

# Marka osobista na LinkedIn.

## Zeszyt ćwiczeń

### I. ODKRYWANIE MARKI OSOBISTEJ

a. Jakie są Twoje silne strony, umiejętności i kluczowe kompetencje?

b. Jakie są Twoje wartości / zasady / motto?

c. Jakie są Twoje kluczowe cechy charakteru / osobowości / temperament?

d. Na czym się znasz? W jakim kierunku chcesz się dalej rozwijać?

e. W czym możesz innym pomóc?

## II. PLANOWANIE

### 1. Jaki są cele Twoich działań na LinkedInie?

a. Mój główny osobisty cel(-e) to:

b. Jak osiągnę ten cel(-e)? Co chcę zrobić, aby go osiągnąć?

c. Kiedy będę wiedział/-a, że osiągnęłam, osiągnąłem mój cel?

## 2. Grupa docelowa / odbiorcy:

a. Kim są Twoi docelowi odbiorcy? Czy są na LinkedInie?

b. Na jakie segmenty ich podzielisz? Jak możesz je opisać / scharakteryzować? Czego się boją/chcą uniknąć? W czym im możesz pomóc?

c. Kogo już znasz? Kto może Ci pomóc budować Twoją markę? Komu możesz pomóc?

### III. Uzupełnianie profilu

**a. Wypisz 10-20 fraz kluczowych opisujących Ciebie. To mogą być słowa opisujące Twoją wiedzę, specjalizacje, umiejętności twarde i miękkie, zainteresowania, osiągnięcia, hobby etc.**

Pytania pomocnicze: Jakbyś opisał/-a swoją branżę? Jakbyś opisał/-a swoje stanowisko? Jaka jest Twoja specjalizacja/-e? Jakie są Twoje osiągnięcia zawodowe? Jakie masz umiejętności? Jakie masz kompetencje / wykształcenie / ukończone kursy? Jakie są Twoje silne strony? Jakie masz hobby? Za co szczególnie cenią Cię inni ludzie / współpracownicy/ klienci? (Jeśli nie jesteś pewien/-a - zapytaj ich) Jak chciałbyś/-abyś postrzegany/-ana? Co inni użytkownicy LinkedIn powinni o Tobie wiedzieć? Jaki problem pomagasz / możesz pomóc im rozwiązać?

np. strateg marki, strategia komunikacji, branding, marka, social selling, social media marketing, LinkedIn, szkolenia, personal branding, storytelling, trener, mówca, keynote speaker, przedsiębiorca, firm dokumentalny, lindy hop, pomagam firmom lepiej komunikować się.

**Opisujące Ciebie słowa kluczowe to:**

**b. Spośród wszystkich fraz wybierz 3-5 najważniejszych**

Takie jakbyś chciał/-a aby Cię ktoś opisał od strony profesjonalnej? Jaki wizerunek chciałbyś / chciałabyś zbudować? Patrz z perspektywy szukających klientów w wyszukiwarce (SEO). Co mogą wpisywać? Czego i/lub kogo szukają za pomocą jakich słów? Np. strateg marki, social media marketing, trener LinkedIn, szkolenia

**Twoje topowe frazy to:**

### c. Opracuj nowy nagłówek (maks. 220 znaków)



Przykładowa struktura:

Stanowisko lub główna specjalizacja (np. sales manager) w [nazwa firmy] / słowa kluczowe określające Twoje specjalizacje, branżę (np. IT, IoT, AI) / silne strony / kompetencje / ciekawostka o Tobie + opcjonalnie wezwanie do działania, hasło, motto.

Przykładowe nagłówki:

Specjalista SEO w Delante Agencja SEO / SEM • E-commerce • Performance Marketing •  
Zwiększamy ruch na stronach www

Doradca Klienta Korporacyjnego w ING Bank Śląski S.A. | Corporate Banking | SME | Kredyty  
| Produkty Bankowe | Faktoring | Leasing | Wymiana Walut | FX | Podróże, szczególnie po  
USA

 Strateg marki i ekspert ds. social media • Mówca i trener biznesu • Szkolenia LinkedIn •  
Social selling • Personal branding • Storytelling • Film  [adriangamon.com](http://adriangamon.com)

**Twój nowy nagłówek to:**

#### IV. Sieć kontaktów

<b>Zapraszam do kontaktu / przyjmuję zaproszenia od:</b>	<b>Nie przyjmuję zaproszenia / wyrzucam z sieci kontaktów, gdy:</b>

## V. Twoja wiadomość powitalna

Znajdź osobę, która chcesz zaprosić. Przejrzyj jej profil i aktywności. Opracuj dla niej swoją wiadomość powitalną.

Przykładowa struktura wiadomości wysyłanej wraz z zaproszeniem:

- A. Przywitanie i uzasadnienie zaproszenia.
- B. Coś miłego/budującego relacje/komplement i/lub nawiązanie do punktu styku.
- C. Podpis. Opcjonalnie dodaj angażujące pytanie i/lub sugestia dalszego kontaktu.

Pamiętaj o limicie 300 znaków!

**Do kogo:**

**Wiadomość powitalna:**

## VI. Twoja tematyka treści (postów) na LinkedInie:

(O czym chcę pisać? O czym chcę rozmawiać z innymi?)

**W razie pytań zapraszam do kontaktu:**

**Adrian Gamoń >> <https://www.linkedin.com/in/adriangamon/>**