

# LinkedIn

## Profiilin teko

### Otsikko – kerro kuka olet ja mitä tuot mukanas

Otsikko on yksi profiilisi näkyvimmistä osista, se näkyy nimesi yhteydessä, hakutuloksissa ja jokaisen kommenttisi yhteydessä. Journalisteille ja media-alan ammattilaisille otsikko on erinomainen paikka tuoda esiin ydinosaamisesi, erikoisalueesi sekä työnkuvasi laajempi tarkoitus. Otsikon voi kirjoittaa suomeksi tai englanniksi, riippuen siitä, kumpi sopii kohderyhmällesi paremmin. Jos haet töitä tai kontakteja kansainvälisesti, profiili kannattaa tehdä englanniksi.

Pelkkä titteli (“Toimittaja”) ei vielä kerro osaamisestasi. Lisää mukaan tarkennuksia, jotka kertovat *mitä teet* ja *mille yleisölle tuot arvoa*.

#### Esimerkkejä:

- *Toimittaja / Yhteiskunnallisten aiheiden erikoisosaaja / Kokemusta tutkivasta journalismista*
- *Viestinnän asiantuntija / Median moniottelija / Tarinankertoja, joka rakentaa ymmärrettävää julkista keskustelua*
- *Freelance-toimittaja / Kulttuuri & hyvinvointi / Pitkien juttujen ja laadukkaan taustatyön tekijä*

Otsikkoo pääset muokkaamaan profiilin yläreunasta löytyvän kynäsymbolin kautta.

### About / Tietoja – ytimekäs esittely sinusta ammattilaisena

Tietoja-osio toimii introna, joka antaa nopean kokonaiskuvan sinusta, osaamisestasi ja tavoitteistasi. Journalistille tämä on paikka kertoa sekä ammatti-identiteetistään että osaamisalueistaan tavalla, joka vahvistaa uskottavuutta. Tietoja -osiossa on mahdollista tuoda myös persoonaa selkeämmin esille.

Kirjoita 3–5 kappaletta, joissa vastaat mm. näihin kysymyksiin:

#### 1. Kuka olet ammattilaisena?

- Mikä on roolisi (esim. toimittaja, kuvaaja, viestijä, tuottaja)?
- Millä aihealueilla työskentelet?
- Mitä koulutusta tai erityisosaamista sinulla on?

## 2. Mitä osaat? Mistä innostut?

Listaa ydinosaamisesi avainsanoilla – näiden avulla rekrytoijat ja toimeksiantajat löytävät sinut:

Esim.:

- tutkiva journalismi
- editointi
- videotuotanto
- sosiaalisen median sisällöt
- kulttuuri- tai talousjournalismi
- selkeä ja vaikuttava viestintä

Voit käyttää myös emojiä ja listamuotoilua, jos se tuntuu luontevalta.

## 3. Mitä tavoittelet urallasi?

- Millaisia juttuja, tehtäviä tai projekteja haluat tehdä?
- Haluatko laajentaa työnkuvaasi esimerkiksi datajournalismiin, audiovisuaalisiin tuotantoihin tai viestintään?

## 4. Konkreettiset esimerkit ja saavutukset

Journalismin työnäytteet puhuvat puolestaan. Kerro esimerkiksi:

- menestyneistä juttusarjoista
- yleisömääristä tai näkyvyydestä
- saamastasi palautteesta
- palkinnoista tai ehdokkuuksista
- onnistuneista kampanjoista, jos työskentelet viestinnässä

Nosta esille muutama tärkein työnäytesi ja kerro niiden kautta

Voit lisätä Tietoja-osioon myös yhteystietosi, ellei haluat ohjata yhteydenottoja suoraan LinkedInin viesteihin.

## Työkokemus ja opinnot – profiilisi ammatillinen selkäranka

LinkedIn toimii laajennettuna CV:nä. Se antaa sinulle enemmän tilaa avata työnkuvaasi ja osaamistasi kuin perinteinen ansioluettelo. LinkedInin työkokemus-osio kannattaakin täyttää mahdollisimman hyvin, jotta profiilissa tulevat esille tärkeät, osaamistasi kuvaavat hakusanat.

### Työkokemus (Experience / Kokemus)

Älä tyydy listaamaan työnantajia ja tittleitä. Avaa rooliasi konkreettisilla esimerkeillä:

- Mitä tehtäviä tai vastuualueita sinulla oli?
- Millaisia sisältöjä teit? (jutut, podcastit, videot, kampanjat)
- Mikä oli työn vaikuttavuus?
- Mitä tuloksia syntyi?

Lisää työkokemuksen alle **Taidot (Skills)**, kuten “Feature-kirjoittaminen”, “Editointi”, “Videojournalismi”, “Projektinhallinta”.

### Opinnot (Education / Koulutus)

Kerro tutkinnosta, keskeisistä kursseista, projekteista ja esimerkiksi opinnäytetyösi aiheesta. Lisää myös opintoihin olennaisia taitoja.

## Muut tärkeät osiot – tuo osaamisesi näkyväksi

Journalismissa ja viestinnässä portfoliosisällöt ovat erittäin tärkeitä. LinkedIniin kannattaa lisätä:

### Vapaaehtoistyö

Esim. yhdistystoiminta, opiskelijamedia, mentorointi.

### Kurssit, sertifikaatit ja projektit

Erityisen hyödyllisiä:

- datajournalismin kurssit
- audiovisuaalisen tuotannon koulutukset
- viestinnän ja markkinoinnin sertifikaatit

### Julkaisut (Publications)

Toimittajalle yksi tärkeimmistä profiilin osista.

Linkitä:

- juttuja
- juttusarjoja
- podcasteja
- kirjoja
- raportteja

### Suosituksset (Recommendations)

Pyydä julkisia suosituksia esimerkiksi:

- esihenkilöiltä
- toimituskollegoilta
- freelancetoimeksiantajilta
- opettajilta

Kerro pyydetessä lyhyesti, millaista suositusta toivot (esim. editointiosaaminen, uutistyön sujuvuus, **projektien läpivienti**).

## Tehokas verkostoituminen journalistille

Median ja viestinnän työmarkkinat toimivat paljon kontaktien ja suositusten kautta. Arvioiden mukaan 70–80 % työpaikoista täyttyy ennen julkista hakua – joko vinkkien, verkostojen tai suorien yhteydenottojen kautta.

### Hyvä verkosto:

- lisää mahdollisuuksiasi saada freelance-toimeksiantoja
- auttaa pysymään ajan tasalla alan trendeistä
- tuo näkyvyyttä asiantuntijuudellesi
- madaltaa kynnystä tulla suositelluksi uusiin projekteihin tai toimituksiin

## Verkostoitumissuunnitelma

### 1. Määritä tavoitteesi

Pohdi:

- Millaisissa toimituksissa tai organisaatioissa haluat työskennellä?
- Millaisista aiheista haluat tulla tunnetuksi?
- Keiden ammattilaisten kanssa haluat verkostoitua? (toimittajat, tuottajat, rekrytoijat, viestintäjohtajat...)

### 2. Rakenna verkosto vaiheittain

Aloita läheltä ja laajenna:

1. Opiskelukaverit, kollegat, yhteistyökumppanit
2. Alan asiantuntijat ja journalistit, joiden työtä seuraat
3. Rekrytoijat ja HR-ammattilaiset
4. Mediatalojen avainhenkilöt, tuottajat ja esihenkilöt

### Lisää aina mahdollisuuksien mukaan henkilökohtainen viesti

Tässä esimerkki viestistä, joka mahtuu 200 merkin viestilaatikkoon verkostoitumisen yhteydessä:

“Hei [nimi], olen seurannut [julkaisun/yrityksen] juttuja ja erityisesti kiinnostunut sen [aihealueen] linjasta. Olisi hienoa verkostoitua.”

### 3. Ole aktiivinen ja näkyvä

Laadi päivityksiä, kommentoi alan keskusteluja ja jaa juttuja, joista olet ylpeä. Osallistu webinaareihin ja seminaareihin – ja lisää kohtaamiasi ammattilaisia verkostoosi.

Tavoitteena ei ole suuri kontaktimäärä vaan **laadukas verkosto**, jossa on:

- vuorovaikutusta
- yhteisiä kiinnostuksen kohteita
- ammatillista tunnustettavuutta

## Näin rekrytoijat etsivät osaajia LinkedInissä – ota nämä asiat huomioon profiilissa

Rekrytoijat käyttävät LinkedIniä ennen kaikkea hakukoneena, jossa he etsivät osaajia avainsanojen, taitojen, työnimikkeiden ja kokemuksen perusteella. Voit vaikuttaa paljon siihen, miten hyvin sinut löydetään. Alla konkreettiset ohjeet:

### 1. Rekrytoijat etsivät osaajia avainsanoilla

Rekrytoijat kirjoittavat hakuun esimerkiksi:

- *“toimittaja tutkiva journalismi”*
- *“viestinnän asiantuntija kriisiviestintä”*
- *“videotuotanto editointi”*

Siksi avainsanojen tulee näkyä:

- otsikossasi
- Tietoja-osiossa
- työkokemusten kuvauksissa
- Taitojen (Skills) kohdassa

Mitä useammin jokin osaamisalue toistuu profiilissasi, sitä paremmin nouset rekrytoijien hakuihin. Pelkkiä avainsanalistoja ei tietenkään kannata tehdä, vaan panostaa siihen, että sanat tulevat selkeästi esille tekstin seasta.

### 2. Profiilin rakenteella on iso merkitys

Rekrytoijat selaavat profiileja nopeasti. He kiinnittävät huomiota erityisesti:

- selkeään, ajantasaiseen profiilikuvaan
- otsikkoon, joka kertoo osaamisalueet
- ytimekkääseen Tietoja-osioon
- konkreettisiin esimerkkeihin työkokemuksessa

- taitoihin ja suosituksiin

LinkedIn suosii profiileja, jotka on täytetty mahdollisimman hyvin, eli joissa on:

- 50+ taitoa lisättynä
- vähintään muutama suositus
- täydet kuvaukset työkokemuksista

### 3. Rekrytoijat käyttävät myös suodattimia

Hakutuloksia rajataan esimerkiksi:

- sijainnin
- kokemuksen pituuden
- työnimikkeiden
- julkaisujen ja projektien

perusteella.

Vaikka olisit freelanceri tai avoinna erilaisille projekteille, pidä nimikkeesi ja työnkuvauksesi selkeinä, jotta päädyt oikeisiin hakuihin.

### 4. Aktiivisuus lisää löydettävyyttä

Rekrytoijat näkevät, jos olet aktiivinen:

- julkaiset tai jaat sisältöjä
- kommentoit keskusteluja
- pidät Taitoja-osiosi ajan tasalla
- olet saanut suosituksia

Aktiivinen profiili viestii osaamisesta ja motivaatiosta – ja nousee algoritmin ansiosta useammin näkyviin. Aktiivisuus lisää myös verkostosi kokoa, mikä mahdollistaa myös verkostossasi olevien rekrytoivien esihenkilöiden huomion ja sitä kautta

## Yhteenveto: jokainen sana on mahdollinen hakusana

LinkedIn ei ole vain CV:n verkkoversio, vaan hakukone rekrytoijille. Kun käytät oikeita avainsanoja ja täytät profiilisi huolellisesti, lisäät huomattavasti mahdollisuuksiasi tulla löydettyksi journalistin, viestinnän tai media-alan tehtäviin.