
“Træd ud af din komfortzone og kom langt med LinkedIn”

Navn: Taner Cayan

Arbejde: Headhunter og recruiter

“Du skal lære og turde at komme ud af din komfortzone”.

Sådan siger Taner Cayan om at netværke og være jobsøgende på sociale medier som LinkedIn. Og han har selv sat handling bag ordene.

Taner Cayan har flere års erfaring som salgskonsulent, account manager, salgstræner og salgschef. Da han stod i en situation, hvor han søgte nye muligheder inden for salgsledelse, tog han en utraditionel fremgangsmetode i brug: Han kontaktede interessante profiler direkte på LinkedIn.

Det kom der mange spændende og relevante kaffemøder ud af, som har været med til at

styrke hans netværk og hjælpe ham til sin nuværende beskæftigelse. Men det krævede overvindelse og et spring ud på det dybe vand.

Her fortæller Taner Cayan om de vigtigste erfaringer, han har gjort sig fra LinkedIn.





3 råd fra Taner

1. Du skal turde at være sårbar

Det allervigtigste, jeg kan sige om at få noget ud af sociale medier som jobsøgende, er, at du skal turde at være sårbar. Hvis du ikke tør være sårbar, bliver det svært at finde modet til at række ud til de mennesker, som kan hjælpe dig.

I starten da jeg skulle kontakte nogen, jeg ikke kendte på eksempelvis LinkedIn, var jeg ude af min komfortzone, men jeg lærte hurtigt at fortælle mig selv: De er jo også bare mennesker.

Og så spørger jeg: Hvad har jeg egentlig at tabe? De værste svar, jeg har fået, er enten ingenting eller, at modtageren ikke ser et match med min profil. Og det går jo nok.

Der er derfor rigtig meget at vinde, men ikke særligt meget at tabe ved at åbne lidt op. Derfor vil jeg opfordre dig til, at du tager nogle chancer på LinkedIn og danner dig dine egne erfaringer. Du skal ikke bare gøre, som du plejer. Du skal være autentisk og tro mod dig selv, men prøv at slippe eventuelle hængninger.

2. Kort og konkret

Når du på LinkedIn sender en invitation om at connecte med en anden bruger, har du 300 tegn til rådighed til en personlig besked. Brug dem, men brug dem klogt. Din besked skal være konkret, enkel og målrettet. Du kan ikke præsentere dig selv på en fyldestgørende måde, men i stedet opsøge dialog.

Min standardbesked er noget i stil med: "Jeg vil gerne forbindes med dig, da jeg leder efter nye muligheder inden for salgsledelse. Så må jeg stjæle lidt af din tid og tilbyde en kop kaffe?" Jeg har haft rigtig god succes med den her besked.

Jeg vil gætte på, at cirka 70 procent af dem, jeg har sendt en invitation om at connecte, har accepteret. Når man så er blevet connected, kan du skrive længere beskeder.

Her er det altså vigtigt, at du har en LinkedIn-profil, som ser professionel ud. Du kan være helt sikker på, at de brugere, du forsøger at connecte med, besøger din profil, inden de svarer på din forespørgsel.

3. Udvælg dine tidspunkter

Jeg har erfaret, at det kan have stor betydning, hvornår du sender din kontakthanmodning afsted. Et godt tidspunkt for mig har vist sig at være søndag aften, hvor mange ser fjernsyn – med mobilen inden for rækkevidde.

Generelt har jeg oplevet, at timerne umiddelbart efter aftensmaden er et godt tidspunkt – her er der mange på LinkedIn.

Jeg har desuden haft succes med at sende beskeder afsted, når der er et populært program i fjernsynet. Det kunne være Vild Med Dans eller X Factor – for også her er der mange, der har telefonen fremme.