następująca: „Żartujesz sobie? Pewnie, że was skontaktuję. To mój dobry znajomy. Znamy się od bardzo, bardzo dawna. Jeśli tylko moje wstawiennictwo ci pomoże, zrobię to z przyjemnością”. Czyż nie na tym od zawsze polegał networking? LinkedIn daje nam jednak nowe możliwości. Dzięki temu serwisowi mam wgląd w kontakty Joego i mogę poprosić go o przedstawienie mnie każdej osobie, z którą chciałbym się spotkać.

Zastanów się przez chwilę, jak duży tkwi w tym potencjał. Gdyby nie LinkedIn, jakie byłyby szanse na to, że dowiedziałbym się o znajomości Joego Smitha i Boba Andersona. Dzięki temu narzędziu dowiaduję się o tym praktycznie natychmiast i mogę skorzystać z własnej sieci kontaktów, aby nawiązać relację z Bobem.

Idźmy jednak o krok dalej, na trzeci stopień oddalenia. Załóżmy, że Bob Anderson zna Jill Jones. Pamiętaj, że ja nie znam ani Boba, ani Jill — znam tylko Joego. Dzięki LinkedIn mogę jednak odszukać Jill Jones oraz The Jones Company i dowiedzieć się, że Jill... Zgadłeś! Jill buduje budynek z milionem boksów. Mam możliwość skontaktować się z nią przez Joego i Boba.



Zerknijmy na całkowitą liczbę osób, do których miałem dostęp w chwili wykonania zrzutu ekranu (por. rysunek 2.3). Joe jest kontaktem w pierwszym stopniu oddalenia, Bob to relacja w dwóch

stopniach oddalenia, a Jill to kontakt trzeciego stopnia. W tej konkretnej chwili miałem dostęp do 1190 Joe, 109 800 Bobów i ponad 5,6 miliona Jill. Te liczby nigdy nie przestają mnie zadziwiać. Czasami mam wrażenie, że to musi być jakiś błąd — że to niemożliwe, abym znał tak wielu ludzi biznesu. Tak naprawdę jednak w tamtym momencie faktycznie miałem pośredni kontakt z ponad 5,7 milionami osób. Wiele z nich mogło ułatwić mi pozyskanie tego zlecenia na milion boksów. W mojej szerokiej sieci kontaktów od zawsze znajduje się 5,7 miliona ludzi. Po prostu do tej pory nie wiedziałem, kim są i w jaki sposób są ze mną powiązani. Od tamtej pory moja sieć jeszcze bardziej się rozrosła.

Twoja sieć zaufanych profesjonalistów

Znajdujesz się w centrum swojej sieci. Twoi znajomi mogą przedstawić Cię ponad 5 775 100 profesjonalistom. Oto, jak dzieli się Twoja sieć:

①	Twój sieć kontaktów Twoi zaufani znajomi i współpracownicy	1,190
②	Dwa stopnie oddalenia Znajomi znajomych; każdy powiązany z jednym z Twoich kontaktów	109,800+
③	Trzy stopnie oddalenia Dotrzyj do tych użytkowników przez znajomego lub jednego z jego znajomych	5,664,000+
Całkowita liczba użytkowników, którym ktoś może Cię przedstawić		5,775,100+

8497 nowych kontaktów w Twojej sieci od 16 kwietnia

Rysunek 2.3. Twoja sieć kontaktów rośnie w tempie wykładniczym

Pamiętasz starą i sprawdzoną metodę prowadzenia networkingu? Gdybym chciał skontaktować się z Bobem Andersonem albo Jill Jones i porozmawiać z nimi o potencjalnej okazji biznesowej, musiałbym do nich zadzwonić (gdybym w ogóle znał ich dane osobowe), wysłać e-mail, list, pocztówkę, cokolwiek. Trzynastu innych sprzedawców mebli z mojego miasta sięgnęłoby po te same sztuczki. W rezultacie Bob i Jill prędzej czy później zaczęliby krzyczeć: „Dość już tych koleśków od mebli!”. Dzięki serwisowi LinkedIn mogę znaleźć znajomego lub znajomego znajomego, który pomoże mi nawiązać

kontakt. Metodą tradycyjną bardzo trudno byłoby to skoordynować. To podstawowy atut serwisu LinkedIn — zamienia normalnie niewidoczne relacje w kontakty, które widać.

Pozwól, że przedstawię przykład sytuacji, w której Ty i Twoi znajomi mielibyście szerszą definicję słowa *zaufany*. Jestem bardzo podniekowany potencjalną transakcją na milion boksów, ponieważ gdy wyszukałem Boba Andersona oraz jego firmę, stwierdziłem, że mam ich w mojej sieci drugiego stopnia. Dzwonię zatem do Joego Smitha, mojego znajomego, a on mówi mi: „Chyba go nie znam. Kim jest ten cały Bob?”.

„Bob Anderson — mówię. — Masz go w znajomych w LinkedIn. Musisz go znać”.

„Wayne, naprawdę go nie znam”.

„Chyba sobie żartujesz. Przecież masz go w swojej sieci pierwszego stopnia. Widzę to. Jak możesz nie znać kogoś z własnej sieci kontaktów?”

Gdyby taka sytuacja powtórzyła się kilkakrotnie, mógłbym powiedzieć mojemu znajomemu: „Twoja sieć jest do bani, tak naprawdę nie znasz tych wszystkich ludzi. Masz na liście po prostu kolejne imiona i nazwiska, z którymi nie masz żadnej głębszej relacji. Jesteś jak zwykły dzieciak z Facebooka”.

Właśnie dlatego utrzymuję, że większość ludzi powinna zapraszać do sieci osoby znane i zaufane. Gdy musisz sięgnąć do kogoś oddalonego o trzy stopnie, pozostaje Ci liczyć na to, że relacje między drugim a trzecim stopniem i między pierwszym a drugim stopniem są równie silne jak Twoje relacje ze znajomym pierwszego stopnia. W przeciwnym razie potencjał serwisu okaże się znacznie mniejszy.

Większość książek i blogów poświęconych networkingowi podaje, że w przypadku ludzi biznesu grupa zaufanych specjalistów powinna

liczyć od 200 do 250 osób. Jeżeli nie jesteś użytkownikiem LinkedIn, najprawdopodobniej zarządzasz tymi kontaktami za pomocą jakiegoś pliku, Outlooka, katalogu kartkowego, listy nazwisk itp. Sugeruję jedynie, że powinieneś zastanowić się nad wprowadzeniem tych kontaktów do LinkedIn. Dzięki temu będziesz dysponował swoimi 200 – 250 znajomymi, a ponadto bezzwłocznie dowiesz się, kim są ich kontakty w pierwszym i drugim stopniu oddalenia. Automatycznie staną się oni Twoimi znajomymi w drugim i trzecim stopniu. Twoja sieć kontaktów w LinkedIn stanie się olbrzymia, o czym mogłeś się przekonać z poprzedniego przykładu.

Zatrzymajmy się na moment i odpowiedzmy sobie na jedno pytanie: czy można mieć za dużo kontaktów pierwszego stopnia? Prawdopodobna (zazwyczaj) odpowiedź brzmi: tak. Pozwól jednak, że doprecyzuję to pytanie: Czy można mieć za dużo kontaktów pierwszego stopnia, złożonych wyłącznie z zaufanych specjalistów? Teraz odpowiedź brzmi: nie. Zaufanych znajomych pierwszego stopnia nigdy za wiele. Nie powinieneś kwestionować tego, czym zajmuje się taka osoba, gdzie mieszka albo jakie ma wykształcenie. Dopóki ktoś spełnia Twoje kryteria zaufanego kontaktu, dodaj go do swojej sieci pierwszego stopnia, żebyś mógł się dowiedzieć, kogo on zna. Daje Ci to potencjalny dostęp do wszystkich jego znajomych oraz znajomych znajomych. Nie wiesz, z kim co tydzień gra w golf'a ani z kim uczęszcza do jednego kościoła.

Przez ostatnie lata przeczytałem mnóstwo książek, blogów i artykułów poświęconych serwisowi LinkedIn. Autorzy tych tekstów przez cały czas starają się rozstrzygnąć dylemat między ilością a jakością. To kwestia tego, czy lepiej jest mieć dużą sieć złożoną z kontaktów, których nie znasz bardzo dobrze, czy raczej mniejszą sieć, za to złożoną z osób, z którymi utrzymujesz bliskie relacje. Nieustannie

polecam moim słuchaczom tworzenie sieci złożonych przede wszystkim z zaufanych specjalistów. Istnieją jednak pewne przypadki, w których moim zdaniem warto naruszyć tę regułę ze względów strategicznych.

Jednym z przykładów są rekruterzy. W ich przypadku niezbędna jest jak największa sieć ludzi o różnym wykształceniu i różnych umiejętnościach. Słyszałem o pewnym rekruterze działającym w skali międzynarodowej, który miał w swojej sieci trzydzieści tysięcy kontaktów pierwszego stopnia. Kolejnego przykładu dostarczają sprzedawcy, którzy także mogą przedkładać ilość nad jakość. Moja książka została wydana w trzech językach, a moja działalność konsultingowa nabrała ogólnokrajowego charakteru, w związku z czym sam stwierdziłem, że opłaca mi się strategicznie poszerzyć sieć kontaktów. Być może i Ty znajdujesz się w podobnej sytuacji. Ogólnie rzecz biorąc, jeśli tylko dobrze rozważysz tę decyzję, właściwe będzie każde strategiczne podejście do korzystania z LinkedIn.

Gdy na pełen etat zajmowałem się handlem meblami w Milwaukee, zdarzało mi się zapraszać do sieci ludzi, których poznałem dzień wcześniej na jakimś spotkaniu networkingowym. Zwykle miało to związek z faktem, że odbyłem z daną osobą interesującą rozmowę albo że miałem powody, aby sądzić, iż kontynuowanie tej znajomości może przynieść nam obopólne korzyści biznesowe. Do wysłanego zaproszenia dołączałem od razu listę terminów, w których mogę umówić się na lunch albo na kawę, abyśmy mogli pogłębiać nowo zawartą relację. Takie znajomości nazywam kontaktami pierwszego stopnia „w toku”. Ciężko pracowałem nad rozwijaniem tych relacji tak długo, aż uznawałem, że dana osoba zasługuje na miano zaufanego profesjonalisty.

Jak już wspomniałem, prawdziwy potencjał serwisu LinkedIn polega na tym, że zamienia on w widzialne to, co dotąd było niedostrzegalne. Zobacz swoje kontakty — przekształć płaską sieć w sieć dynamiczną i wielowymiarową, a znajdziesz się na najlepszej drodze do pozyskania zamówienia na milion boksów.

ZASTOSOWANIE WZORU NA SUKCES



- Na początek sformułuj swoją definicję zaufanego profesjonalisty. Proponowałbym, abyś ją sobie zapisał. Osoby te składają się na pierwszy składnik wzoru na sukces: Twoje niepowtarzalne relacje.
- Pamiętaj, że wraz z każdym nowym kontaktem znajomy pierwszego stopnia tej osoby staje się Twoim znajomym drugiego stopnia, a znajomy drugiego stopnia tej osoby staje się Twoim znajomym trzeciego stopnia. Mechanizm ten powoduje, że Twoja niepowtarzalna sieć rośnie w tempie wykładniczym.

PROGRAM PARTNERSKI

GRUPY WYDAWNICZEJ HELION



1. ZAREJESTRUJ SIĘ
2. PREZENTUJ KSIĄŻKI
3. ZBIERAJ PROWIZJĘ

Zmień swoją stronę WWW
w działający bankomat!

Dowiedz się więcej i dołącz już dzisiaj!

<http://program-partnerski.helion.pl>

GRUPA WYDAWNICZA



Helion SA

„Warunkiem odniesienia sukcesu w dzisiejszych realiach biznesowych jest umiejętność skutecznego wykorzystania jednego z najpotężniejszych współczesnych narzędzi, czyli serwisu LinkedIn.

Lektura książki Breitbartha to znakomity punkt wyjścia”

— Erik Qualman, autor międzynarodowego bestsellera *Socialnomics*

Przekuj wirtualne kontakty w realne korzyści!

Media społecznościowe to dziś integralna część naszego życia. Tweetujemy o premierach kinowych, dzielimy się fotkami z wakacji, udostępniamy swoje treningi i dodajemy filmiki z koncertów. Możliwości są nieograniczone, dlaczego więc nie wykorzystać tego potencjału dla zwiększenia własnego zysku? Internet to nie tylko zabawa!

Odkryj międzynarodowy serwis społecznościowy idealnie dostosowany do Twoich biznesowych potrzeb i nadaj rozpęd swojej karierze zawodowej. Poznaj te możliwości LinkedIn, które pozwolą Ci zdobyć przewagę konkurencyjną. Dzięki temu praktycznemu podręcznikowi nauczysz się w pełni wykorzystywać nowoczesne narzędzia LinkedIn i wprowadzisz na nowy poziom swoje działania związane z poszukiwaniem pracy, prowadzeniem marketingu, rozwojem firmy czy sprzedażą. Wystarczy odrobina zaangażowania, a Twoja sieć kontaktów rozszerzy się jeszcze bardziej, co przyniesie Ci realne zyski.



Wayne Breitbarth — doświadczony biznesmen, który w przystępny i pozbawiony technicznej nowomowy sposób dzieli się swoją pasją związaną z jak najszerszym wykorzystywaniem mediów społecznościowych. Prowadzi firmę konsultingową, organizuje prelekcje i prezentacje. Niedgdyś sceptyk, dziś zagorzały zwolennik LinkedIn. Przekonaj się dlaczego!

www.powerformula.net

książkiklasybusiness

Nr katalogowy: 29920

Księgarnia internetowa:
<http://onepress.pl>

Zamówienia telefoniczne:
0 801 339900
0 601 339900

one
p r e s s

Sprawdź najnowsze promocje:
❶ <http://onepress.pl/promocje>
Książki najchętniej czytane:
❷ <http://onepress.pl/bestsellery>
Zamów informacje o nowościach:
❸ <http://onepress.pl/nowości>

Helion SA
ul. Kościuszki 1c, 44-100 Gliwice
tel.: 32 230 98 63
e-mail: onepress@onepress.pl
<http://onepress.pl>

cena 39,90 zł

ISBN 978-83-246-9200-2



9 788324 692002