



LinkedIn als volgsysteem

Het gebruik van sociale media om
doorstroomgegevens in beeld te brengen.

LinkedIn als volgsysteem

**Het gebruik van sociale media om doorstroomgegevens
in beeld te brengen.**

Michael Buynsters

Utrecht, maart 2016

© Oberon

Postbus 1423

3500 BK Utrecht

tel. 030-2306090

fax 030-2306080

e-mailadres: info@oberon.eu

Inhoud

1	Waarom LinkedIn?	5
2	Hoe maakt u een schoolprofiel op LinkedIn?	7
	Stap 1. Maak een bedrijfspagina aan	7
	Stap 2. Vul het profiel	7
	Stap 3. Volg de ontwikkelingen via LinkedIn Insights	8
3	Hoe zet u een 'universiteitspagina' op?	8
	Stap 4. Maak een 'universiteitspagina' aan	8
	Stap 5. Vul de 'universiteitspagina'	9
	Stap 6. Volg de ontwikkelingen	9

1 Waaron LinkedIn?

Achtergrond

In 2013 heeft de professionele, sociale netwerksite LinkedIn de mogelijkheid voor onderwijsinstellingen gecreëerd om een online netwerk op te zetten voor hun (oud-)leerlingen. Om dit mogelijk te maken heeft LinkedIn in verschillende landen de minimum leeftijd omlaag gedraaid, zodat leerlingen na of nog tijdens hun voortgezet onderwijs (vo) periode kunnen linken met hun school. LinkedIn Nederland heeft ervoor gekozen om de minimumleeftijd te verlagen van 18 naar 16 jaar, in lijn met de lokale wet- en regelgeving.¹

LinkedIn richt zich al enige tijd niet meer alleen op professionele volwassenen, maar schept sinds een aantal jaren ook mogelijkheden voor zogenaamde 'pre-university' studenten die LinkedIn in willen zetten in hun professionele voortraject. Dit past ook in het Nederlandse onderwijssysteem waar veel jongeren per slot van rekening met 16 jaar de arbeidsmarkt op gaan om aan de hand van een stage of een leerloopbaan relevante werkervaring op te doen, of beginnen met het oriënteren op een vervolgopleiding na het middelbaar onderwijs.

Niet alleen leerlingen kunnen hun voordeel doen met het aanmaken van een LinkedIn-profiel, maar juist ook de onderwijsinstellingen zelf. Met behulp van een online netwerk blijven zij niet alleen in contact staan met hun oud-leerlingen, maar kunnen ze bovendien meer gegevens verzamelen om het eigen onderwijs verder te ontwikkelen. Hierna bespreken we per groep beknopt welke voordelen zij ervaren bij het opzetten van een online sociaal netwerk.

Voordelen voor leerlingen

Jongeren komen op een steeds vroegere leeftijd in aanraking met de arbeidsmarkt. Of dit nou in de vorm van een stage, een leerloopbaantraject of een bijbaan is, het internet speelt in veel gevallen een centrale rol in de verbinding met arbeidsmarkt. Zo zoeken vo-leerlingen in het algemeen op het internet naar informatie over stagebedrijven, hogescholen en universiteiten, om zich te oriënteren op hun toekomst na de middelbare school. Voor deze groep leerlingen die zich in de laatste fase van het vo bevinden, is het handig om zich al op vroeg op een professionele netwerksite te profileren en een start te maken met een online curriculum op professioneel gebied. Leerlingen komen sneller in contact met bedrijven via hun netwerk, maar zijn op deze manier ook sneller vindbaar voor de arbeidsmarkt.

Dit geldt ook voor studenten in het hoger en wetenschappelijk onderwijs. Daarbij creëren de meeste faculteiten een eigen groep binnen het netwerk waarin gemakkelijk informatie gedeeld kan worden en waarin studenten en oud-studenten gemakkelijk contact met elkaar kunnen leggen. Verder zijn er meerdere groepen op LinkedIn aanwezig die zich richten op de expertise of het studiegebied van de studenten. Deze groepen werken als moderne discussiefora en stimuleren de landelijke maar ook internationale kennisdeling binnen het expertisegebied.

¹ Het CBP (College Bescherming Persoonsgegevens) verwijst hiervoor naar artikel 5 in de Wet Bescherming Persoonsgegevens dat stelt dat ouderlijke toestemming nodig is voor de verwerking van persoonsgegevens van jongeren onder de 16 jaar. Vanaf 16 jaar is iemand namelijk wettelijk gezien beslissingsbevoegd. Andere sociale netwerken leggen de leeftijdsat overigens wel lager, maar hanteren de regel dat gebruikers onder de 16 jaar toestemming van hun ouders of verzorgers nodig hebben. Facebook Nederland hanteert bijvoorbeeld de leeftijdsgrens van 13 jaar, maar de praktijk wijst uit dat de vereiste, ouderlijk toestemming lastig te controleren is.

Voordelen voor scholen

Voor scholen heeft het creëren van een online netwerk meerdere voordelen. Aan de ene kant kan de school het profiel gebruiken puur als netwerksite, om in contact te blijven met oud-leerlingen en oud-medewerkers. Aan de andere kant kan de school ervoor kiezen het profiel actief te gebruiken om zich naar buiten toe te presenteren als een professionele organisatie. Daarbij maken zij gebruik van de talenten van de docenten die zij in huis hebben en die een LinkedIn-profiel hebben. Maar ook van de talenten van oud-leerlingen door hun carrière te volgen en in beeld te brengen.

Het voordeel voor de school en de docenten dat leerlingen een profiel hebben, is dat zij gemakkelijk in contact kunnen komen en blijven met oud-leerlingen. Het online netwerk voorziet de school van de benodigde informatie over de oud-leerlingen om bijvoorbeeld een studievoorlichting in te richten op basis van de eigen praktijk. Waar gaan de leerlingen naartoe na deze studie? En hoe doen zij het in hun verdere loopbaan? Ook kan de school moeiteloos oud-leerlingen uit hun netwerk gericht benaderen voor bijvoorbeeld het geven van een gastles.

Het extra voordeel van het gebruik van LinkedIn is dat de doorstroomgegevens minder statisch in beeld gebracht worden en automatisch worden geüpdatet. Kortom, als een oud-leerling een andere weg inslaat en dit op zijn of haar profiel kenbaar maakt, dan wordt dit automatisch in beeld gebracht door het online volgsysteem van LinkedIn.

Dit laatste is precies waar dit document voor bedoeld is. **Welke stappen moet een school zetten om de doorstroomgegevens van oud-leerlingen in beeld te brengen door middel van LinkedIn?**

2 Hoe maakt u een schoolprofiel op LinkedIn?

Hieronder bespreken we puntsgewijs de stappen die gezet moeten worden om een profielpagina voor een onderwijsinstelling op te zetten. Er zijn twee soorten pagina's die opgezet moeten worden om het maximale te halen uit het gebruik van LinkedIn als onderwijsinstelling zijnde, namelijk een 'company page' en een 'university page'. Ofwel, een bedrijfspagina en een universiteitspagina. Wij raden u aan om beide pagina's op te zetten om het netwerk van zowel (oud-)werknemers en (oud-)leerlingen te laten groeien en met elkaar te verbinden.

In dit hoofdstuk beschrijven we in stappen 1 tot en met 3 het opstarten en onderhouden van een bedrijfspagina van uw school. Via de bedrijfspagina kan de school content verspreiden en kunnen LinkedIn-leden aangeven bij de instelling te werken of gewerkt te hebben. Vervolgens gaan we in stappen 4 tot en met 6 (hoofdstuk 3) in op het opzetten van een zogenaamde 'universiteitspagina'. Via deze pagina kunnen (oud-)leerlingen aangeven dat zij onderwijs volgen of hebben gevolgd op uw school.



Stap 1. Maak een bedrijfspagina aan

U kunt een bedrijfspagina aanmaken via de webpagina 'bedrijf toevoegen'². Let op, als beheerder van het schoolprofiel moet u zelf al geregistreerd zijn op LinkedIn en een persoonlijk profiel hebben. Alleen als u bent ingelogd op uw persoonlijke pagina kunt u een bedrijfspagina aanmaken. Hier zijn enkele voorwaarden aan verbonden, namelijk:

1. U hebt een persoonlijk LinkedIn-profiel dat is geregistreerd met uw echte voor- en achternaam.
2. Uw profiel is minstens 7 dagen oud.
3. Uw profielsterkte is Deskundig of Zeer Deskundig³.
4. U hebt meerdere connecties op uw profiel.
5. U bent momenteel een medewerker van het bedrijf en uw functie is vermeld in het onderdeel 'Ervaring' van uw profiel.
6. U hebt een e-mailadres van uw werk (bijvoorbeeld naam@school.nl) toegevoegd aan uw LinkedIn-account en bevestigd.

Belangrijk is dat u zich registreert als 'designated administrator' van de pagina, ofwel (letterlijk vertaald) als de aangewezen beheerder. Op deze manier kunnen alleen de personen binnen de organisatie die u daar toestemming toe verleent en uzelf de pagina bewerken.



Stap 2. Vul het profiel

Bij het vullen van het profiel kunt u alle openbare informatie van de school toevoegen. Zorg ervoor dat in de beschrijving van de organisatie zoveel mogelijk trefwoorden gebruikt worden die de onderwijsinstelling beschrijven. Op deze manier is de pagina beter vindbaar voor het publiek.

² Bron: <https://www.linkedin.com/company/add/show> (NB Om deze webpagina te kunnen openen en gebruiken, moet u ingelogd zijn op uw persoonlijke LinkedIn-profiel.)

³ De meter voor de profielsterkte bevindt zich rechts in uw profiel en meet hoe krachtig uw profiel is. De sterkte neemt toe naarmate u meer content toevoegt aan uw profiel. De profielsterkten op LinkedIn zijn van laag naar hoog als volgt: just starting (nieuw), beginner (beginner), intermediate (gevoerd), advanced (vergevoerd), expert (deskundige) en all star (zeer deskundig).

Eventueel kunt u het bedrijfsprofiel optimaliseren door LinkedIn te gebruiken om nieuws en informatie over de school naar buiten te brengen. Hierdoor zullen betrokkenen er sneller voor kiezen lid te worden van het netwerk.



Stap 3. Volg de ontwikkelingen via LinkedIn Insights

Beheerders van een bedrijfspagina kunnen eenvoudig via het tabblad 'analytics' op de bedrijfspagina de statistieken en trends van hun pagina volgen. De informatie in deze tool is opgesplitst in de onderdelen: bedrijfsupdates, volgers en bezoekers. Hier ziet u precies hoe uw updates het doen qua 'views & clicks' en hoe uw schoolpagina het doet ten opzichte van andere onderwijsinstellingen.

3 Hoe zet u een 'universiteitspagina' op?

De universiteitspagina's van LinkedIn hebben als doel meer jongere leerlingen en professionals in het sociale netwerk een kans te bieden op een vroegere leeftijd een start te maken met hun online carrière profiel. In Nederland kunnen leerlingen vanaf 16 jaar een profiel maken op LinkedIn.

Verder scheppen de universiteitspagina's de mogelijkheid voor onderwijsinstellingen om oud-leerlingen aan zich te binden en een netwerk te creëren waar alle betrokken van kunnen profiteren (zie hoofdstuk 1). Zodra oud-leerlingen lid worden van de universiteitspagina van de school, heeft de school naast hun online contactgegevens nog meer gegevens tot haar beschikking. Namelijk de doorstroomgegevens van deze oud-leerlingengroep.

Let wel, LinkedIn is een Amerikaans product, dus de termen die gebruikt worden zijn niet altijd direct toepasbaar op het Nederlandse onderwijssysteem.



Stap 4. Maak een 'universiteitspagina' aan

Op LinkedIn kunt u via de 'Help Center'⁴ starten met het aanmaken van een universiteitspagina. Ook hierbij komen weer enkele voorwaarden om de hoek kijken, namelijk:

1. U hebt een geldig e-mailadres nodig van de onderwijsinstelling nodig (bijvoorbeeld naam@school.nl) dat aan uw LinkedIn-account is gekoppeld en bevestigd.
2. U bent op het moment van aanvragen een medewerker van de onderwijsinstelling en uw functie is vermeld in de sectie 'ervaring' op uw persoonlijke profiel.
3. De 'universiteitspagina' bestaat nog niet onder een andere naam.

Op de inschrijfpagina vult u alle gevraagde velden in. Bij het type academische institutie kiest u voor 'secondary', ofwel middelbare school. De aanvraag wordt door LinkedIn in behandeling genomen en een medewerker neemt per e-mail contact met u op zodra de pagina is toegevoegd. Dit kan een aantal weken duren, omdat de aanvraag nauwkeurig door LinkedIn gecontroleerd wordt.

⁴ Bron: <https://help.Linkedin.com/app/ask/path/up-anup>



Stap 5. Vul de 'universiteitspagina'

Net als de bedrijfspagina moet de universiteitspagina goed gevuld worden en met enige regelmaat worden bijgehouden qua content. Aan te raden is dat er voor beide pagina's in de communicatie rekening wordt gehouden met de doelgroep. Zo zult u op de universiteitspagina wellicht meer leerling- en oud-leerlinggerichte informatie plaatsen dan op de bedrijfspagina.

Leden werven

Vraag leerlingen en oud-leerlingen om lid te worden van de universiteitspagina. Om al snel zicht te krijgen op de doorstroomgegevens van oud-leerlingen is het verstandig om deze groep zoveel mogelijk direct hiervoor te benaderen. Ook kunt u een oproep plaatsen gericht aan oud-leerlingen met het verzoek medejaargenoten hiervan op de hoogte te brengen. Hoe meer oud-leerlingen, hoe meer informatie voor uw online leerlingvolgsysteem.



Stap 6. Volg de ontwikkelingen

Het voordeel van het gebruik van LinkedIn is dat de doorstroomgegevens minder statisch in beeld gebracht worden en automatisch worden geüpdatet. Kortom, als een oud-leerling een andere weg inslaat (switcht) en dit op zijn of haar profiel kenbaar maakt, dan wordt dit automatisch in beeld gebracht door het online volgsysteem van LinkedIn. LinkedIn verzamelt de benodigde data uit alle profielen waarin uw school is opgenomen bij onderwijsinstelling en maakt deze via een overzichtelijk dashboard toegankelijk.

Op de volgende pagina ziet u hoe dit eruit komt te zien op de universiteitspagina van uw school. Dit voorbeeld is van een school voor voortgezet onderwijs gelegen in het oosten van Nederland die op dit moment al gebruikt maakt van een bedrijfs- en een universiteitspagina. Deze school gebruikt de informatie van LinkedIn om onder andere de doorstroomgegevens in beeld te brengen en deze informatie te gebruiken in hun LOB-trajecten.

Mediawijsheid

De school uit het voorbeeld (p. 10) verzorgt bovendien lessen in mediawijsheid waarin ook LinkedIn aan bod komt. De lessen zijn er om leerlingen te informeren over de mogelijkheden met onder andere sociale media en de wijze waarop deze communicatiemiddelen gebruikt worden. Daarbij biedt de school ondersteuning aan leerlingen uit het examenjaar, indien zij dit willen, om een LinkedIn profiel aan te maken en hoe ze LinkedIn kunnen gebruiken bij het kiezen van een vervolgstudie en het oriënteren op de arbeidsmarkt. Immers het gebruik van professionele sociale netwerken stijgt in Nederland (CBS, 2016). Zo maakte in 2015 61% van de bedrijven gebruik van een sociaal netwerk zoals Facebook en LinkedIn.*

Op deze manier slaat de school twee vliegen in één klap. De school maakt de leerlingen wegwijs in het gebruik van sociale media, eventueel als onderdeel van het LOB-traject, én heeft vervolgens direct de doorstroomgegevens van deze leerlingen in beeld zodra zij de school verlaten.

Belangrijk is dat leerlingen zich bewust zijn van de professionele cultuur van LinkedIn. LinkedIn is en blijft een professioneel netwerk dat zich duidelijk onderscheidt van het meer informele Facebook. LinkedIn stelt dan ook dat klachten en meldingen over het online gedrag van minderjarigen met prioriteit in behandeling genomen worden. Kortom, een goede introductie en begeleiding van leerlingen in het kennismakingsproces met LinkedIn is ten eerste aan te raden.

*Bron: <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/vrije-tijd-cultuur/publicaties/artikelen/archief/2016/gebruik-professionele-sociale-netwerken-stijgt.htm>


Naam onderwijsinstelling
Locatie Netherlands

[Add to board](#)
[Suggest](#)

[Home](#)
[Students & Alumni](#)
[Recommendations](#)
[LinkedIn for Education](#)





Join now

By joining LinkedIn, you agree to LinkedIn's User Agreement, Privacy Policy and Cookie Policy.

Explore Careers of 141+ Alumni

Where they work	Count	What they do	Count
Nielz holding	2	Administrative	11
Gemeente Amsterdam	2	Sales	11
Leiden University	2	Education	8
Albert Heijn	1	Operations	7

[more](#)

Is this your university?

If you work at this university, you can become an administrator and help manage this page.

[Learn more](#)

Introducing
LinkedIn for Education

Explore Careers of 141+ Alumni

Where they work

Nielz holding	2
Gemeente Amsterdam	2
Leiden University	2
Albert Heijn	1

[more](#)

What they do

Administrative	11
Sales	11
Education	8
Operations	7

[more](#)

[Home](#)
[Students & Alumni](#)
[Recommendations](#)
[LinkedIn for Education](#)

106 results

Search this set

Attended 1900 to 2016

[Change university](#)

Where they live	Count	Where they work	Count	What they do	Count
Netherlands	100	Nielz holding	2	Sales	10
Enschede Area, Netherlands	67	IPP bv International Paper & Plastic	1	Administrative	8
Amsterdam Area, Netherlands	7	Durham University	1	Operations	6
Groningen Area, Netherlands	7	Kampeer & Outdoor Reiling	1	Research	6
Utrecht Area, Netherlands	5	Bydel Søndre Nordstrand	1	Education	5
Apeldoorn Area, Netherlands	3	Radboudumc	1	Entrepreneurship	4
Nijmegen Area, Netherlands	3	Hogeschool Edith Stein, SAXION	1	Media and Communication	3
United Kingdom	2	University Medical Center Groningen (...)	1	Engineering	3
The Hague Area, Netherlands	2	Saxion	1	Finance	2
Rotterdam Area, Netherlands	2	ESPS	1	Information Technology	2
Belgium	1	Sprowd	1	Marketing	2
Antwerp Area, Belgium	1	Otto Simon B.V	1	Purchasing	2
Canada	1	Easy Way b.v.	1	Accounting	1
Toronto, Canada Area	1	Schuberg Philips	1	Healthcare Services	1

Oberon

Postbus 1423, 3500 BK Utrecht

t 030 230 60 90 | f 030 230 60 80

info@oberon.eu | www.oberon.eu

Utrecht, maart 2016