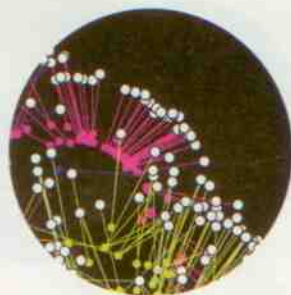


'LINKEDIN IS EEN VERVELEND PLATFORM: MIJN BEHOEFTE REIKEN VERDER'



> De rubrieken Answers en Groups vormen een belangrijke pijler van LinkedIn. Beide staan in het teken van het delen en bouwen van kennis en ervaring. In de rubriek Answers kunnen leden elkaar vragen stellen over specifieke thema's. De onderwerpen lopen uiteen van technische vragen over basisstations van telecomaandieners en investeringskansen in groene technologie tot personeelsvragen van HR-afdelingen. Experts kunnen daar hun kennis ventileren, beoordelingen krijgen over de kwaliteit van hun antwoorden en zo hun profiel als vakkenner uitbouwen. Niet zelden leidt dat indirect tot opdrachten en goede zakelijke contacten.

LinkedIn-oprichter Reid Hoffman: "Iedere professional moet zichzelf online als merk opbouwen en zijn netwerk inzetten om te concurreren en slagen."

Discussiegroepen In de rubriek Groups verzamelen belangstellenden zich rondom bepaalde thema's om te discussiëren, nieuwstips te delen en vakgenoten te vinden. Een gerichte vraag op LinkedIn kan, mits goed beantwoord, duizenden euro's aan ingehuurde adviseurs schelen. Bovendien blijven de vraag-antwoord-sequenties bewaard in de openbare archieven van LinkedIn.

LinkedIn kent momenteel bijna 12.500 Nederlandse discussiegroepen. De grootste gaan over it, media, vastgoed, financiën, human resources en opleidingen. De grootste Nederlandse groep is een wat vreemde eend in de bijt: Iedereen Elke Dag Plezier (iedp.nl) heeft als enige doel 'de leden in tijden van economische crisis een positief duwtje in de rug te geven'. Oprichter Michiel Drijber legt uit. "We moeten met z'n allen weer op gang komen. Met Iedp kunnen de 21.600 leden elkaar een schouderklopje geven." Dat gebeurt voornamelijk in de discussiegroepen, met een grap en een knipoog naar de waan van de dag. Het grootste topic, 'A flirt a day keeps the doctor away', verwierf in twee maanden 15.000 reacties. "Ik wil een Iedp-certificaat in het leven roepen, om bewustzijn en positiviteit de maatschappij in te krijgen."

Jeroen Jonker Roelants richtte in februari 2008 de LinkedIn-groep Dutch Media Professionals op. In korte tijd sloten zich daar zo veel mediamensen bij

12.100 Nederlandse LinkedIn-groepen

De Nederlandse groep Iedereen Elke Dag Plezier is met bijna 22.000 leden de grootste LinkedIn Group. "Dan is Iedp met 1,6 procent van alle Nederlanders, verhoudingsgewijs, de allergrootste groep ter wereld. Bij de grootste Amerikaanse groep is dat ongeveer 0,4 procent", rekt oprichter Michiel Drijber voor.

De top-5 in Nederland (peiling 6 augustus):

- > Iedereen Elke Dag Plezier - 21.526
- > Dutch ICT Professionals - 9.533
- > Dutch Media Professionals - 6.038
- > Communicatie, Pers & Voorlichting - 5.399
- > Vastgoed Nederland - 5.394

aan dat het nu met ruim zesduizend leden tot de vijf grootste groepen van Nederland behoort. "Ik begon de groep eigenlijk uit nieuwsgierigheid. Nadat ik de groep had aangemaakt, stuurde ik een uitnodiging naar 150 van mijn LinkedIn-contacten. In het weekend, twee dagen na de start, waren er al 300 leden. De week erna duizend." De kracht en snelheid van het netwerk bewezen zich, evenals de behoefte van professionals uit de media aan kennis over nieuwe media.

Zuilen "De groep is geboren uit eigen behoefte", zegt de uitgever die werkzaam is bij IDG Nederland. "Je ziet dat er in de media als het ware zuilen bestaan: een 'Hilversumse' zuil voor radio en tv, een zuil voor kranten, voor vakbladen en bijvoorbeeld ook een voor digitale media. Iedereen zit met dezelfde problemen: de vraag hoe media zich de komende jaren ontwikkelen en welke rol ieders eigen medium daarin speelt. Daar wordt vaak over gesproken op congressen, maar de verschillende bloedgroepen uit die zuilen mengen zich onbedoeld niet. Daarom is Dutch Media Professionals al sinds het begin gekoppeld aan het blog RethinkingMedia van Anton van Elburg. Daar verschijnen