



# نکات زیرپوستی درباره لینکدین

چگونه در ایران از این شبکه اجتماعی،  
هدفمندتر استفاده کنیم؟



مجموعه کتاب: کالبدشکافی شبکه‌های اجتماعی

مؤلف: نیما شفیع‌زاده

## فهرست کتاب:

پیش از متن  
مقدمه  
پیشگفتار

۱۵ لینکدین چیست؟

۱۶ لینکدین به فارسی

۱۶ استقبال ایرانی‌ها از لینکدین

۱۷ تعداد کاربران ایرانی لینکدین

۲۰ اصطلاحات لینکدین

۲۴ چند نکته کلیدی

۳۰ تفاوت حساب کاربری عمومی با حساب کاربری پرمیوم در لینکدین

۳۳ تجزیه و تحلیل مطالب و مقاله‌ها

۳۸ مصاحبه

۴۳ نحوه نمایش پست‌ها در فید (تایم لاین) لینکدین

۴۴ آگهی استخدام در لینکدین

۴۶ درج آگهی استخدام در لینکدین

۴۹ لینکدین و تأثیر آن بر شغل

اینارو هم بخون!

۵۳ منابع

پس از متن



## مقدمه

نبوغ و سخت‌کوشی در تولید محتوا  
با شبکه‌های اجتماعی همه‌چیز قابل دستیابی است

شما را نمی‌دانم، ولی من به نیما شفیع‌زاده حسادت می‌کنم. آخر چه کسی را دیده‌اید که برای نوشتن مطلبی در بلاگش که نه سفارش دهنده‌ای دارد و نه حق‌التحریری، کارهای زیر را روی سر خودش بریزد:

- یک موضوع مهم و جامع را انتخاب کند.
- حداقل یک ماه وقت بگذارد و از سیر تا پیاژ آن را در بیاورد تا به منابع معتبر ارجاع بدهد.
- سختی‌های مصاحبه با چهره‌های نامدار را برای رسیدن به داده‌های دست‌اول و تولید نوشته‌ای بومی تحمل کند.
- نوشته‌اش را با وسواس، ویرایش و رنگ‌آمیزی کند.
- برای رساندن نوشته‌اش به مخاطبان هدف و کمک به آن‌ها، با سماجت بکوشد.

در روزگاری که فضای وب فارسی به زباله‌دان تبدیل شده و جز ترجمه چندباره مطالب سطحی چیزی در آن یافت نمی‌شود، نبوغ و همت نیما شفیع‌زاده رشک‌برانگیز است. بعضی از افراد از قدرت و توانمندی منحصربه‌فردی برخوردارند. آن‌ها می‌توانند «خیال ما را راحت کنند.» نیما یکی از آن‌هاست و این حرف را با خواندن هر جلد از این مجموعه به وضوح حس می‌کنید. کتاب پیش رو سوخت جت است و شما

فقط باید دکمه پرواز را بزنید. نگاهی ساده به کتاب‌های این مجموعه باعث می‌شود نفس راحتی بکشید و احساس بی‌نیازی کنید. حالا منبعی دارید برای یادگیری چگونگی داشتن حضور در شبکه‌های اجتماعی و فعالیت مؤثر در آن‌ها.

برای یک بلاگردست‌آورد بزرگی است که بازدیدکنندگان، حتی قبل از خواندن نوشته تازه‌اش، آن را در شبکه‌های اجتماعی‌شان با دیگران به اشتراک بگذارند. نیما طی مدت‌زمان کوتاهی با نوشته‌هایش در بلاگش به هویت منحصر به فردی رسیده است. از دید من، عنوان هریک از نوشته‌های بلاگش کافی است که بدانیم با نوشته‌ای کاربردی و جامع طرفی هستیم. در فضای محتوای وب فارسی، نوشته‌های نیما مثل گونه‌نایابی به نظر می‌رسند که باید برای تقویت آن‌ها کوشید.

من که بنا دارم ده‌ها نسخه از مجموعه کتاب کالبدشکافی شبکه‌های اجتماعی را تهیه کنم و به دوستانم هدیه بدهم. چون کار و زندگی در روزگار ما با شبکه‌های اجتماعی عجین شده و چه بهتر که به جای مصرف‌گرایی صرف و برده‌ای این شبکه‌ها بودن، به عضو فعال و مؤثری در آن‌ها تبدیل شویم. شبکه‌های اجتماعی ثابت کرده‌اند که می‌توانند سرعت ما را برای رسیدن به بسیاری از دستاوردهای مالی، عملی، هنری و... چند برابر کنند.

کتابی که در دست دارید همه دیدگاه‌ها، تکنیک‌ها و ترفندهای لازم برای درخشیدن در شبکه اجتماعی لینکدین را در اختیاران قرار می‌دهد تا بتوانید قصر باشکوه خودتان را در این شبکه اجتماعی بنا کنید. نیما شفیع‌زاده خیال شما را راحت می‌کند.



## پیشگفتار

حدس می‌زنم که شما هم مثل من خیلی وقت‌ها دربارهٔ موضوعات مختلف خاصی در اینترنت یا اسامی کتاب‌ها جست‌وجو کرده‌اید، اما به خاطر هم‌راستابودن آن محتوا با فرهنگ ایرانی انگیزه‌ای برای خواندن نگرفته‌اید. اگر هم شروع به خواندن آن کردید یا اطلاعاتی کلی دربارهٔ موضوعات مختلف دریافت کرده‌اید یا آن مطلب به زبان انگلیسی بوده است.

انگیزهٔ اصلی من از نوشتن مجموعه‌کتاب کالبدشکافی شبکه‌های اجتماعی این است که کاربران ایرانی بتوانند از این سه شبکهٔ اجتماعی محبوب، با توجه به میزان استفاده در بین ایرانیان و فرهنگ استفادهٔ کاربران ایرانی از شبکه‌های اجتماعی به بهترین شکل استفاده کنند.

در کتاب پیش‌رو دربارهٔ ماهیت شبکهٔ اجتماعی لینکدین، اینکه از کجا شکل گرفته، دلیل استقبال ایرانی‌ها از آن، تعداد کاربران ایرانی فعال در این شبکهٔ اجتماعی، نحوهٔ فعالیت کارآمدتر در آن و اصطلاحات رایج در این شبکهٔ اجتماعی و... صحبت کردم و در انتهای کتاب با یکی از فعالان سرشناس در این شبکهٔ اجتماعی مصاحبه‌ای انجام دادم. کتاب حاضر از این نظر که با توجه به فرهنگ ما ایرانی‌ها در استفاده از شبکهٔ اجتماعی لینکدین نوشته شده، حائز اهمیت است.

این مجموعه کتاب را تقدیم می‌کنم به همهٔ کسانی که می‌خواهند با این سه شبکهٔ اجتماعی بیشتر آشنا شوند و از آن‌ها برای پیشرفت خود یا کسب و کارشان استفادهٔ هدفمندتری کنند.



ما آدم‌ها هر روز وقت زیادی را در شبکه‌های اجتماعی مختلف می‌گذرانیم. خیلی از این شبکه‌ها صرفاً برای وقت‌گذراندن و سرگرمی هستند و خیلی‌ها هم این‌طور نیستند. یکی از این شبکه‌های اجتماعی لینکدین<sup>۱</sup> است. در لینکدین می‌شود ارتباطات قوی و کارآمد ساخت، پرسونال برندینگ کرد، دیدگاه‌های مختلف دربارهٔ موضوعات مختلف را خواند و موقعیت‌های شغلی جدید پیدا کرد.

تقریباً از سال ۱۳۸۵ بود که یواش یواش به تعداد ایرانی‌های داخل لینکدین افزوده شد. از آن زمان هم آدم‌هایی که شروع به فعالیت کرده بودند، مقالات و مطالبی خارجی دربارهٔ نحوهٔ استفاده از لینکدین می‌خواندند و سعی می‌کردند آن‌ها را پیاده‌سازی کنند. اما یکی از چالش‌های بزرگ موجود در آن مقالات این بود که براساس فرهنگ ایرانی بهینه‌سازی نشده بود. البته باید این نکته را نیز گفت که اسم این شبکهٔ اجتماعی به فارسی «لینکدین» نوشته می‌شود، ولی خب بعضی از دوستان «لینکه‌دین» یا «لینکداین» هم می‌نویسند.

لینکدین مسیر خود را در میان ایرانیان به‌عنوان شبکهٔ اثرگذار اجتماعی در حوزهٔ کار و استخدام، پیدا کرده است. همچنین برای شرکت‌های خارجی که به دنبال بازار ایران هستند، به نوعی منبع اطلاعات تبدیل شده است. سال ۱۳۹۷، سیدمرتضی موسویان، رئیس مرکز توسعهٔ رسانه‌های دیجیتال ایران، اظهار کرد: «بیشتر اعضای لینکدین در میان کشورهای منطقه، ایرانی هستند.»

البته متأسفانه به دلیل فیلترشدن فیس‌بوک، توییتر و... و فیلترنبودن لینکدین، هجوم کاربران غیرتخصصی و افرادی که فقط به دنبال مطالب طنز و غیرمرتبط هستند به این شبکه زیاد شده و شاهد افزایش مطالب غیرعلمی و غیرتخصصی هستیم.

این کتاب، شامل تجربیات حاصل از فعالیت من در لینکدین است.



## لینکدین چیست؟

لینکدین را رید هافمن<sup>۱</sup>، آلن بولو<sup>۲</sup>، کنستانتین گوریچک<sup>۳</sup>، و اریک لی<sup>۴</sup> بنیان‌گذاری کردند. نسخه اولیه لینکدین در تاریخ ۷ دی ۱۳۸۱ ساخته شد و در ۱۵ اردیبهشت ۱۳۸۲، تقریباً پس از چهار ماه، به صورت رسمی از آن رونمایی گردید. رید هافمن مدیرعامل لینکدین بود؛ ولی هم‌اکنون عضو هیئت‌مدیره لینکدین است و جف وینر به عنوان مدیرعامل لینکدین مشغول به فعالیت است. لینکدین در اسفند ۱۳۸۴ به سوددهی رسید.

لینکدین یک شبکه اجتماعی کسب و کار محور است که با داشتن دو نوع حساب کاربری برای اشخاص و کسب و کارها، امکان معرفی، برندینگ و... را برای آن‌ها فراهم می‌کند.

جالب است بدانید که لینکدین در سرتاسر دنیا بیش از بیست دفتر فعال دارد و دفتر مرکزی آن در کالیفرنیا است. بیشترین بخش درآمد این شبکه اجتماعی از اشتراک کاربران و نمایش تبلیغات به دست می‌آید. با وجود محبوبیت لینکدین در بین متخصصان ایرانی، این پلتفرم هنوز هم نمی‌تواند به دلیل تحریم‌های اقتصادی اعمال شده بر کشور، از حداکثر ظرفیت ایرانی‌ها درآمد مستقیم داشته باشد.



**رید هافمن**

متولد ۱۴ مرداد ۱۳۴۶

رئیس هیئت مدیره شرکت لینکدین



**جف وینر**

متولد ۲ اسفند ۱۳۴۸

مدیر عامل شرکت لینکدین

1. Reid Hoffman

2. Allen Blue

3. Konstantin Guericke

4. Eric Ly



## لینکدین به فارسی

لینکدین به بیش از بیست زبان زنده دنیا از جمله انگلیسی، فرانسوی، کره‌ای، ایتالیایی، پرتغالی، اسپانیایی، هلندی و... در دسترس کاربران است. به گفته لینکدین این شبکه اجتماعی در دهه اول فعالیت خود (۱۳۸۱ تا ۱۳۹۱) بیش از ۲۲۵ میلیون عضو داشته و در هر ثانیه دو عضو جدید در این شبکه اجتماعی ثبت نام می‌کنند. هر روز ۸۶ هزار و ۴۰۰ تانیه است؛ یعنی حدوداً روزی ۱۷۲ هزار و ۸۰۰ نفر ثبت نامی جدید.

هر روز  
۲ عضو جدید

متأسفانه لینکدین تا امروز به زبان فارسی در دسترس کاربران ایرانی قرار نگرفته و برنامه‌ای هم برای این کار ندارد. 😞



## استقبال ایرانی‌ها از لینکدین

خیلی از ایرانی‌ها به خاطر کسب و کار محور بودن لینکدین از این شبکه اجتماعی استقبال فراوانی کرده‌اند. از سال ۱۳۸۵ به بعد، به تعداد ایرانی‌های حاضر در لینکدین افزوده شد. تقریباً از سال ۱۳۹۰ به بعد بود که افراد فعال در لینکدین شروع به بیشتر نوشتن از تجربیات شخصی‌شان کردند. تا قبل از آن نوشته‌های شخصی افراد را کمتر می‌دیدید و معمولاً نوشته‌های سایر متخصصان غیرفارسی زبان را به اشتراک می‌گذاشتند.

یکی از دلایل مهمی که باعث استقبال ایرانی‌ها از لینکدین شده این است که بسیاری از مدیران عالی‌رتبه و متخصص در هر حوزه که معمولاً مشغول انتقال تجربیاتشان هستند، در آنجا حضور دارند و محتوای دست‌اول تولید و منتشر می‌کنند. دلیل دیگر استقبال ایرانی‌ها از لینکدین امکان صحبت بی‌واسطه و بسیار راحت با افرادی است که برای دو دقیقه دیدن و صحبت کردن با آن‌ها باید از ماه‌ها پیش وقت گرفت.

## تعداد کاربران ایرانی لینکدین



۱۳۳ میلیون کاربر

در سال ۱۳۹۶ بیش از ۴۶۷ میلیون کاربر در لینکدین عضو شده‌اند. از این تعداد، ۱۳۳ میلیون کاربر از ایالات متحده آمریکا هستند.

من براساس شاخصه مکان، جست و جویی را انجام دادم. لوکیشن را روی ایران قرار دادم و نتیجه‌ای که حاصل شد بیش از ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار حساب کاربری بود. با در نظر گرفتن خیلی از کاربران فارسی زبان خارج از ایران که لوکیشن خود را ایران قرار نداده‌اند، همچنین تعداد داندوهای لینکدین در کافه بازار که براساس تعداد نصب‌هایش محبوب‌ترین فروشگاه نرم‌افزاری اندروید در ایران است، متوجه می‌شویم که لینکدین تا امروز در ایران بیش از ۳ میلیون نصب داشته است. به علاوه تعداد زیادی از داندوها از گوگل پلی<sup>۱</sup> انجام می‌شود؛ اما آمار دقیقی از تعداد نصب‌های این اپلیکیشن در ایران وجود ندارد.

اگر تعداد داندوهای لینکدین در سیب‌آپ را که براساس تعداد نصب‌های آن، محبوب‌ترین فروشگاه نرم‌افزاری آی.او.اس در ایران است مشاهده کنیم، متوجه می‌شویم که لینکدین تا امروز در ایران بیش از هزار نصب داشته است. همچنین تعداد دیگری از نصب‌ها از طریق اپ استور<sup>۲</sup> انجام می‌شود که به خاطر تحریم‌ها و... اطلاعات دقیقی از تعداد آن‌ها در ایران در دست نیست.

در نهایت حدس می‌زنم بیش از ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار ایرانی در لینکدین حساب کاربری ساخته باشند.



۲ میلیون و ۵۰۰ هزار کاربر ایرانی

1. Google Play

2. AppStore

در بین حساب‌های کاربری فارسی‌زبان که جست‌وجو کردم، به چهار حساب کاربری پرفالوئر رسیدم:



ایران تلنت با  
بیش از ۶۰ هزار فالوئر،



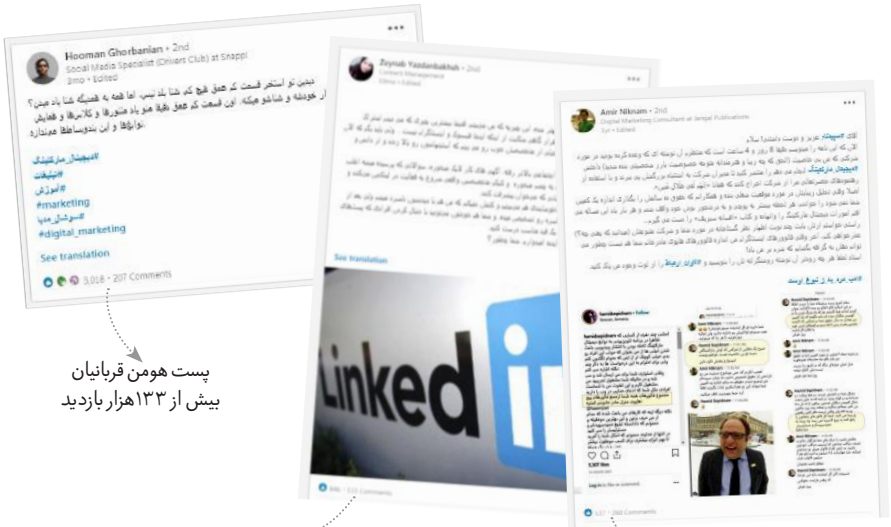
کاربوم با  
بیش از ۳۰ هزار فالوئر،



دیجی‌کالا و ایرانسل با  
بیش از ۲۵ هزار فالوئر

همچنین براساس پست هومن قربانیان که بیش از ۱۳۳ هزار بازدید داشته، پست زینب زردانبخش که بیش از ۵۵ هزار بازدید داشته و پست امیرنیک‌نام که بیش از ۵۰ هزار بازدید داشته پیش بینی می‌کنم

تعداد کاربران ایرانی فعال در لینکدین حدود ۲۵ تا ۳۵ هزار نفر باشد.



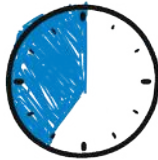
پست هومن قربانیان  
بیش از ۱۳۳ هزار بازدید

پست زینب یزدانبخش  
بیش از ۵۵ هزار بازدید

پست امیرنیک‌نام  
بیش از ۵۰ هزار بازدید

متأسفانه لینکدین آمار هر پست را فقط از لحظه انتشار تا دو ماه بعد گزارش می‌دهد. این اطلاعات من هم برای قبل از این دو ماه است. یعنی قطعا بازدیدها بیشتر بوده ولی نمی‌تونیم متوجه میزان بازدید بشیم.

همچنین کاربران ایرانی فعال در لینکدین تقریباً هر دو سه روز یک بار و حتی بعضی از آن‌ها هر ساعت به لینکدین سر می‌زنند و معمولاً بین ساعت ۸ تا ۱۲ صبح و ۷ تا ۱۰ شب در لینکدین حضور دارند.



۷ تا ۱۰ شب



۸ تا ۱۲ صبح

متأسفانه چون کاربران ایرانی لینکدین محل سکونت خود را فقط براساس کشور (ایران) انتخاب کرده‌اند و شهر محل سکونت را انتخاب نکرده‌اند، آمار دقیق یا حدودی از اینکه پراکندگی کاربران ایرانی در این شبکه به چه صورت است، در دسترس نیست.



## اصطلاحات لینکدین

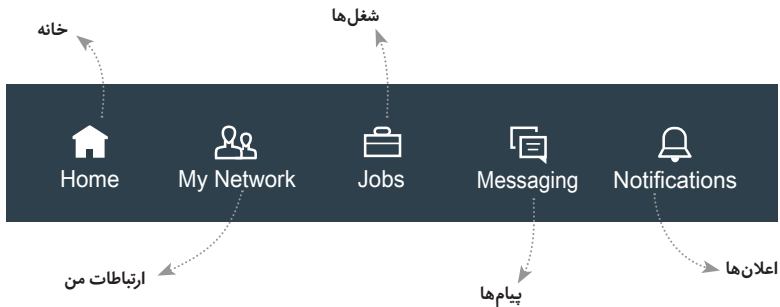
**خانه (Home):** خانه در واقع همان تایم لاین لینکدین شماست؛ صفحه‌ای که در همان ابتدای ورود به لینکدین برای شما باز می‌شود.

**ارتباطات من (My Network):** در ارتباطات من کانکشن‌هایی که دارید به شما نشان داده می‌شود. در این قسمت می‌توانید با افراد جدید ارتباط بگیرید و برای آن‌ها درخواست دوستی بفرستید.

**شغل‌ها (Jobs):** در این بخش می‌توانید فرصت‌های شغلی درج‌شده براساس لوکیشن، میزان حقوق و... را جست‌وجو کنید و رزومه خود را برای درخواست همکاری بفرستید.

**پیام‌ها (Messaging):** پیام‌هایی را که فرستاده‌اید یا دریافت کرده‌اید، در این قسمت می‌توانید مشاهده کنید.

**اعلان‌ها (Notifications):** در بخش نوتیفیکشن می‌توانید فعالیت‌های افراد دیگر در حساب کاربری‌تان را (لایک کردن و کامنت گذاشتن و...) ببینید.





**حساب کاربری (Profile):** تمام اطلاعات شخصی شما در بخش حساب کاربری، قابل نمایش و ویرایش است.

**عنوان (Headline):** محل نوشتن توضیحات مختصر درباره خودتان است.

**جایگاه شغلی فعلی (Current Position):** به محل کار فعلی تان گفته می شود.

**تحصیلات (Education):** این قسمت، محل نوشتن دانسته ها و مدارک دانشگاهی شماست.

**خلاصه (Summary):** محل نوشتن توضیحات کامل درباره خودتان است.

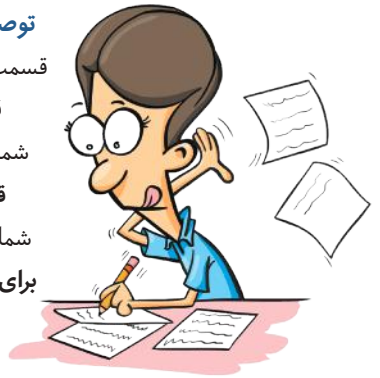
**تجربه کاری (Experience):** می توانید تجربیات کاری خودتان از شرکت ها و کسب و کارهای مختلفی که در آن ها بودید، در اینجا بنویسید.

**تأییدیه‌ها و مهارت‌ها (Skills & Endorsements):** مهارت‌های کاری و غیرکاری‌تان را می‌توانید در این بخش بنویسید؛ مثلاً سخنران هستید یا روابط قوی دارید و ...

**توصیه‌ها (Recommendations):** بخش توصیه‌ها به دو قسمت تقسیم می‌شود:

**قسمت اول** مربوط به دوستان شماست؛ یعنی کسانی که شما درباره آن‌ها توصیه‌نامه نوشته‌اید.

**قسمت دوم** هم مربوط به شماست؛ یعنی کسانی که درباره شما توصیه‌نامه نوشته‌اند. می‌توانید از دوستانتان بخواهید برای شما توصیه‌نامه بنویسند.



**دستاوردها (Accomplishments):** در دستاوردها می‌توانید مدارک دوره‌هایی که گذرانده‌اید، با جزئیات بنویسید.

**علاقه‌مندی‌ها (Interests):** در این قسمت می‌توانید گروه‌ها و شرکت‌هایی را اضافه کنید که به آن‌ها علاقه دارید و آن‌ها را دنبال می‌کنید.

**تمام فعالیت‌ها (All activity):** در این قسمت تمام فعالیت‌هایی که در لینکدین داشته‌اید به شما نمایش داده می‌شود؛ اینکه چه مطلبی را منتشر کرده‌اید، چه مطلبی را لایک کرده‌اید و کجا کامنت گذاشته‌اید.

**مقاله‌ها (Articles):** بخشی است که می‌توانید مقالات خود را به صورت بلاگ‌پست منتشر کنید. مقالات یا آرتیکل‌های این بخش محدودیت کارکتری ندارند و در نتایج موتورهای جست‌وجو به کاربران نشان داده می‌شوند.

**مطلب (Posts):** بخشی است که می‌توانید مطالب خود را تا سقف ۱۳۰۰ کارکتر منتشر کنید. مطالبی که در بخش پست منتشر می‌شوند، معمولاً لحن دوستانه‌تری در مقایسه با مقالات دارند. مطالب این بخش در نتایج موتورهای جست‌وجو به کاربران نشان داده نمی‌شود.

 <b>Start a post</b>			
<a href="#">Write an article</a> on LinkedIn			

**ارتباطات (Connections):** کسانی که به شما درخواست دوستی داده‌اند و شما قبول کرده‌اید یا شما درخواست دوستی داده‌اید و آن‌ها قبول کرده‌اند، جزو ارتباطات شما یا همان کانکشن‌ها به حساب می‌آیند.

**دنبال‌شوندگان (Followers):** فالوئرهای کسانی هستند که شما را در لینکدین دنبال می‌کنند.

**دنبال‌کنندگان (Following):** فالوئینگ‌ها کسانی هستند که آن‌ها را در لینکدین دنبال می‌کنند.

**دنبال‌نکردن (Unfollow):** وقتی شخصی جزو کانکشن‌های شماست، ولی نمی‌خواهید مطالبی را که منتشر می‌کند دنبال کنید، می‌توانید او را آن فالو کنید. در این صورت او جزو کانکشن‌های شما باقی می‌ماند، اما مطالب ارسالی او دیگر در تایم‌لاین شما نشان داده نمی‌شود.





## چند نکته کلیدی

متأسفانه وقتی سرویس یا خدمتی وارد ایران می‌شود، یا ایرانی‌ها به آن می‌رسند، نحوه استفاده از آن به زبان فارسی در دسترس مردم نیست و مردم باید به صورت اکتسابی راه استفاده از آن سرویس یا خدمت را بفهمند. در ادامه سعی کرده‌ام نکاتی درباره چگونگی داشتن حساب کاربری مناسب در لینکدین را به شما بگویم.

### URL صفحه کاربری خود را شخصی سازی کنید: با شخصی سازی، دامنه حساب کاربری

لینکدین شما حرفه‌ای‌تر به نظر می‌آید، فرایند اشتراک‌گذاری لینک حساب کاربری شما در لینکدین راحت‌تر می‌شود و از لحاظ سئویی، اگر کسی در موتورهای جست‌وجو اسم و فامیلی شما را جست‌وجو کند، احتمال دارد به صفحه لینکدین شما برسد.

#### Edit your custom URL

Personalize the URL for your profile

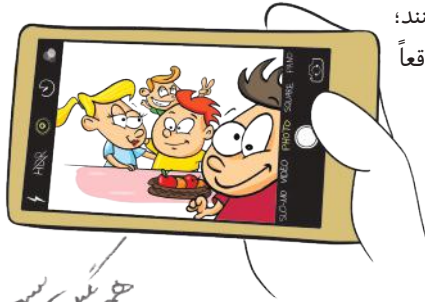
[www.linkedin.com/in/](https://www.linkedin.com/in/)  نام شخصی مورد نظر

### حساب کاربری تان را به روز نگه دارید: به روزنگه داشتن حساب کاربری در لینکدین،

حس فعال بودن را به مخاطب القا می‌کند. این فعالیت می‌تواند شامل به‌روزکردن اطلاعات حساب کاربری یا منتشرکردن مطلب، بازنشر محتوا و فعالیت در خود لینکدین باشد. اگر وقت نمی‌کنید یا دوست ندارید یا به هر دلیلی در لینکدین با آدم‌ها ارتباط ندارید، حداقل اطلاعات حساب کاربری تان را به روز نگه دارید. اگر هم نمی‌خواهید اطلاعات حساب کاربری تان را به روز کنید، دور لینکدین را کلاً خط بکشید.

### عکس حساب کاربری مناسب انتخاب کنید: برای حساب کاربری لینکدین خود عکس

مناسب انتخاب کنید؛ چون بقیه به این عکس‌ها توجه می‌کنند. آدم‌ها معمولاً برای حساب



کاربری‌شان عکس پرسنلی انتخاب می‌کنند؛

اما من پیشنهاد می‌کنم عکسی که واقعاً

نشان‌دهنده حال و هوا و شخصیت

خودتان است برای حساب کاربری‌تان

انتخاب کنید.

ترجیحاً هم فقط خودتان در عکس

باشید نه دوست و آشناهای دیگر.

عکس مناسب!

### عکس کاور مناسب انتخاب کنید: انتخاب عکس برای کاور اجباری نیست، اما عکس

کاور مناسب با روحیه و حوزه فعالیت شما می‌تواند تصویری از شما در ذهن مخاطبتان بسازد

و مهر تأییدی باشد به توجه بیشتر دیگران به حساب کاربری شما. نداشتن عکس حساب

کاربری یا کاور در لینکدین، برای مخاطبانی که به صفحه شما می‌آیند واقعاً آزاردهنده است.

### ترجیحاً انگلیسی بنویسید: اطلاعات حساب کاربری‌تان در لینکدین را ترجیحاً به زبان

انگلیسی بنویسید؛ چون احتمال اینکه در نتایج جست‌وجوهای افراد غیرایرانی باشید و

بخواهند به شما پیشنهادهای کاری بدهند خیلی زیاد است. اگر زبان انگلیسی‌تان چندان

خوب نیست، از دوستی که زبانش خوب است خواهش کنید این کار را برای شما انجام بدهد.

### غلط املائی نداشته باشید: خیلی وقت‌ها دیده‌ام افراد در نام و نام‌خانوادگی، عنوان

شغلی، توضیحات بایو، مطلب‌های خود یا... غلط املائی دارند. این مسئله خیلی در ذوق

مخاطب می‌زند و نوعی حس غیرحرفه‌ای بودن را به او منتقل می‌کند. اسم و فامیلی‌تان را هم

ترجیحاً انگلیسی بنویسید. دقت کنید که حرف اول آن‌ها حتماً با حرف بزرگ انگلیسی باشد؛

مثل Nima Shafieezadeh، نه nima shafieezadeh.