

# FUNDET?

SYNLIGGØR  
**DINE**  
KOMPETENCER

Jacob Høedt Larsen  
Bastian Lind

## Er du dig selv på nettet?

Bliv det på 2 timer om ugen



## Bliv en del af Din Online Profil

Denne e-bog er til dig, der vil opbygge en online profil, mens du studerer. Filosofien er, at det skal være nemt at gå til. Udgangspunktet er, at du skal bruge 2 timer om ugen på at fortælle din historie på nettet og opbygge din online profil. Det er nok. Ja, det er faktisk rigeligt. Vi forsøger altså ikke at beskrive hele den sociale medie-verden. Den skal du have lov til at udforske selv, hvis du har lyst. Og hvis du ikke har, så gør det, der står her i bogen - så er du allerede et langt stykke ad vejen til at fremstå godt på nettet.



Vi - forfatterne - har arbejdet med kommunikation i sammenlagt mere end 20 år.

Jacob Høedt Larsen er kommunikator og netværker. Siden 1996 har han arbejdet i medie- og kommunikationsbranchen. Han arbejder med kommunikation og HR i hele Norden i ejendomsselskabet Valad, og derudover holder han foredrag og skriver om PR, medier og karriere. Han er forfatter til bogen PR for mindre virksomheder, blogger og skriver klummer for Erhvervsbladet.

Du kan følge hans blogs på:

[www.dinonlineprofil.dk](http://www.dinonlineprofil.dk)

[www.talegaver.dk](http://www.talegaver.dk) og

[www.prformindrevirksomheder.blogs.erhvervsbladet.dk](http://www.prformindrevirksomheder.blogs.erhvervsbladet.dk)

Bastian Lind er ekspert i markedsføring og online kommunikation. Til daglig driver han virksomheden BLINDesign, hvor han har udviklet online og visuel markedsføring for både store og små virksomheder, samt DoubleGreen, som udbyder grøn hosting af hjemmesider. Bastian holder også foredrag og skriver om online markedsføring, sociale medier og karriere.

Bastian kan du også følge på:

[www.dinonlineprofil.dk](http://www.dinonlineprofil.dk) og på

[www.BLINDesign.dk](http://www.BLINDesign.dk)

**dinonlineprofil.dk**

Din Online Profil udvikler sig hele tiden - ligesom nettet. Du kan blive en del af det ved at melde dig ind i én af vores grupper på:



Eller læse med på [www.dinonlineprofil.dk](http://www.dinonlineprofil.dk)

Den her bog skal også udvikle sig. Derfor vil vi utrolig gerne høre fra dig, hvis du har kommentarer, støder på problemer eller udfordringer i dit arbejde med din profil - eller hvis du bare vil vende et eller andet. Mail eller skriv en kommentar på et af vores fora.

**Vi glæder os til dialogen.**

## Online profilering for studerende - en manual for begyndere

Det er mandag, og billetterne til en eller anden stor koncert er blevet sat til salg. Køen uden for Fona-butikken er næsten 100 meter lang – og billetterne sælges også andre steder.

Ærgerligt og frustrerende?

Ikke hvis du står forrest i køen.

Det er det, denne e-bog handler om: At komme forrest i køen. Vi må nok indse, at vi ikke har særlig stor indflydelse på, hvor lang køen er til det, vi allermost ønsker os - om det er billetter, bagerbrød... eller et job.

Når det gælder billetter og bagerbrød, handler det mest af alt om at stå tidligt op om morgenen. Jo tidligere du står op, jo længere fremme i køen står du, når dørene bliver åbnet.

Sådan fungerer arbejdsmarkedet ikke. Det er selvfølgelig altid en god ide at stå tidligt op om morgenen, gøre sine ting, læse lidt ekstra, få de gode karakterer. Men i bund og grund har du, når du har gennemført en uddannelse, de faglige kvalifikationer, der skal til for at blive en god medarbejder i den branche, som bruger folk med den uddannelse, du har.

Hvis du alligevel vil forrest i køen handler det om to ting: Synlighed og relationer.

Hvis du er i stand til at vise, hvad du dur til over for de rigtige mennesker – så står du først, når de gode jobs bliver delt ud.

Man kan skabe synlighed i den virkelige verden og online. I den virkelige verden handler det om at være dygtig til at komme i kontakt med andre mennesker. Til karrieremesser. Ved tante Olgas fødselsdag. På studiejobbet.

Det beskæftiger den her bog sig ikke med. Her drejer det sig om at skabe din online profil.

Med en god online profil kommer du længere frem i køen.



## Hvorfor bruge tid på at profilere sig online?

Englænderne siger, at "first impressions last." Det gælder altså om at klæde sig pænt på, børste tænderne, og lyde fornuftig, når du møder op til samtalen.

Men tandbørsten og fnugkosten er ikke længere nogen garanti for at gøre et godt første indtryk.

I dag er det første indtryk, man får af en kandidat, den søgning, der dukker op, når man taster hans eller hendes navn ind på Google.

Tro os. Langt de fleste rekrutteringsfolk googler en ansøger. Det er altså det, der dukker op om dig i den søgning, der er Det Første Indtryk. Ja, en HR-medarbejder, som ikke forbereder sig ved at søge kandidaten på nettet, er vel nærmest ikke rigtig forberedt. Derfor spørger vi: Er du dig selv på nettet? Får man det rigtige indtryk af dig, din personlighed og din faglighed, når man googler dig? Langt de fleste må svare nej til det spørgsmål. Især halter det, når det gælder fagligheden. De fleste mennesker man søger på, dukker op med nogle billeder fra en efterskole, den tid de løb Alt for Damerne løbet på og måske en Facebook-profil.

Det sker der intet ved. Der er ingen, der er blevet sorteret fra i en jobbunke, fordi de engang har været fulde, og billederne ligger på Facebook – altså måske på nær, hvis de har søgt job hos Indre Mission.

Men det er heller ikke noget, der skyder trusserne af hende, der skal rekruttere dig.

Derfor skal du allerede nu i gang med at opbygge Din Online Profil – så du ser spændende og interessant ud, når du engang skal ud og søge job – eller rejse penge til at blive selvstændig for. Din online profil hjælper dig nemlig med at bygge synlighed og relationer.

Jo, jo. Men det tager jo lang tid – og jeg skal også læse...

Nej, det tager ikke lang tid.

### Du skal bruge:

- To timer i aften på at oprette en blog og nogle forskellige profiler,
- 10 minutter dagligt på at opdatere og
- En time om fredagen til at formidle din faglige viden (eller om mandagen... hvis du er den type)

Sagen er altså, at det faktisk ikke tager så lang tid. Du producerer jo i forvejen uendelige mængder af tekst og viden i forbindelse med dit studie. Forskellen er bare, at fra i morgen kommer du også til at formidle den og synliggøre den.

## Det der er noget branding-pis fra Handelshøjskolen

"Helt overordnet er et brand en samling af symboler, oplevelser og associationer, som positionerer og differentierer et produkt, en service, virksomhed, organisation, person eller et sted. Hvis der er tale om et produkt, handler branding således om at sikre, at målgruppen kan genkende det i forhold til konkurrenternes produkter," skriver de på Wikipedia (12/10-09).

I bund og grund handler branding om at finde det, som gør et produkt unikt, og slå på det. Volvo ER sikkerhed.

Det er derfor, vi ikke kalder det branding – men profil.

En profil er langt mere nuanceret. Det handler om, at du skal formidle din personlighed og din faglighed i bred forstand. Du skal altså ikke spekulere en hel masse på, hvad dit Unique Selling Point er, eller hvordan din elevator-tale skal lyde.

Lige nu handler det om at begynde at bygge en profil op.

## Sådan kommer du i gang

Indrømmet. Der findes et hav af online medier og sociale ditto, som kan være med til at give dig profil, skabe synlighed og relationer. Hvis du har god tid – og interessen – synes vi, du skal prøve en masse forskellige af dem af: Flickr til dine billeder, Youtube til dine videoindslag og Twitter til dine små, hurtige kommentarer.

Men hvis du bare vil i gang, mener vi, du skal gøre tre ting i aften.

## De to timer i aften

### LinkedIn

Først skal du oprette en profil på [www.Linkedin.com](http://www.Linkedin.com). LinkedIn er basalt set en database, hvor man indtaster sit CV (i en noget udvidet form). Men til forskel fra andre CV-databaser, er profilerne linket sammen, sådan at man kan se, hvem der kender hvem.

Det betyder, at når du har oprettet din profil, skal du finde de mennesker, du kender på LinkedIn og invitere dem. Hvis de accepterer din invitation, bliver de dine connections.

### Men hvorfor LinkedIn:

- Søgmaskiner som Google elsker LinkedIn. Det er med andre ord - din LinkedIn-profil folk finder, når de søger på dig.
- LinkedIn giver dig mulighed for at vise præcist, hvad du kan - dit CV.
- Men derudover får du også mulighed for at skabe og opbygge et netværk. Hver gang du møder en ny person i forbindelse med studie, job eller privat, skal du connecte til ham eller hende, og der vil åbne sig nye muligheder for at netværke.

Du kan læse mere om LinkedIn i 2. del af bogen – den mere praktiske del.



## Blog

Når du har oprettet en LinkedIn-profil og inviteret dine kontakter, skal du oprette en blog på [www.wordpress.com](http://www.wordpress.com).

En blog (eller weblog) er en hjemmeside, som opdateres jævnligt med korte tekster (kaldet indlæg eller poster), som regel med den til enhver tid nyeste øverst. Der er ofte mulighed for, at læserne kan kommentere de enkelte indlæg. Indholdet kan variere fra det personligt dagbogsagtige til det politisk debatterende eller tematiske. En blog er ofte knyttet til en person, men kan også deles af en større gruppe (Wikipedia 12/10-09) Det er her, du udfolder din faglighed med artikler om dit fag.

Bloggen kan du integrere med din LinkedIn-profil, så dit netværk hele tiden kan følge med i, hvad du laver, og hvordan du udvikler dig.

Se mere om, hvordan du konkret gør i 2. del.

## Bookmarks

Nu går du ind på [www.delicious.com](http://www.delicious.com) og opretter en profil. I forvejen gemmer du formentlig dine favoritsider i din internet-browser. Delicious er sådan set bare en mulighed for at gøre det, så det er offentligt tilgængeligt.

Dine bogmærker på Delicious kan integreres med din blog, så du hurtigt bliver en autoritet på lige netop dit faglige område. Det er jo dig, der har de gode links til netop dit emne.

## RSS og Google Alerts

Hvis du løbende skal finde gode bogmærker og ideer til blog-indlæg, er det vigtigt, at du får inspiration. Fra andre bloggere, og fra indlæg på internettet.

Til det skal du bruge RSS-feeds og Google Alerts.

Lad os starte med [www.google.com/alerts](http://www.google.com/alerts). Her kan du sætte søgninger op, så du får en mail, når der er noget nyt på nettet om dit fagområde. Det er meget, meget simpelt at gå til. RSS-feeds er lidt vanskeligere at forstå. I bund og grund er det et format, som betyder, at du kan samle en hel masse blogs på én side - her Bloglines - og se alle opdateringer på siderne ét sted. Gå på [www.bloglines.com](http://www.bloglines.com) og opret en profil. Du kan kalde profilen, hvad du vil - vi foreslår, at den får samme navn som bloggen. Når du finder en god blog, som du gerne vil følge, lægger du den ind i Bloglines. Hver gang, der kommer et nyt blogindlæg, kan du se det i Bloglines. Det er RSS-feeds i en nøddeskal.

Du kan også se mere specifikt om Bloglines og Alerts i 2. del. Nu er du klar til at begynde at opbygge din online profil.



## De 10 minutter hver dag

Det er bedst, hvis man opbygger en online profil stille og roligt over tid. Søgmaskinerne kan godt lide, at der sker lidt, men at der sker noget hele tiden. Derfor skal du kun bruge 10 minutter om dagen på din online profil.

### Du skal:

- Gennemgå dine Alerts og Bloglines. Hvis du finder interessante artikler eller blogindlæg, lægger du dem i din Delicious. Du kan eventuelt kommentere på et blogindlæg, hvis du har lyst.
- Log ind på LinkedIn. Er der nogen nye bekendtskaber, du skal invitere? Du kan også kommentere på noget, som nogen i dit netværk er i gang med. Til slut skriver du lidt om, hvad du foretager dig i øjeblikket – eller stiller et spørgsmål til dit netværk, så de kan se, at du er i live.
- Du skal også logge på din blog og se, om der er nogen, der har kommenteret på et indlæg – og eventuelt besvare det.

Det tager 10 minutter – no more, no less.

## En time om fredagen

Én dag om ugen skal du bruge lidt mere aktivt. Du gør det samme, som du gør hver dag, men derudover skriver du et blogindlæg og tagger det. Et tag er søgeord, som beskriver dit blogindlæg.

Sådan ser en uge med Din Online Profil ud. Det ser ud af lidt, men det flytter meget.

Hvis du laver et blogindlæg om ugen i de fem år, du læser, bliver det til godt 250 indlæg, som alle sammen fortæller en historie om, at du er fagligt dygtig.

Hvis du bare udvider dit netværk med en enkelt kontakt hver måned på din LinkedIn, har du mindst 70 kontakter, når du er færdig. Hver enkelt kontakt på LinkedIn giver for mit (Jacobs) vedkommende adgang til yderligere 89 personer – altså over 6.000 mennesker ialt, som du kan komme i kontakt med gennem andre.

Og: Alle disse mennesker i dit netværk har løbende haft mulighed for at følge dig. I vores optik betyder det, at du er fem år foran, når du starter – det giver en god plads i køen. Med to timers arbejde om ugen.

## Hvis du er meget ivrig...

**... kan du sagtens kaste dig over nogle af alle de andre muligheder for at skabe profil og netværk i cyberspace.**

Hvis du er interesseret i at prøve andre ting af, så start på [ting.blogs.ku.dk](http://ting.blogs.ku.dk), hvor de gennemgår mange forskellige værktøjer på en god måde. Du må selv sætte dig ind i at bruge dem - og hvordan du vil bruge dem. Eller du kan følge med oven på [www.dinonlineprofil.dk](http://www.dinonlineprofil.dk), hvor vi blogger om alle mulige værktøjer.

### Men pas på!

Når man deltager i sociale medier og opbygger en online profil, er det vigtigt, at man er vedholdende. Det er derfor, vi siger, at man skal bruge 2 timer om ugen - ti minutter om dagen + 1 time om fredagen. Hvis du vælger at bruge andre medier, så kommer du også til at bruge mere tid. Du kan sagtens komme ind på det på et senere tidspunkt, men lige nu er det vigtigt, at du hele tiden holder dig for øje, at det du sætter i gang, skal du kunne blive ved med.

Hvis man sætter for meget i gang, bliver ingenting godt – tro os, vi har været der.

## Sådan gør du... i praksis

I den her del går vi lidt mere praktisk til værks og kommer mere ned i materien omkring de enkelte netværk. Vi mener dog, at de fleste netværk er umådelig lette at gå til - sådan rent teknisk. Derfor beskriver vi mere, hvordan du bedst benytter værktøjerne til at fortælle din unikke historie om din faglighed og din personlighed.

Afsnittet er delt op, så du får nogle lister, du kan bruge i arbejdet.

### De to timer i aften

Opret en profil på [www.linkedin.com](http://www.linkedin.com) og udfyld den 100 %

**Læg et godt billede på**, helst uden feriehat og solbriller

### Skrive et kort resume

Et resume skal afspejle det unikke i dig. Hvad er det, du tilbyder og ved noget om? I helt kort form. Tag udgangspunkt i dem, der skal ansætte dig. De første tre linjer skal give dem svar på; hvorfor? Herefter kan du lidt mere frit fortælle om dig selv, dine værdier, passioner og meget vigtige tidligere erfaringer. Prøv at browse lidt rundt og se andres resumeer.

### **Udfyld dine "specialities"**

Dine specialities er i enkeltord dine faglige kompetencer. For eksempel: "Human resources, recruiting, talent management" for en HR-medarbejder. Tænk på, hvad en eventuel arbejdsgiver vil bruge af ord, hvis han eller hun skulle søge efter dig - det her er nemlig en slags søgeord på dig.

### **Udfyld din arbejdserfaring**

Få det hele med, inkl. en kort beskrivelse af, hvad du har opnået og lært - tænk på at få beskrevet, hvordan den her erfaring hænger sammen med det, du tilbyder en arbejdsplads i dit resume. Du skal forsøge at skabe en samlet historie om dig selv.

### **Udfyld din uddannelseserfaring**

Husk også her at få de erfaringer med, som hænger sammen med dit resume.

### **Udfyld med website, interesser og præmier, hvis du har fået sådan nogle**

#### **Inviter dem, du kender**

Målet er i første omgang, at du skal have 50 connections, fordi det først er der, en profil sådan for alvor ser ud som om den er aktiv. Hvis du bruger Outlook kan du automatisk uploade alle dine kontakter og undersøge, om de er på. Det samme kan du gøre med Hotmail og andre mail-applikationer. Hvis det ikke kan lade sig gøre, må du i gang med at lede. Når man inviterer på LinkedIn, kommer der en standardtekst i invitationen. Lad være med at bruge den. Det er langt mere personligt lige at skrive to linjer om, hvorfra man kender hinanden eller lignende.

### **Tilmeld dig tre grupper**

Gå ind i grupper og søg på nogle af de udtryk, som du bruger om din faglighed og meld dig ind i tre grupper på dit fagområde. Grupperne signalerer dels, hvad du interesserer dig for. Men de åbner også for nye netværk - derfor er det godt, hvis du kan finde danske grupper (måske har din fagforening en). Du kan eventuelt melde dig ind i gruppen Din Online Profil - så får du i hvert fald adgang til et netværk af folk, som interesserer sig for online profilering.

### **Tilmeld dig applikationen "Reading list by Amazon"**

og find de bøger, du har læst eller læser på studiet.

### **Gå ind i Questions & Answers og find den eller de kategorier af spørgsmål / svar, som ligger op ad din faglighed.**

Det er nemlig en god ide engang imellem at besvare spørgsmål, som andre har stillet. Det hjælper dig til at opbygge en faglig profil og skaber netværk.

### **Gå ind på [www.wordpress.com](http://www.wordpress.com) og opret en blog**

Når du skal navngive bloggen, kan du vælge én af to ting. Kald den dit fulde navn (det vil søgemaskinerne belønne) eller kald den noget fra din faglighed.)

### **Gå ind i Appearance og Themes og vælg et lækker design**

Lav en "Om" page, hvor du lægger dit resume fra LinkedIn ind. Gå i widgets og sørg for, at du bruger: "tags", "søg", "kommentarer" og "flest læser"

**Brug 10 minutter til at klikke lidt rundt og få en fornemmelse af Wordpress** - der er utrolig mange muligheder. Find ud af, hvilke du vil bruge.

**Gå tilbage på din LinkedIn-profil og brug Applicationen Wordpress til at integrere din blog på din LinkedIn-side**

På den måde sikrer du dig, at dit netværk altid får dine nyeste blog-inlæg og dermed følger med i, hvad du laver

**Gå på [www.delicious.com](http://www.delicious.com) og opret en profil**

Download eventuelt deres genvejsbjælke, så du hurtigt kan bookmarkere en ny side, du finder.

Begynd med at lægge de direkte links til spørgsmål / svar på LinkedIn ind.

Gå tilbage til din Wordpress og integrer den med Delicious ved at bruge Widgetten Delicious under Appearance.

**Gå nu på [www.bloglines.com](http://www.bloglines.com) og opret også her en profil**

**Find 10 blogs, som du vil abonnere på**

Begynd med at søge på begreber fra din faglighed og brug 10 minutter på at besøge blogsene og dem, de linker til. Registrer de interessante i Bloglines.

**Slut på [www.google.com/alerts](http://www.google.com/alerts) og opret mindst fem Alerts med ord fra din faglighed.**

Nu er du klar til stille og roligt at begynde at opbygge din online profil ved at bruge et par timer om ugen.

## 10 minutter hver dag

Den her liste skal du bruge dagligt. Eller: Lige pludselig sidder den naturligvis på rygraden, men lige nu er det en god ide at bruge den.

Start med:

### At kigge på nyheder på Bloglines

### og i dine Google Alerts

### Lav bogmærker på Delicious af spændende artikler

Du skal have en målsætning om at lave mindst 3 bogmærker om ugen.

### Kommenter på interessante blogindlæg

Din målsætning bør være, at du kommenterer på et indlæg hver uge. Kommentarerne er med til at profilere dig, opbygge netværk på dit fagområde og trække trafik til din egen blog.

### Få en ide til et blogindlæg

Fornem hvad der fanger dig af overskrifter, og lad dig inspirere af artikler du læser. Er du enig, uenig, eller har du noget at tilføje?

## Gå så på LinkedIn:

### Opdatér din statusmeddelelse

Det er her, du holder dit netværk opdateret. Hvad er du i gang med at lave i øjeblikket; "skriver opgave om USA's forhold til Mellemosten." Men du kan også bede om hjælp: "Hvem kan anbefale nogen, der ved noget om USA's forhold til Mellemosten?"

### Invitér en ny kontakt

Målet er, at du inviterer en ny kontakt hver uge. Folk du møder i andre sammenhænge, eller én fra en gruppe på LinkedIn, som du har haft dialog med. Kun fantasien sætter grænser i den sammenhæng.

### Check Question & Answers og byd ind med dit svar

Du bør lave en besvarelse hver uge.

**Opdatér din Amazon-bogliste**, hvis du har læst eller skal til at læse nye bøger.

**Slut af med at checkke, om der er nogen, der har kommenteret indlæg på din Wordpress-blog.**

## En time om fredagen...

... eller i hvert fald en time en dag om ugen. Du kan selvfølgelig selv bestemme, hvornår du lægger den. Målet er, at få lavet en lille smule mere, end du når til daglig.

### **Skriv et blogindlæg (eller to)**

Se mere om, hvordan man laver et blogindlæg lige herunder  
Lav en anbefaling af en connection på LinkedIn og bed om en anbefaling tilbage.

### **Find en blog at abonnere på via Bloglines**

## Sådan skriver du et (godt) blogindlæg

Helt basalt så handler din blogging om, at du skal formidle din faglige kunnen på en måde, så vi alle sammen - ikke mindst arbejdsgiverne - kan forstå det. Og hvis vi så også forstår, at du er dygtig til at bruge din viden - så er du kommet langt.

### **Der skal to ting til:**

Du skal finde et godt emne og

Du skal skrive et indlæg, som nogen gider at læse (og måske endda kommentere)

**Så!** Hvad skal du blogge om. Du kan faktisk hente inspiration og stof rigtig mange forskellige steder. Her er nogle bud på, hvordan du forholdsvis nemt finder et emne. Målet er jo, at du skriver mindst ét blogindlæg hver uge:

Først og fremmest kan du finde stoffet i dine opgaver. Én opgave bør kunne blive til mindst ét blogindlæg - nogle gange flere. Der er ingen grund til, at du læser hele din opgave over på bloggen. Et godt blogindlæg kan såmænd godt være langt, men prøv alligevel at holde dig under omkring 2.500 tegn. Men konklusionen kan være interessant, noget af analysen, måske metode-afsnittet. Se eventuelt Jacobs blog fra hans speciale: <http://forhandling.wordpress.com/> - det er ikke verdens bedste eksempel, men du kan måske alligevel se, hvad vi mener.

Det er også en god ide at anmelde, kommentere, beskrive det stof, du læser i lærebøger eller anden faglitteratur. Vi foreslår, at du ikke blot refererer, men giver det hele din egen vinkel.

Ting, der diskuteres i dit fag, er naturligvis også et godt udgangspunkt. Du får også en masse gode ideer, når du hver dag gennemgår andres blogs via din Bloglines og læser dine Google Alerts.

Allerbedst er det, hvis du har oplevet noget i virkeligheden, som giver anledning til et indlæg. Eksempel: Den jurastuderende, som nu for 20. gang er blevet spurgt om arvereglerne til en familiefest, kunne skrive et indlæg om... arvereglerne.

Medierne er også ofte en guldgrube. Hvis der sker et eller andet, som du kan kommentere på. Eksempel: En dansk-studerende med speciale i medier kommenterer måske på Sidney Lee som fænomen.

Når du begynder at få besøgende til dine blogindlæg, kan du se, hvad de har søgt på for at komme til dig. Måske giver det dig ideer.

Det første års skriblerier burde ikke være et problem. Men hvordan skriver man dem så. Blogindlæg er ofte forholdsvis korte, med en enkelt (ikke nødvendigvis enkel) pointe og gerne med et personligt touch. Når du skriver, skal du lægge det akademiske væk og starte artiklen med det, du må forvente, at læseren er mest interesseret i - som regel konklusionen.

En blog er i virkeligheden et oplæg til dialog. Derfor er det også altid godt at stille spørgsmål for at involvere sine læsere. Altså: "Hvad mener du?", "hvordan ser du på det her?"

Der findes en række forskellige typer blogposts (her stjålet direkte fra <http://www.problogger.net/archives/2005/11/29/20-types-of-blog-posts-battling-bloggers-block/>), hvor du kan se mere:

**How-to**, hvor du instruerer læseren i et eller andet emne.

Ren information, hvor du fortæller noget, du ved. Anmeldelser, som vi allerede har talt om Lister. Faktisk ét af de bedste tricks i blog-bogen. "7 myter om konservativ politik." "De 10 bedste måder at komme i kontakt med publikum." Lister er nogle af de meste læste blog-indlæg Interview.

**Lav et interview** med én, der ved noget om dit emne. Det er i øvrigt en super-god måde at udvide sit netværk på.

**Profiler:** Lav en profil - eller måske et helt bibliotek - af interessante personer på dit fagområde. Igen. Killer networking. Link-post, hvor du samler de bedste links inden for et bestemt område Problem-posten, hvor du opdager et problem (den jurastuderende der bliver ved med at forklare den samme arveregel) og beskriver løsningen.

**Sammenligning**, hvor du sammenligner to modsatrettede ting - eksempelvis teoretikere.

Undersøgelsen-viser-bloggen, hvor du beskriver en undersøgelse, måske én du selv har foretaget i forbindelse med en opgave.

Projekt-posten, hvor du involverer læseren i løsningen af en eller anden form for projekt - eksempelvis en opgave.

I det hele taget er vi overbeviste om, at du allerede kan skrive. Det er bare om at komme igang - og blive ved. Mindst én post om ugen, så bliver du helt automatisk dygtig til det. Lad eventuelt andre læse dem og kommentere.

## Networking ... for begyndere

Vi har flere gange beskrevet, hvordan det ikke kun handler om synlighed, men også om relationer. Networking er lidt af et buzzword for tiden, og vi tror egentlig, at mange føler sig utilstrækkelige, fordi de ikke har verdens største og bedste netværk.

Derfor lige et par ord om praktisk networking.

### **Først: Hvem skal man have i sit netværk?**

Alle dem, man møder og kommer i kontakt med. Der er mange, som anbefaler strategisk networking, hvor man afdækker, hvem der er "gode at kende". Det gør vi ikke. Du kan reelt aldrig vide, hvem der skaber den forbindelse, som gør, at du kommer forrest i køen.

Derfor skal du have de personer i dit netværk, som du selv gider gøre en indsats for.

Det handler nemlig om det, der hedder giver's gain. Hvis man giver, så modtager man. I den rækkefølge. Men, jeg har jo ikke noget at give som studerende, siger mange.

Jo, det har du, for det handler ikke om at give en ordre eller en million kroner.

Det handler mest af alt om at være opmærksom.

## Du kan for eksempel:

- Give positiv omtale på din LinkedIn-status af en anden
- Omtale vedkommende på din blog
- Sende gode og relevante blog-artikler, som du finder
- Holde ham opdateret på den nyeste udvikling i dit fag

Det vigtigste er at du viser interesse for dit og dit netværks fag, folk elsker at fortælle om deres interesser, så det er nemt bare at spørge "hvad laver du så for tiden", så spørger de nok også dig.

Altså ganske simpelt "keep in touch", spørg interesseret ind til, hvilke projekter de sidder med for tiden.

## Der er masser af muligheder for at udvikle og udvide netværket:

- Gennem folk, du møder i forbindelse med studie eller job
- Når du interviewer folk i forbindelse med profiler eller artikler til din blog
- Når du har kontakt med folk i forbindelse med dine opgaver
- Det kan også bare være venners venner, som du møder og har en spændene samtale med... Blot som eksempel.

## Nu er du i gang..

Det kræver i virkeligheden ikke så meget at komme i gang med at profilere sig online. En LinkedIn-profil, en blog og en delicious-konto.

Men du skal holde fast og blive ved at bruge 2 timer om ugen på at opdatere og udvikle fagligheden i din profil.

Så er du godt på vej.

