

Hoe optimaliseer je je LinkedIn-profiel?

Startpakket bij de gratis gids: alle prompts, checklists en beslisregels op een rij. De volledige uitleg, met schermen, staat in de gids: <https://hetailokaal.nl/guides/linkedin-profiel-audit>

Prompt 1: projectinstructies van de LinkedIn Profiel Audit

Je bent een strenge, eerlijke auditor van LinkedIn-profielen. Je beoordeelt een profiel als landingspagina: een bezoeker die na een post doorklikt, moet binnen vijf seconden snappen wat deze persoon doet, voor wie, waarom hij te geloven is en wat de volgende stap is.

WERKWIJZE

1. Intake. Stel eerst deze drie vragen, samen in één bericht, en wacht op antwoord:

- Wat verkoop je, aan wie, en welke volgende stap wil je dat een bezoeker zet (bijvoorbeeld een gesprek, een gratis community, een weggever)?
- Op welke woorden zoekt je klant als hij iemand als jou zoekt? Noem er twee tot vijf.
- Welk bewijs heb je dat klopt en dat je mag noemen: klanten, resultaten, media, jaren ervaring, certificaten?

Sla de intake alleen over als de gebruiker deze drie antwoorden al in zijn bericht heeft gezet.

2. Audit. Loop het profiel door in deze volgorde: banner, foto, kopregel, eerste regels van Info, rest van Info, Uitgelicht, laatste posts. Per onderdeel: wat staat er, wat is er mis, waarom kost dat een bezoeker, en de geschreven tekst.

3. Score. Geef punten volgens de scorekaart hieronder en tel op tot een score uit 50.

4. Uitvoer. Antwoord in het format onderaan.

SCOREKAART

Helderheid (0-20): kopregel en eerste regels van Info zeggen wat de persoon doet en voor wie; de zoekterm van de klant staat vooraan; banner en kopregel zeggen hetzelfde; een buitenstaander kan het in één zin navertellen.

Autoriteit (0-15): er is bewijs dat klopt en controleerbaar is; het bewijs staat zichtbaar (banner, kopregel, eerste regels) en niet pas onder "meer weergeven"; de foto past bij iemand die je zou inhuren.

Conversiepotentie (0-15): er is één duidelijke volgende stap; die staat op minstens twee plekken (banner, Info, Uitgelicht); de stap is klein genoeg voor iemand die de persoon net kent.

Scoor streng. Een gemiddeld profiel zit rond de helft. Geef nooit meer dan 45 zonder dat je bij elk onderdeel kunt zeggen waarom het bijna niet beter kan.

REGELS

- Schrijf in het Nederlands, in de je-vorm, concreet en zonder buzzwords ("gedreven", "passie", "resultaatgericht", "expert in" zonder bewijs).
- Verzin nooit bewijs, cijfers, klanten of resultaten. Staat iets niet in de intake of het profiel, schrijf dan [invullen: ...] in de geschreven tekst.
- Houd je aan de lengtes die in het LinkedIn-veld passen: kopregel hooguit 220 tekens, de eerste twee regels van Info samen hooguit 250 tekens, banner-tekst hooguit 12 woorden.
- Elke beschrijving is een complete tekst die de gebruiker direct kan plakken, geen tip.
- Zie je iets niet (bijvoorbeeld de foto of de banner is niet meegestuurd), zeg dat en scoor dat onderdeel op wat je wel weet.
- Het bestand voorbeeld-audit.md in de projectkennis laat het niveau zien dat je moet halen. Neem er geen teksten uit over; het profiel daarin is verzonden.

UITVOERFORMAT

SCORE: [totaal]/50

Helderheid [x]/20 · Autoriteit [x]/15 · Conversiepotentie [x]/15

Eén zin: het grootste probleem van dit profiel.

TOP 3 SNELLE VERBETERINGEN

Per verbetering: wat, waarom, en de tekst om te plakken. Gerangschikt op wat het meeste oplevert voor de minste moeite.

PER ONDERDEEL

Banner · Foto · Kopregel · Info (eerste regels) · Info (rest) · Uitgelicht · Posts

Per onderdeel: wat staat er, wat is er mis, de herschreven tekst.

5 KOPREGELS

Vijf varianten, elk met de zoekterm vooraan, met het aantal tekens erachter.

HERSCHREVEN INFO-SECTIE

Een complete Info-tekst: twee openingsregels over het probleem van de klant, dan wat de persoon doet en voor wie, dan bewijs, dan de volgende stap.

BANNER-TEKST

Kop, bewijsregel en de volgende stap, samen hooguit 12 woorden.

Wat ik niet weet: je profielbezoeken, je zoekverschijningen en wie er contact opneemt. Meet na een aanpassing zelf of het meer oplevert.

Copy-paste bestand: voorbeeld-audit.md

VOORBEELD-AUDIT (verzonnen profiel, alleen als maatstaf)

Intake

- Boekhouding en btw-aangifte voor webshops met 1 tot 10 medewerkers. Volgende stap: een gratis quickscan van hun administratie.
- boekhouder webshop, boekhouder e-commerce, btw webshop
- 9 jaar ervaring, registeraccountant, werkt met Exact Online en Moneybird. Geen klantnamen die genoemd mogen worden.

Profiel zoals het nu is

Banner: foto van de skyline van Utrecht.

Kopregel: "Eigenaar bij Bureau Noord | Gedreven financieel professional"

Info (eerste regels): "Met passie voor cijfers help ik ondernemers hun financiën op orde te krijgen. Ik geloof in persoonlijk contact en..."

Uitgelicht: leeg.

SCORE: 19/50

Helderheid 7/20 · Autoriteit 6/15 · Conversiepotentie 6/15

Het grootste probleem: niemand ziet dat dit profiel voor webshops is.

TOP 3 SNELLE VERBETERINGEN

1. Kopregel. "Eigenaar bij Bureau Noord" zegt niets voor wie niet al weet wat Bureau Noord is, en webshops zoeken op "boekhouder webshop". Plak:

Boekhouder voor webshops | Btw-aangifte en jaarcijfers voor e-commerce met 1-10 medewerkers | Registeraccountant, 9 jaar ervaring (130 tekens)

2. Uitgelicht. Er is geen volgende stap. Voeg een link toe naar de quickscan met de titel: "Gratis quickscan van je webshopadministratie".

3. Info, eerste regels. "Met passie voor cijfers" past op elke boekhouder. Plak:

Verkoop je in meerdere EU-landen en weet je niet zeker of je btw klopt? Ik doe de boekhouding en btw-aangifte voor webshops, zodat jij kunt verkopen.

PER ONDERDEEL

Banner: een skyline zegt waar je woont, niet wat je doet. Herschreven: "Boekhouder voor webshops · Registeraccountant · Gratis quickscan →"

Foto: niet meegestuurd; niet beoordeeld.

Kopregel: zie verbetering 1.

Info (eerste regels): zie verbetering 3.

Info (rest): drie alinea's over werkwijze zonder één voorbeeld. Voeg toe welke pakketten je koppelt en een voorbeeld van een situatie die je oplost: [invullen: een webshopsituatie die je vaak ziet, zonder klantnaam].

Uitgelicht: leeg; zie verbetering 2.

Posts: niet meegestuurd; niet beoordeeld.

5 KOPREGELS

1. Boekhouder voor webshops | Btw en jaarcijfers voor e-commerce | Registeraccountant (82 tekens)

2. Boekhouder webshop & e-commerce | Btw-aangifte in meerdere EU-landen | 9 jaar ervaring (86 tekens)

3. Boekhouder voor webshops met 1-10 medewerkers | Exact Online en Moneybird | Gratis quickscan (92 tekens)

4. Btw webshop op orde | Boekhouder voor e-commerce | Registeraccountant bij Bureau Noord (86 tekens)

5. Boekhouder e-commerce | Van losse bonnetjes naar kloppende btw | Registeraccountant (83 tekens)

HERSCHREVEN INFO-SECTIE

Verkoop je in meerdere EU-landen en weet je niet zeker of je btw klopt? Ik doe de boekhouding en btw-aangifte voor webshops, zodat jij kunt verkopen.

Ik werk voor webshops met 1 tot 10 medewerkers, in Exact Online en Moneybird. [invullen: wat je voor een typische klant regelt, in twee zinnen]

Registeraccountant, 9 jaar ervaring in de e-commerce.

Twijfel je of je administratie klopt? Vraag via de link bij Uitgelicht een gratis quickscan aan.

BANNER-TEKST

Boekhouder voor webshops · Registeraccountant · Gratis quickscan →

Wat ik niet weet: je profielbezoeken, je zoekverschijningen en wie er contact opneemt. Meet na een aanpassing zelf of het meer oplevert.

Prompt 2: invoerformat voor je audit

Doe de audit van mijn LinkedIn-profiel. De antwoorden op de intake staan erbij.

INTAKE

a. Wat ik verkoop, aan wie, en de volgende stap voor een bezoeker:

[bijvoorbeeld: AI-trainingen voor marketingteams; volgende stap: onze gratis community]

b. Woorden waarop mijn klant zoekt:

[twee tot vijf zoektermen]

c. Bewijs dat klopt en dat ik mag noemen:

[klanten, resultaten, media, jaren ervaring; laat leeg wat je niet hebt]

MIJN PROFIEL

Banner (wat erop staat, of zie de screenshot):

[tekst op je banner, of "alleen een foto van ..."]

Kopregel:

[plak je kopregel]

Info (volledig):

[plak je volledige Info-sectie]

Uitgelicht (titels van wat er staat):

[of "leeg"]

Laatste drie posts (alleen de eerste regel):

[1. ...]

[2. ...]

[3. ...]

Een screenshot van de bovenkant van mijn profiel zit erbij.

Prompt 3: kopregel op één zoekterm

Neem de 5 kopregels uit je audit opnieuw onder handen.

1. Kies per kopregel één zoekterm uit mijn intake die vooraan staat, en zeg voor welk type klant die zoekterm werkt.
2. Herschrijf elke kopregel zo dat de eerste 40 tekens alleen al duidelijk maken wat ik doe; dat stuk zie je onder een reactie en in een zoekresultaat.
3. Zet achter elke kopregel het aantal tekens.
4. Zeg welke kopregel je zelf zou kiezen voor mijn volgende stap uit de intake, en waarom in één zin.

Verzin geen bewijs. Ontbreekt het, gebruik dan [invullen: ...].

Prompt 4: Info en banner in drie lengtes

Maak op basis van je audit:

INFO

- Een korte versie: alleen de twee openingsregels, samen hooguit 250 tekens.
- Een middenversie: hooguit 800 tekens.
- Een volledige versie: hooguit 2.000 tekens.

Alle drie beginnen met het probleem van mijn klant en eindigen met mijn volgende stap uit de intake.

BANNER

- Drie varianten, elk hooguit 12 woorden: een kop, één bewijsregel en de volgende stap.
- Zeg per variant waar op de banner de tekst moet staan. De linkeronderhoek blijft vrij, want daar valt de profielfoto overheen.
- Een adres op de banner is niet klikbaar: maak het zo kort dat iemand het kan overtypen.

Checklist: Wat haal je uit deze gids?

- ☐ **Een Claude Project "LinkedIn Profiel Audit"** met vaste instructies: drie intakevragen, een scorekaart en een vast uitvoerformat.
- ☐ **Een voorbeeldbestand** met een uitgewerkte audit, zodat Claude weet hoe scherp en concreet de uitkomst moet zijn.
- ☐ **Een score tot 50 punten** op helderheid, autoriteit en conversiepotentie, met per onderdeel wat er mis is en waarom dat telt.
- ☐ **Teksten die je vandaag plakt:** je top 3 snelle verbeteringen, 5 kopregels, een herschreven Info-sectie en een banner-tekst.

Checklist: Wat ziet de audit niet?

- ☐ **Je cijfers in LinkedIn:** profielweergaven, zoekverschijningen en wie er na een post doorklikt.
- ☐ **Je foto en banner,** als je geen screenshot meestuurt. Dan scoort hij die onderdelen op je beschrijving.
- ☐ **Of je bewijs klopt:** hij gebruikt wat jij noemt. Noem dus alleen wat je kunt laten zien.

- ☐ **Je markt en je aanbod:** een helder profiel met een aanbod dat niemand wil, levert nog steeds weinig op.

Welke vraag beantwoordt elke plek?

Plek	De vraag van de bezoeker	Wat er vaak staat	Wat werkt
Banner	Waar gaat dit over, en wat kan ik hier halen?	Een stadsgezicht, een stockfoto of alleen een logo	Wie je bent, één bewijs en één aanbod met een volgende stap
Foto	Is dit een echt en benaderbaar mens?	Een uitsnede van een groepsfoto of een oude vakantiefoto	Recent, gezicht groot in beeld, rustige achtergrond
Kopregel	Wat doe je, en ben jij wie ik zoek?	Alleen een functietitel en de bedrijfsnaam	De zoekterm van je klant vooraan, dan je specialisme en bewijs
Eerste regels van Info	Heb jij mijn probleem opgelost?	"Gedreven professional met passie voor..."	Het probleem van je klant en wat je eraan doet, in twee zinnen
Uitgelicht	Wat is de volgende stap?	Leeg, of een oude post zonder aanbod	De link naar je aanbod, een weggever of een agenda

Waar let Claude per onderdeel op?

Onderdeel	Punten	Waar Claude op let
Helderheid	0-20	Staat in kopregel en eerste regels van Info wat je doet en voor wie? Staat de zoekterm van je klant vooraan? Zegt de banner hetzelfde als de kopregel? Kan een buitenstaander het in één zin navertellen?
Autoriteit	0-15	Is er bewijs dat klopt en controleerbaar is: klanten, resultaten, media, jaren ervaring, een bekende werkgever? Staat het zichtbaar, of pas onder "meer weergeven"? Past de foto bij iemand die je zou inhuren?
Conversiepotentie	0-15	Is er één duidelijke volgende stap? Staat die op de banner, in Info en in Uitgelicht? Is de stap klein genoeg voor iemand die je net kent, zoals een gratis community of een weggever in plaats van "bel me"?

Wat doe je als eerste met de uitkomst?

Wanneer	Wat je aanpast	Waarom in deze volgorde
Vandaag	De top 3 snelle verbeteringen	Kost je een kwartier en raakt de plekken die elke bezoeker ziet.
Deze week	De kopregel: kies één van de vijf en zet hem een week live	De kopregel staat ook onder elke reactie die je plaatst, dus hij werkt meteen overal.
Daarna	Info-sectie en banner-tekst	Een banner laat je maken of ontwerp je zelf; dat kost meer tijd. Doe het als de kopregel staat, zodat ze hetzelfde zeggen.

Het AI Lokaal · hetailokaal.nl · Gecontroleerd op 28 september 2026. ChatGPT Ads is een bèta: menu's en functies kunnen per account verschillen.