

Prezentace z akce

Jak budovat brand na LinkedInu?

Workify



Můj první rok.

1,4 mil

zobrazení

5 000

sledujících

Desítky

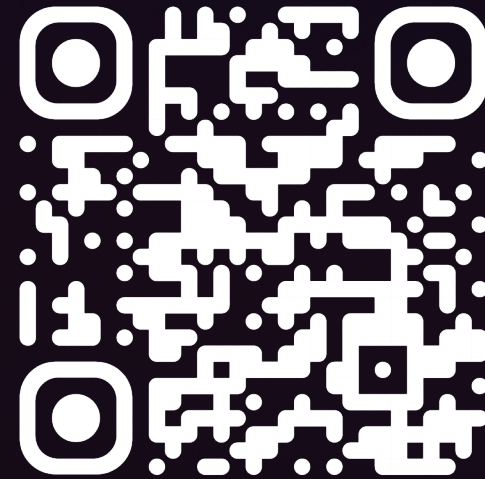
možností vystoupit a být vidět

Dalo mi to nové spojení. Všechny dnešní speakery jsem před tím neznal.



Martin Miko

Founder • Workify



Děkujeme sponzorům akce

Sponzoři

BC21



Workify

Hana Slačálková

Founder • Hanka



Téma

Ambasadoring & komunita

Jak budovat brand na LinkedInu?

OTÁZKA

Jak ty využíváš LinkedIn k budování vlastního brandu?



LinkedIn je domov mé komunity

Pochopí rychle co dělám

Najde si tipy

Přečte si reference ze spoluprací

Objedná službu

OTÁZKA

Které kanály využíváš a co ti funguje nejvíc?

1

LinkedIn

hlavní obsah

2

IG + YouTube

recykluji videa

3

Podcast

jsem slyšet

4

Offline setkání

buduji komunitu

5

Newsletter

píšu pro komunitu

6

Networking

s komunitou

7

Webináře

tvořím kontakty

8

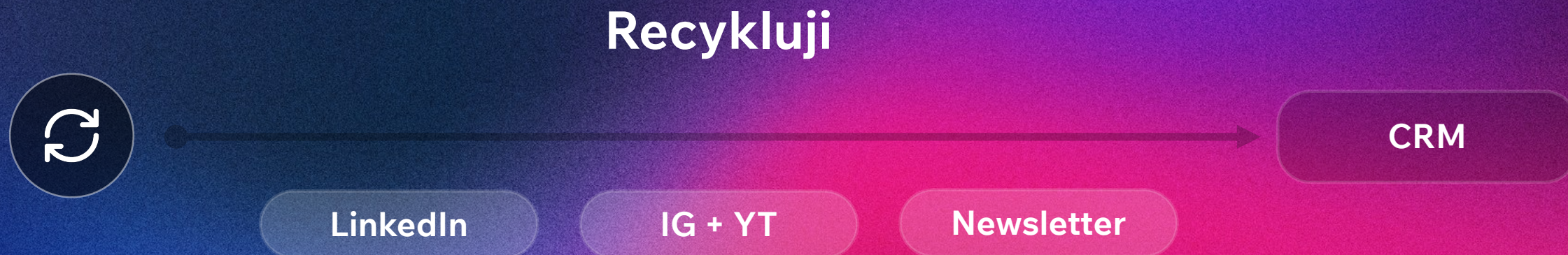
Speaker

přednáším

Víc kanálů = líp se zapíšu lidem do paměti.

OTÁZKA

Jak kanály propojuješ s Linkedlnem a co ti to přináší?



Až dojde na téma značky zaměstnavatel, budu první kdo je napadne.

OTÁZKA

Je podcast HR backstage obsah pro brand, nebo vedlejší produkt?



Hlavně spojuju lidi — brand je bonus.

- Šéfové a HR jsou taky jen lidi
- Bourám zdi mezi lidmi a managementem

OTÁZKA

Buduješ komunitu i mimo LinkedIn — proč?

✗ **Bloknou vám účet** → přijdete o všechno. Jeden zdroj = riziko.

**Vlastní CRM**

kontakty z LinkedInu, klienti,
účastníci webinářů

**Newsletter**

vlastní komunita odběratelů na
Forendors

**Offline setkání**

klienti, fanoušci a „nejmenovaní
ambasadoři“

Nejmenovaný ambasador = nekoupí si službu, ale doporučuje mě dál

OTÁZKA

Dělala jsi něco špatně, co bys dnes změnila?



Jela jsem „firemní mód“ — to byla chyba.

- Vyšel článek, přečtete si...
- Hledáme kolegu...

Obsah jako marketák pro firemní stránku. Dnes to vyčítám klientům.

OTÁZKA

Jak jsi to změnila a jak jsi poznala, že je to správně?

Míň marketingu, víc mne.

+30 %

dosah za první měsíc

2×

interakce meziročně

Stejná témata — ale mojí optikou.

OTÁZKA

Měl by být člověk sám sobě ambasadorem?

ANO

„Člověk i organizace je živá do té míry,
do jaké komunikuje.“

Ambasadorem jste i nevědomky
oblíbený produkt doporučujete zdarma

Dávejte o sobě vědět
jinak vás předběhne hlasitější konkurence

OTÁZKA

Proč se soustředit na vlastní obsah, ne na obsah firmy?

Vlastní obsah = víc svobody i dosahu.

8–10×

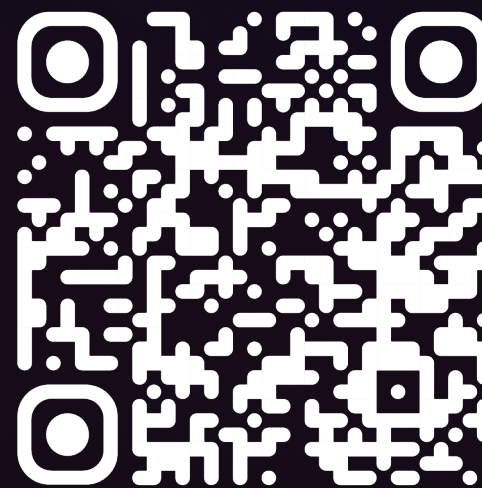
vyšší dosah osobního profilu

Můžeš říkat co si myslíš, bez postihu.



Hana Slačálková

Founder • Hanka



Jiří Panuška

Zakladatel • BC21 & Červený Jelen



Téma

Brand, fuckupy a disrupce

Jak budovat brand na LinkedInu?

OTÁZKA 1

Červený Jelen je ikona — ale vedla k tomu tvrdá cesta. Sliboval jsi fuckupy. Řekneš víc?

1

Korporátní
podnikatel

2

Akviziční
nadrženost

3

Zbytečný
optimismus

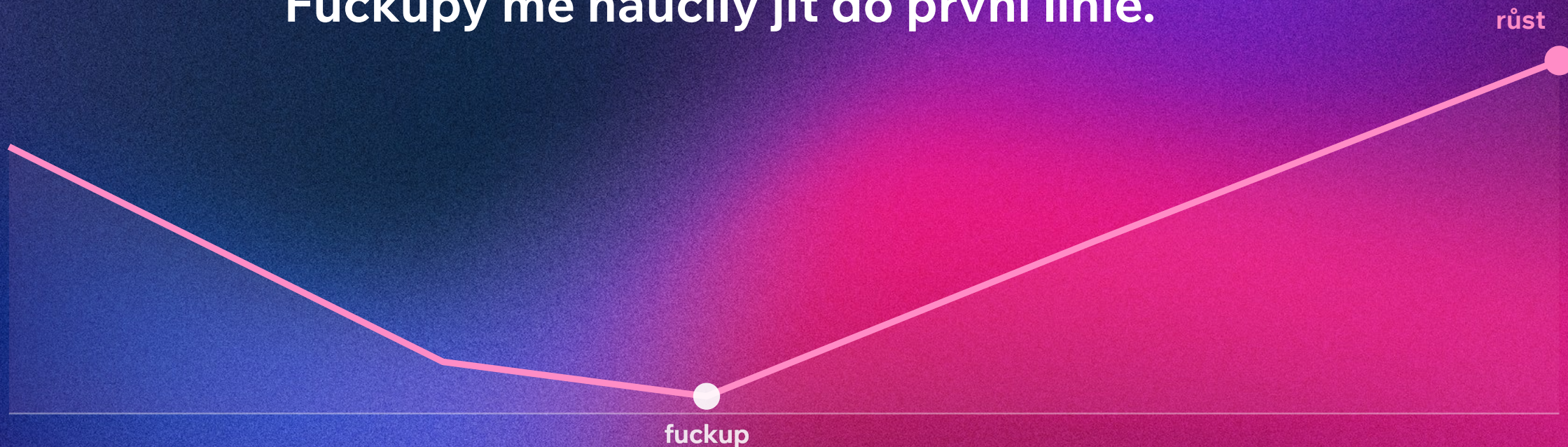
+1

Aktivní záložník (po
7. pivu)

OTÁZKA 2

Jak tyhle fuckupy ovlivnily tvůj osobní brand?

Fuckupy mě naučily jít do první linie.



Naučily mě podnikat, myslet jinak, networkovat a zajímat se o obor i technologie.

OTÁZKA 3

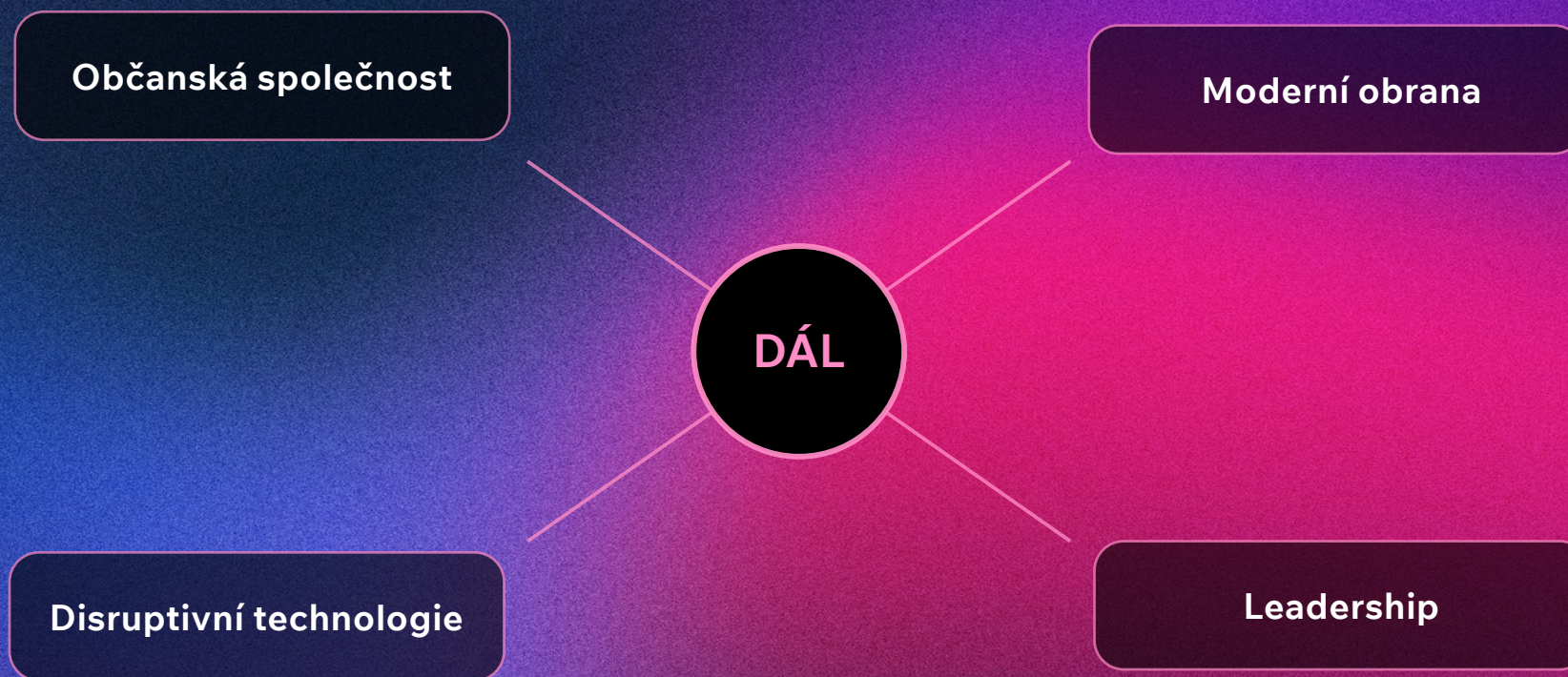
Která chyba tě stála nejvíc peněz a kolik to bylo?

Desítky milionů
korun

Nejdražší lekce: vstup do gastronomie.

OTÁZKA 4

Máš osobní brand i špičku v oboru — co budeš brandovat dál a jak?



OTÁZKA 5

S BC21 otáčíš kormidlo na AI a propojuješ gastro s AI. Změna oboru, nebo update?

Totální disrupce — ne update.



OTÁZKA 6

Jak překonáš věrohodnost „byl jsem hospodský, teď jsem AI vývojář"? Nebojíš se?

“

Já nejsem ani hospodský, ani AI vývojář ...

OTÁZKA 7

Whisky 2030, AI ekosystémy, gastro, maratony, armáda... Jak to propojuješ pod jedno jméno?

Neopírám se o sebe — ale o lidi a nástroje.

Whisky 2030 · AI · Gastro · Maraton · Armáda

**Přátelé
& rodina**

**Super
tým**

**Dlouhodobý
network**

**Procesy
& nástroje**

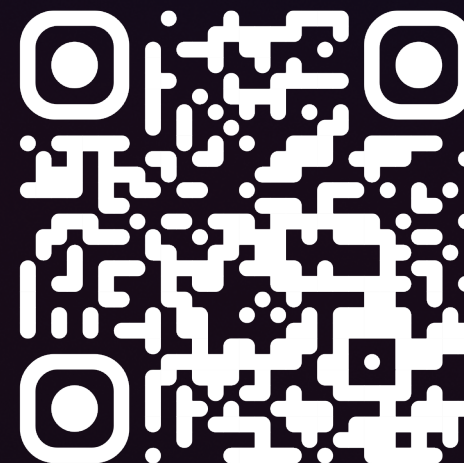
**Techno-
logie**

Na jednoho člověka by toho bylo dost. :)

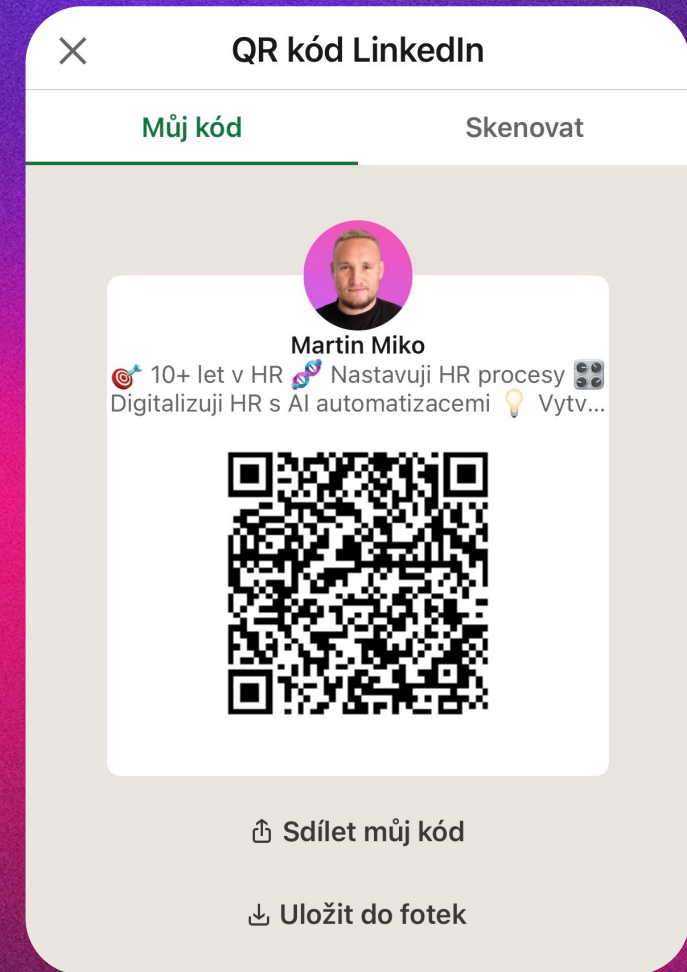
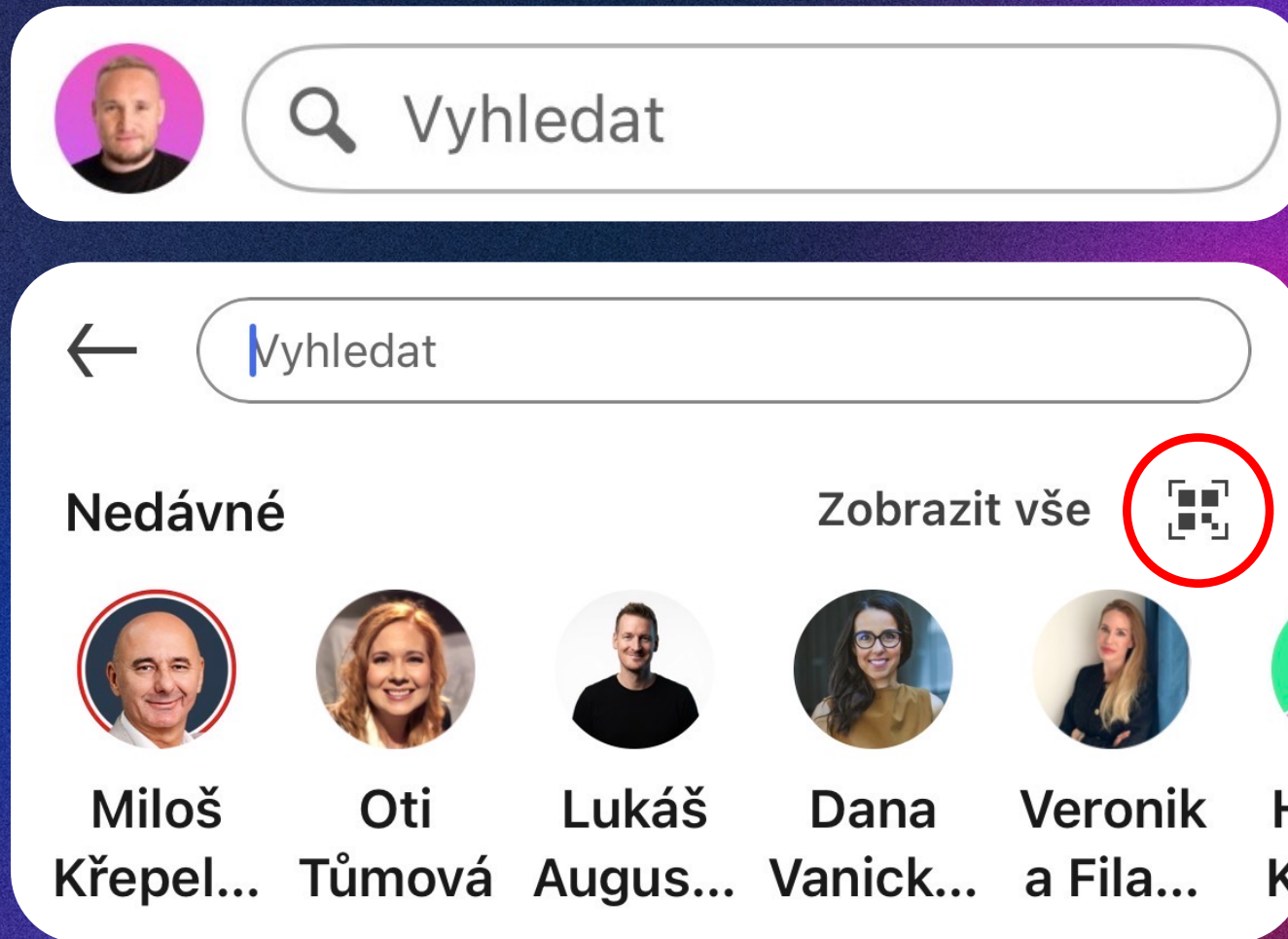


Jiří Panuška

CEO • Červený Jelen a BC21



Jak najít ostatní na Lin?



Honza Klusoň

CEO • TRIBEE



Téma

Propojení osobního a firemního brandu

Jak budovat brand na LinkedInu?

OTÁZKA

Proudly, Welcome to the Jungle, teď TRIBEE — co děláš jinak?

1

Od píky, dle sebe

2

Brand z Francie,
jiná kultura

3

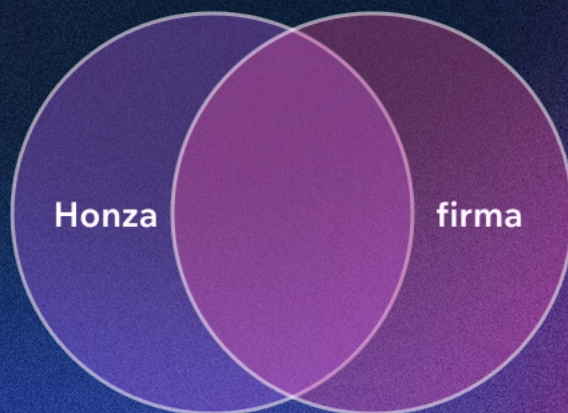
Podobná taktika,
jako Proudly

Dnes sázím na syrovost a autenticitu víc než na vyhlazený brand.

OTÁZKA

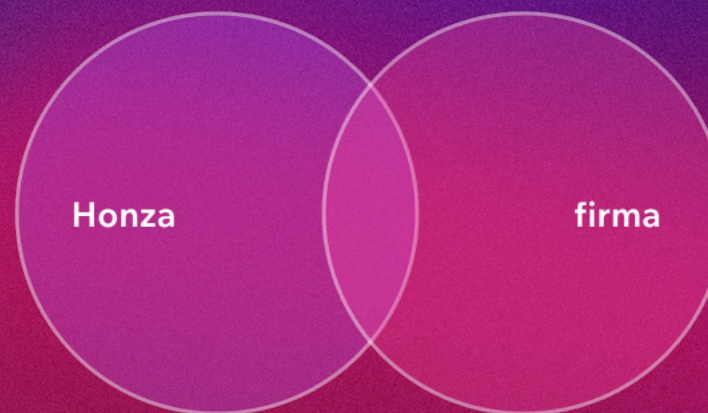
Kdy mluvíš jako Honza a kdy jako TRIBEE?

TRIBEE — dnes



názory se shodují

WTTJ — tehdy



osobnost $\neq$ vždy sdělení firmy

OTÁZKA

Jakou strategii jsi volil při budování brandu?



Vyjdí z osobnosti

styl = kdo jsi



Analyzuj trh

barvy, claimy, komunikace



Odliš se

trh je modrý — my zelení a syroví

OTÁZKA

Hraje v pozvánkách na konference roli LinkedIn?

1

Post

obsah s názorem

2

Média

novináři si tě najdou

3

Konference

vidí tě organizátoři

4

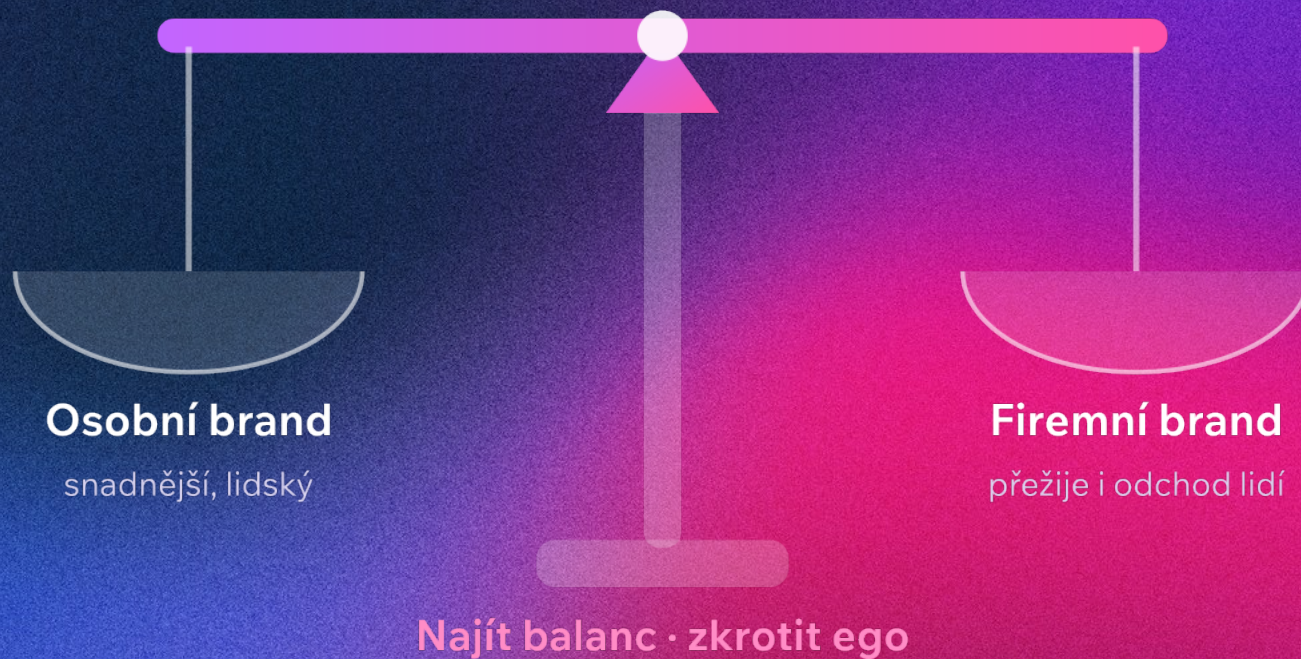
A znovu

sněhová koule

LinkedIn je nejlevnější místo, kde začít.

OTÁZKA

Jak pracovat, když je osobní brand silnější než firma?



Jobs · Branson · Musk — vizionář se ukáže snáz než logo.

OTÁZKA

Většina firemních profilů je nudná — jak jedete vtipný mix?



Dozvědět se

něco užitečného



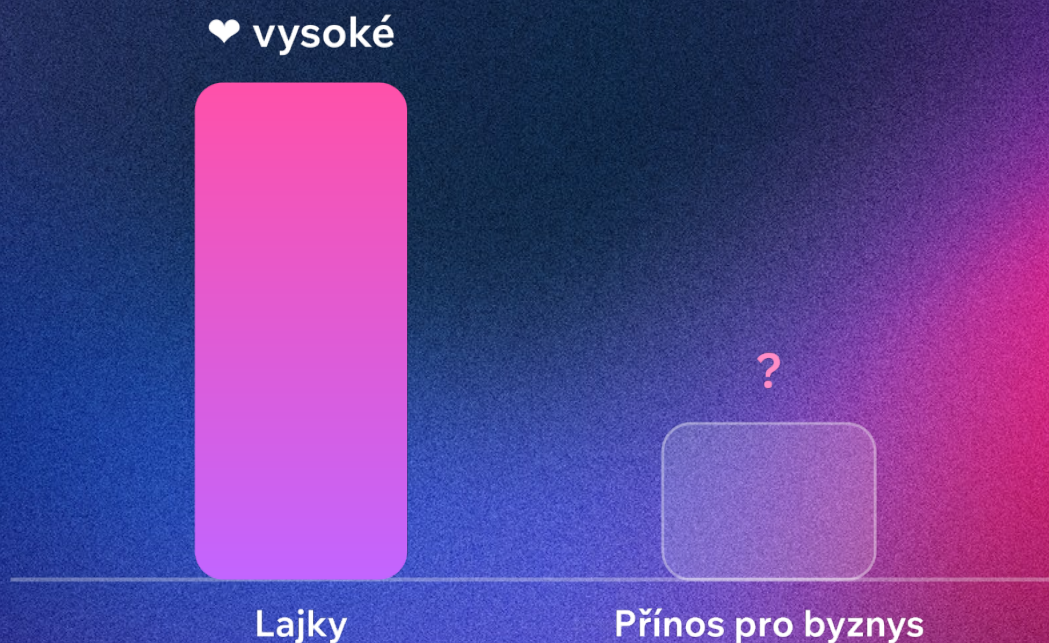
Pobavit se

hrát si

Pro co jiného by tě firemní stránka měla zajímat?

OTÁZKA

Jaká je nejčastější chyba českých CEO na LinkedInu?



Honba za lajky

Kevin ze „Sám doma“ lajky chytne...

...ale posílí to tvůj brand experta nebo firmu?
Spíš ne.

Řekni si cíl a měř ho správnými metrikami.

OTÁZKA

Jaký obsah přináší nejvíc klientů?

**B2B**

výsledky, reálná práce, case studies

B2C

školení, kurzy, nábory — jiný přístup

OTÁZKA

TOP 3 rady pro zakladatele nového startupu?

1

Připrav se

bude to těžké

2

Odliš se

vyčnívej z davu

3

Mysli udržitelně

ať tě obsah za půl roku ne...trápí

OTÁZKA

Aby firemní stránka nebyla „hřbitovem tiskových zpráv“?

Expertní obsah

Ne honba za lajky

+

Konzistentnost

& disciplína

=

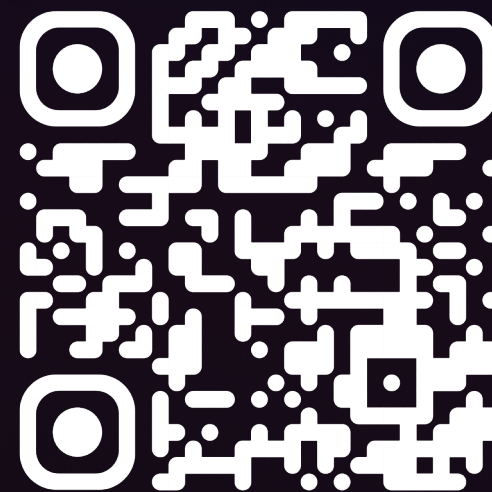
Dlouhodobé výsledky

Kvalita a disciplína dělají dlouhodobé výsledky.



Honza Klusoň

CEO • TRIBEE



Veronika Filaková

CPO • DG Solutions



Téma

Profesní profil a jeho síla

Jak budovat brand na LinkedInu?

OTÁZKA

Jak jsi našla svůj tone of voice a proč funguje?

“

Co napíšu,
jsem já.

Stejné názory, stejný přístup — online i offline.

**Otevřeně a občas ostře**

LinkedIn mi přišel moc „sluníčkový“

**S jasným názorem**

na to co ve firmách nefunguje a jak
(ne)vedeme lidi

**Autenticky**

lidé poznají, když si na nic nehrajete

OTÁZKA

Co lidi nejvíc baví číst a na co reagují?



Témata, co kopnou do vosího hnízda.



„Proč nebereme lidi 50+?“



„Manažeři neumí pracovat s Gen Z.“

OTÁZKA

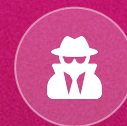
Jak HR kolegové reagují, když mluvíš o tabu?

Dobře. Jsme na jedné lodi.



Trápí to i je

stejná problematika, kterou řeší v zákulisí



Nikdo se nepřihlásí

kdo u náboru diskriminuje, na sebe pod postem
neupozorní

OTÁZKA

Jak tvořit hodnotný obsah a jak poznat, že hodnotu má?



Kvalita diskuze

Lidé doplňují své odborné pohledy, píší jak HR a manažeři pracují u nich ve firmě.

Cennější než dosah

✗ Virální post může být past

- ✗ Polechtá ego
- ✗ Zvýší dosah
- ✗ Neprohloubí expertizu
- ✗ Pravděpodobně nepřinese business

OTÁZKA

Jak dlouho trvalo si uvědomit, že píšeš expertně?



Pojmenovávat problémy

to co obecně nefunguje



„Dobře, a co s tím?“

lidé se začali ptát po řešení



Konkrétní řešení

přidávám praktické kroky

OTÁZKA

Jak si vybíráš, o čem psát?



Příhody z praxe

nekonečná zásoba



Aktuální problémy

co zrovna rezonuje

Střídám obojí.

OTÁZKA

Má smysl sledovat metriky? A jaké?

Dosah

kolik lidí to vidělo

Diskuze

kvalita komentářů

Business

obchodní příležitosti

*Když posty generují posty, práci, pozvánky na akce a debaty – **fungují**.*

OTÁZKA

Kde je hranice mezi profesní postavou a osobností?



Online i offline jsem stejná.



Názory



Humor



Komunikace



Soukromí

OTÁZKA

Co říkáš na posty generované AI?



AI pomocník

gramatika, zkrácení, doladění



AI Obsah bez obsahu

všechny zní stejně

Problém není AI — ale že se schováváme za něco jiného, než jsme my.

OTÁZKA

Proč tvoříš obsah na LinkedInu a co ti to přináší?

1

Pojmenovávání

problémů u nefunkčních struktur

2

Consulting

přechod na volnou nohu

3

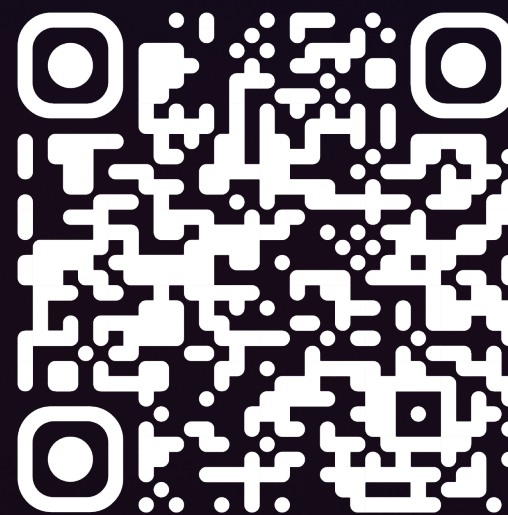
Edukace + business

a generuje mi to práci



Veronika Filaková

CPO • DG Solutions



Lád'a Vašek

Community builder • Space Dog



Téma

Komunita poráží content

Jak budovat brand na LinkedInu?

OTÁZKA

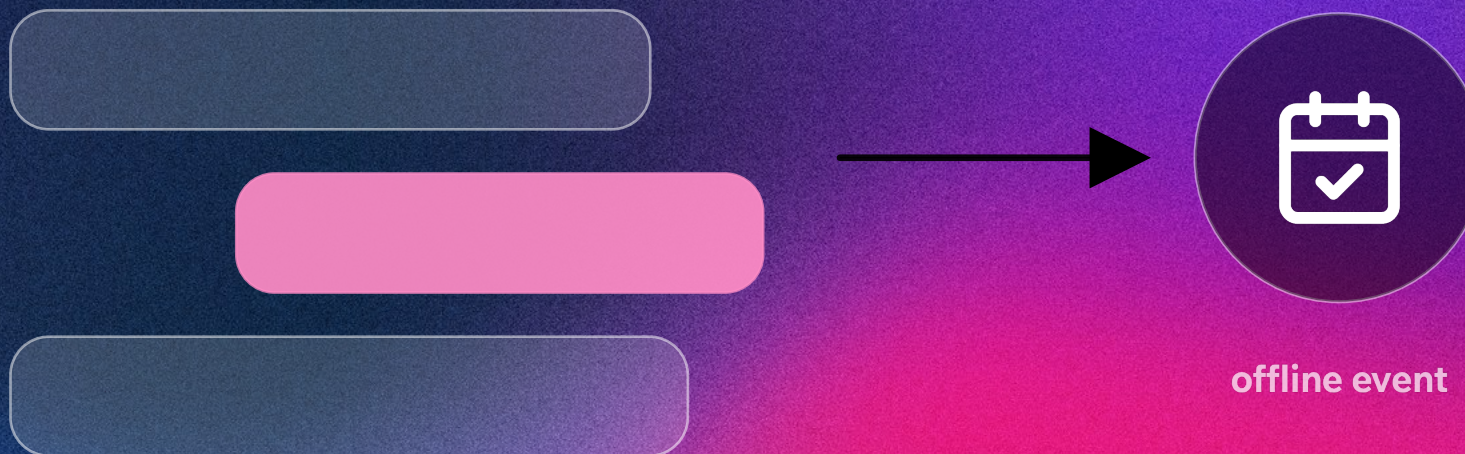
Jak moc tě podržel osobní brand při odchodu z CzechCrunche?



Nebyl jsem nejlepší — byl jsem nejviditelnější.

OTÁZKA

Jak dostat vytížené tech lidi do offlinu?



Cílené zprávy správným lidem fungují překvapivě dobře.

Upřímný zájem

o spolupráce, ne networking pro networking

Cílené LI zprávy

těm správným lidem

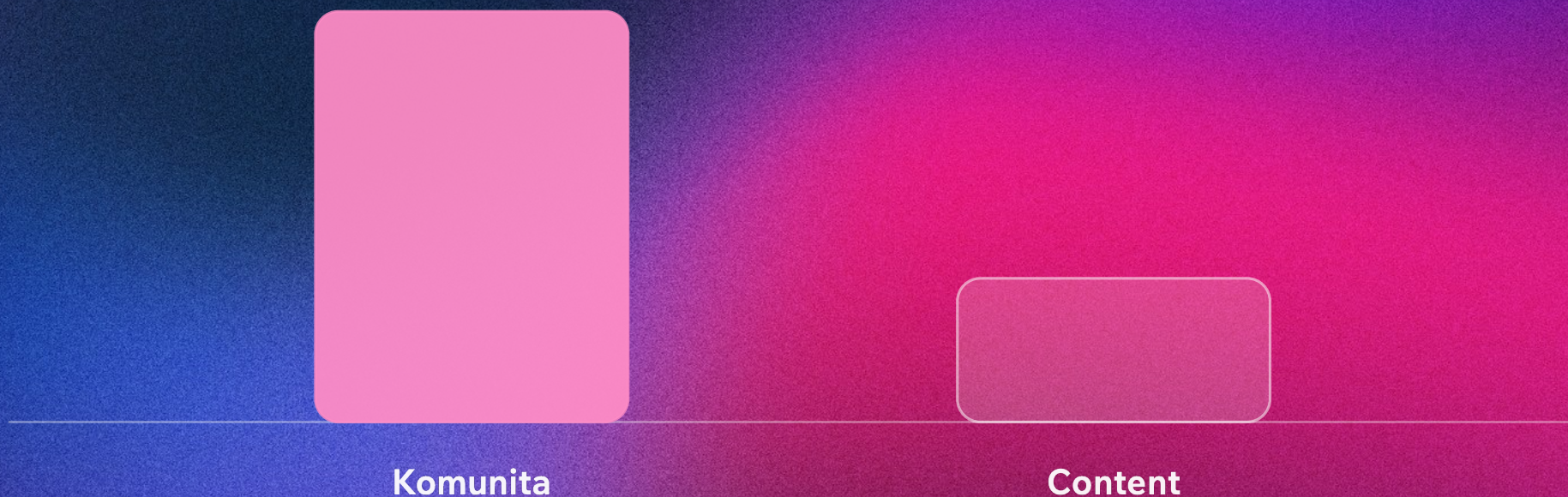
Eventy přes profily

komunikace přes nás

OTÁZKA

Proč komunita poráží content?

Lidi dělají byznys s lidmi, ne s článkem.



Content je jen předskokan. **Reálné věci vznikají až u setkání.**

OTÁZKA

Jak využíváš LinkedIn pro Space Dog?



Ukazujeme práci

co děláme a chystáme



Jak přemýšlíme

náš pohled a kultura



Otevřenost

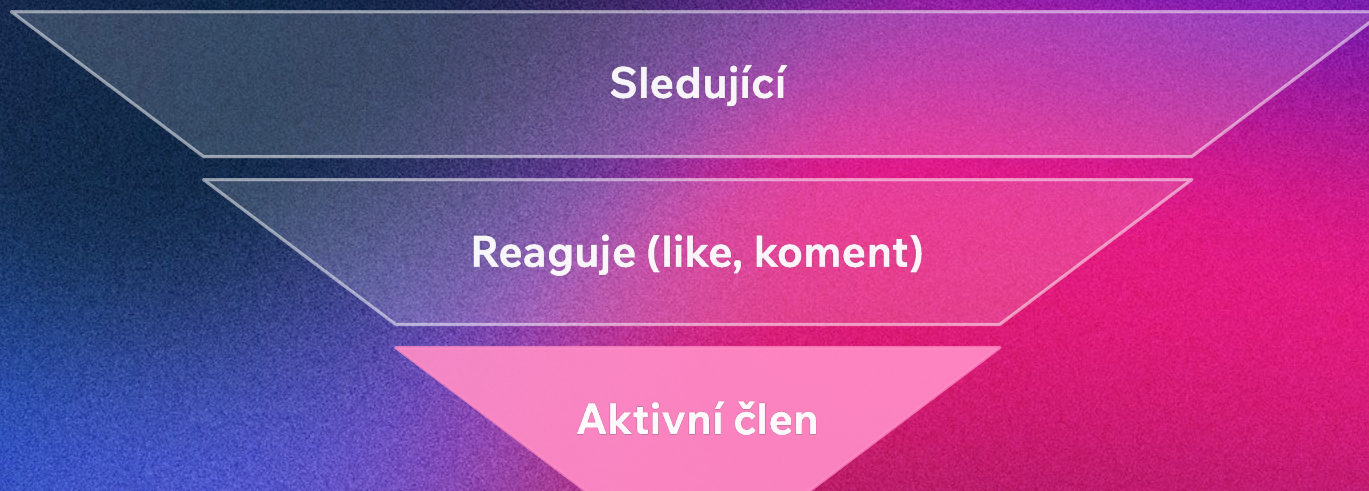
lidem i projektům dle kultury

LinkedIn je nástroj, ne cíl.

OTÁZKA

Jak přeměnit sledujícího na aktivního člena?

Nečekej — oslov je jménem.



Dodej člověku sebevědomí, že na tu akci má a dává to smysl.

OTÁZKA

Co snižuje angažovanost?

Angažovanost zabíjí jednosměrná komunikace.

**Vyprší životnost**

přirozené — ne selhání

Jednosměrnost

jen servíruješ, nezapojuješ

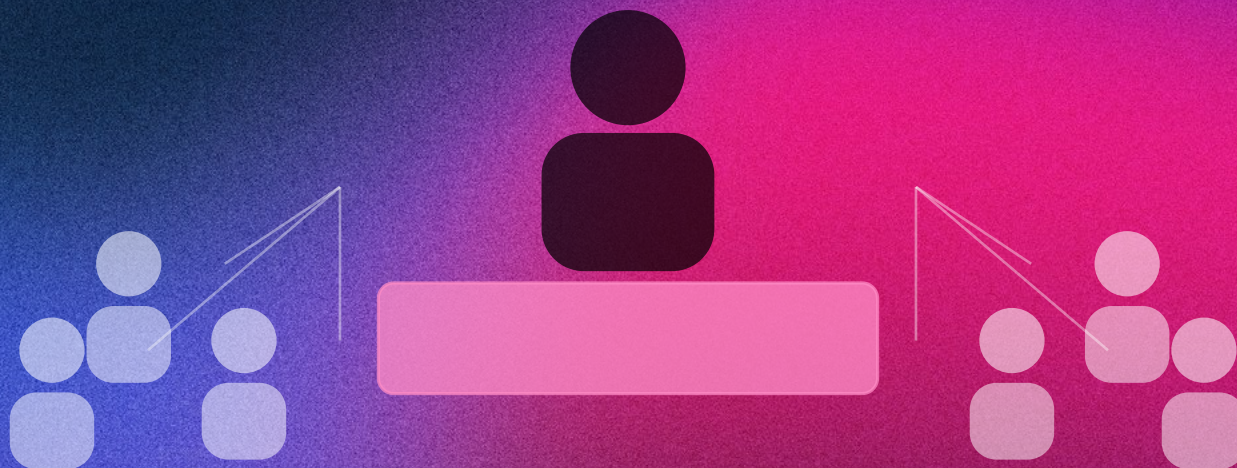
Bez partáka

vyhoříš ty → vyhoří komunita

OTÁZKA

Jakou roli hraje networking v budování brandu?

Brand dělám proto, aby byl networking snazší.



OTÁZKA

Co je důležitější — obsah nebo vztahy?



Vztahy. Bez debaty.

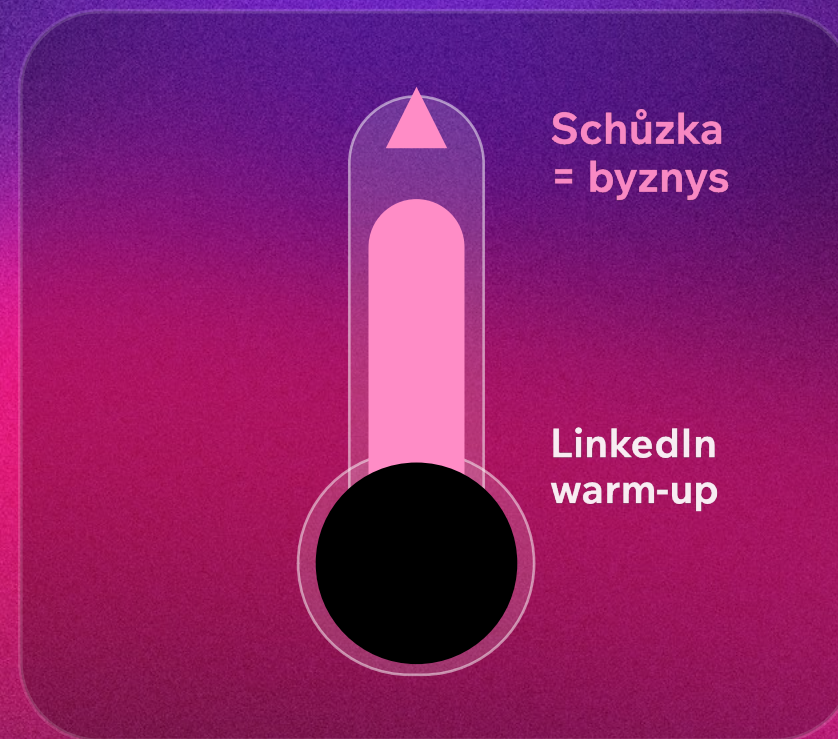
Obsah sám o sobě nic neprodá — jeho cílem je budovat a prohlubovat vztah.

OTÁZKA

Kde vzniká reálný byznys?

LinkedIn dělá jen warm-up.
Byznys vzniká na schůzce.

Myšlenka, že byznys vzniká **přímo na LinkedInu**, je falešná.



OTÁZKA

Jak na follow-up po offline networkingu?

Follow-up: označ lidi a zapiš si to hned na místě.



Přidej si lidi na LinkedIn hned



Zapiš si to rovnou na místě, než se to ztratí



Follow-up jen při konkrétní dohodě nebo super věci



Tvůj post

@Petra

@Jan

@Tereza

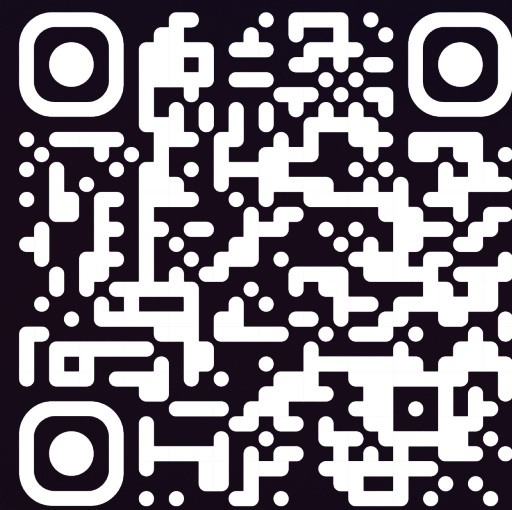


okamžitý engagement



Láďa Vašek

Community builder • Space Dog



Lukáš Augustín

Head of P&C • Direct



Téma

Practise & Skill sharing

Jak budovat brand na LinkedInu?

OTÁZKA

Jak to, že tvůj brand tvoří ostatní, i když nejsi influencer?

Brand mi tvoří lidé, kterým pomůžu.

OTÁZKA

Je tahle nenásilná cesta udržitelná pro každého?

Není pro každého,
musíš mít co sdílet.

Hodnota

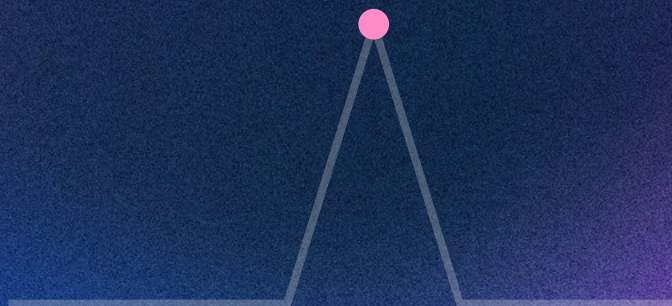
Frekvence

Každý post = produkt, co jde použít.

OTÁZKA

Co je důležitější — být vidět, nebo být užitečný?

Být vidět



dosah za každou cenu

vs.

Být užitečný



hodnota pro lidi

Radši menší organický dosah než „napiš abrakadabra a pošlu ti to“.

OTÁZKA

Jaké otázky ti lidé pokládají nejčastěji?

“

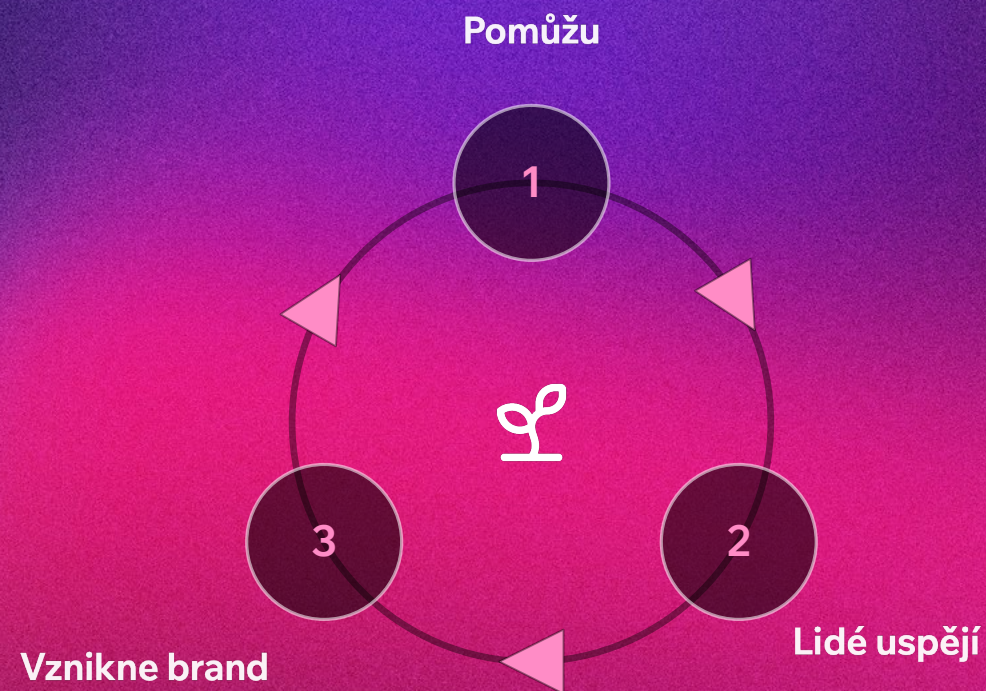
Jak a čím bys řešil situaci X a Y?

Praktický obsah → praktické otázky

OTÁZKA

Je SUHR akademie budování brandu, nebo vracení dál?

**Vracím to dál.
Brand je vedlejší produkt.**



OTÁZKA

Kde ti pomáhá AI a kde zůstáváš u lidského přístupu?



Obsah

člověk — AI je moc korporátní



Podcast

AI: střih, titulky, zvuk

OTÁZKA

Proč jsou konkrétní návody silnější než motivační texty?

Teorie

Praxe

VS.

je všude

konkrétní příklady

Sdílím to, co baví mě samotného.

OTÁZKA

Co poradit lidem, co se bojí sdílet („to už všichni vědí“)?



Sdílej, jen když to fakt chceš.

- Nucené posty jsou cítit
- Vyhod' pár postů a uvidíš

„Tohle mi fakt pomohlo a budu to používat.“

OTÁZKA

Jaká zkušenost ti nejvíc změnila pohled na osobní brand?



Brand ti může i zavřít dveře.

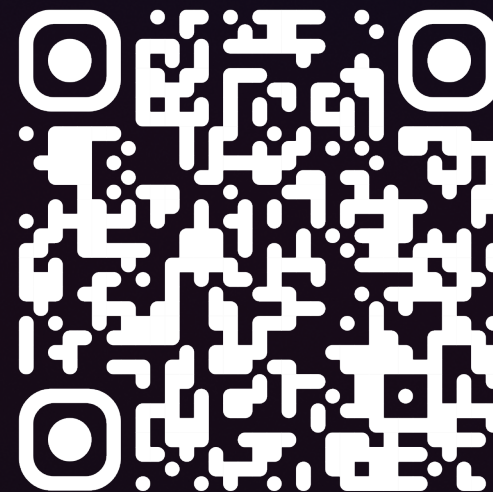
- Firmy mě zamítly, „protože mě znají“ — bez setkání

O brandu se mluví hlavně v dobrém. Ne vždy to tak je.



Lukáš Augustín

Head of P&C • Direct



Miloš Křepelka

LinkedIn stratég • Blueprints



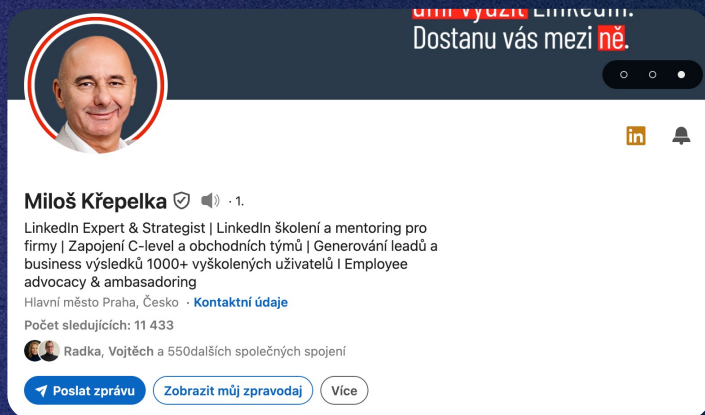
Téma

LinkedIn algoritmus

Jak budovat brand na LinkedInu?

OTÁZKA

Jak správně vyplnit profil a proč to má smysl?



Miloš Křepelka  · 1.

LinkedIn Expert & Strategist | LinkedIn školení a mentoring pro firmy | Zapojení C-level a obchodních týmů | Generování leadů a business výsledků 1000+ vyškolených uživatelů | Employee advocacy & ambassadoring

Hlavní město Praha, Česko · [Kontaktní údaje](#)

Počet sledujících: 11 433

 Radka, Vojtěch a 550dalších společných spojení

[Poslat zprávu](#) [Zobrazit můj zpravodaj](#) [Více](#)

Informace

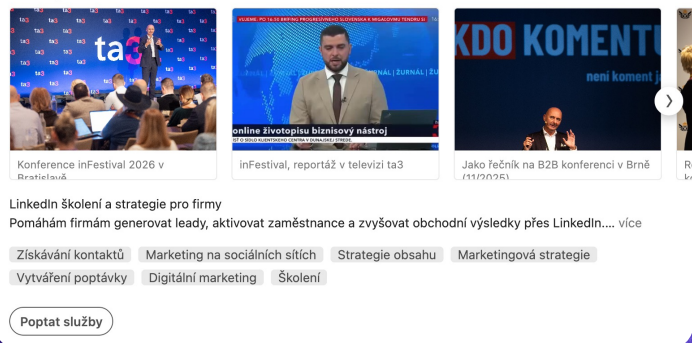
Učím firmy proměnit LinkedIn ve zdroj leadů, aktivovat zaměstnance a zvyšovat obchodní výsledky. 1000+ vyškolených uživatelů. Jen 1 % uživatelů umí platformu využít. Dostanu vás mezi ně. Ve svém oboru, kategorii LinkedIn Growth, jsem to dotáhl až na 22. místo na světě. ... [více](#)



Nejlépší dovednosti

LinkedIn Specialista · LinkedIn konzultant · LinkedIn lektor · Marketingová strategie · Marketing na sociálních sítích →

Služby



Konference inFestival 2026 v Bratislavě

inFestival, reportáž v televizi ta3

Jako řečník na B2B konferenci v Brně (11/2026)

LinkedIn školení a strategie pro firmy

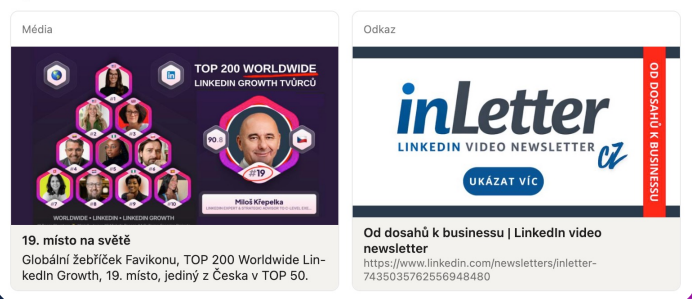
Pomáhám firmám generovat leady, aktivovat zaměstnance a zvyšovat obchodní výsledky přes LinkedIn.... [více](#)

[Získávání kontaktů](#) [Marketing na sociálních sítích](#) [Strategie obsahu](#) [Marketingová strategie](#)

[Vytváření poptávek](#) [Digitální marketing](#) [Školení](#)

[Poptat služby](#)

Vybrané



Média

TOP 200 WORLDWIDE LINKEDIN GROWTH TVŮRČŮ

19. místo na světě

Globální žebříček Favikonu, TOP 200 Worldwide LinkedIn Growth, 19. místo, jediný z Česka v TOP 50.

Odkaz

inLetter

LINKEDIN VIDEO NEWSLETTER CZ

[UKÁZAT VÍCE](#)

Od dosahů k businessu | LinkedIn video newsletter

<https://www.linkedin.com/newsletters/inletter-7435035762556948480>

Pracovní zkušenost



LinkedIn Expert & Strategic Advisor to C-level Executives

Blueprints | LinkedIn Agency · Na smlouvu

září 2025 – současnost · 10 měsíců

Hlavní město Praha, Česko · Hybridně

LinkedIn poradenství a konzultace se zaměřením na rozvoj osobních značek a strategickou práci s nejvyšším vedením firem.



♥ LinkedIn Specialista, LinkedIn školitel a více než 8 doveností



LinkedIn expert, 1000+ vyškolených uživatelů

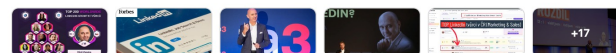
Made in Lin · Na smlouvu

březen 2020 – současnost · 6 let 4 měsíce

Hlavní město Praha, Česko · Hybridně

Učím firmy i jednotlivce využívat LinkedIn™.

Jen 1 % uživatelů umí využít LinkedIn™. Dostanu vás mezi ně.... [více](#)



♥ Analýza dat, Správa firemních stránek na sociálních sítích a více než 19 doveností

Doporučení

[Doporučit Miloš](#)[Obdrženo \(34\)](#)[Uděleno \(21\)](#)

Andrea Vokálová · 2.

Zavřel oči a nech se provést... Autorka Zeleného srdce HK | Průvodkyně životem | Zážiteková přednášející & Mindset coach | Zvu na workshop 12.6.2026 a 7.8.2026 v Café X Borohrádek

2. června 2026, Andrea byl(a) klient uživatele Miloš

Velmi děkuji Milošovi za jednoznačně nejlepší a hlavně nejvíce praktické školení LinkedIn, jaké jsem kdy zažila!

Miloš je špičkový expert, který je na této síti jako doma. Do detailu zná všechny aktuální trendy, algoritmy i skryté vychytávky a přesně ví, jak z vašeho profilu udělat profesionální vizitku, která skvěle reprezentuje vaši práci nebo podnikání.

... [více](#)

Projekty

Blueprints

září 2025 – současnost



Přidružené k Blueprints | LinkedIn Agency

LinkedIn poradenství a konzultace se zaměřením na rozvoj osobních značek a strategickou práci s nejvyšším vedením firem.

♥ LinkedIn konzultace, LinkedIn mentoring a více než 3 dovenosti



Oznámení spolupráce s Blueprints

Ostatní přispěvatelé



OTÁZKA

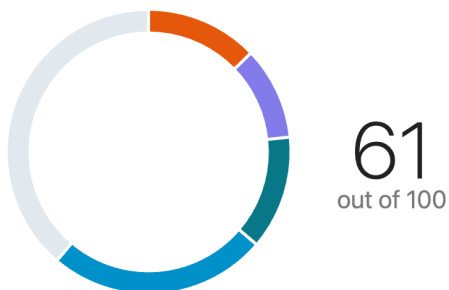
Co nám říká SSI index a jak s ním pracovat?



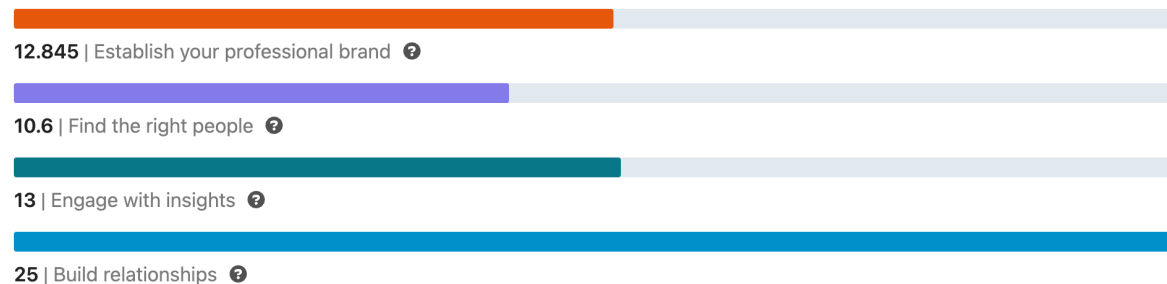
Top Industry SSI rank
1 %

Top Network SSI rank
5 %

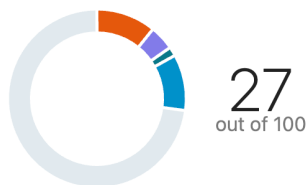
Current Social Selling Index ?



Four components of your score



People in your industry

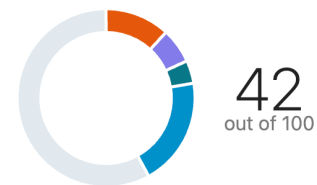


Sales professionals in the Health and Human Services industry have an **average SSI of 27**.

You rank in the **top 1%**

No change since last week

People in your network



People in your network have an **average SSI of 42**.

You rank in the **top 5%**

No change since last week

OTÁZKA

Jak algoritmus přemýšlí?



Komu ukázat?

co umíš a kdo to bude číst



Jak vysoko?

a jak dlouho držet ve feedu

OTÁZKA

Komu nabízí obsah a jak řadí hlavní stránku?

Ze social graphu na interest graph.

Vidíš, co si naklikáš. Algoritmus tvoří zájmové clustery.



OTÁZKA

Penalizuje algoritmus externí odkazy?



Každý odkaz je penalizovaný.

- I ten na LinkedIn — v komentářích nejvíc
- Každý klik navíc zabíjí konverzi

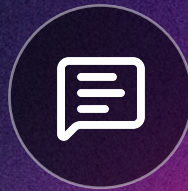
OTÁZKA

Jakou váhu má Like, komentář a uložení?



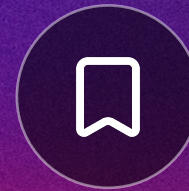
Like

„viděl jsem“



Komentář

„mám co říct“

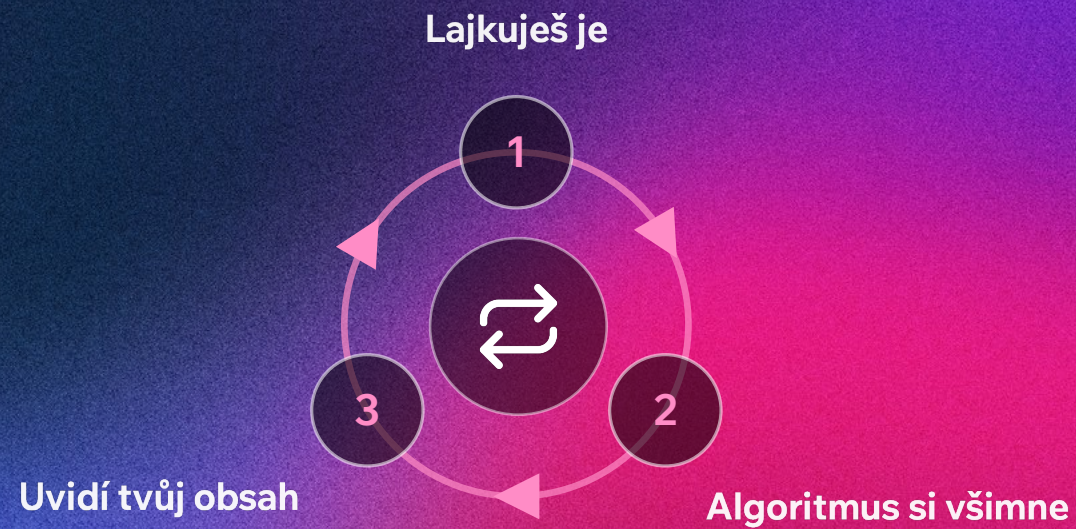


Uložení

„hodně mě to zajímá“

OTÁZKA

Co znamená princip vzájemnosti?

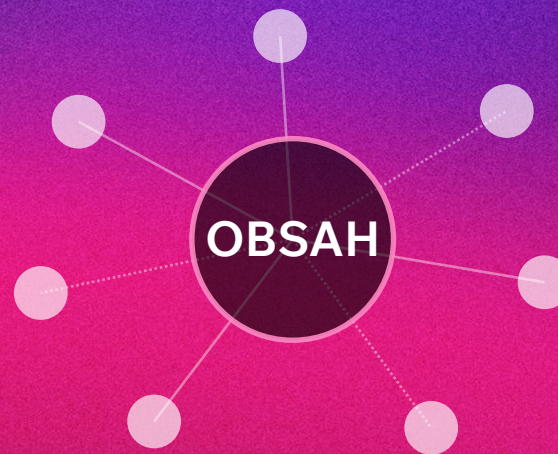


Algoritmus *odměňuje* vzájemnost.

OTÁZKA

Má skladba mé sítě vliv na dosah?

**Nejde o to, koho znáš,
ale koho zajímá tvůj obsah.**



OTÁZKA

Proč padají dosahy a co dnes znamená dobrý dosah?

Dosahy padají, zapojení zůstává.



Reklamy ukrajují místo ve feedu. Záleží i na velikosti tvé sítě.

OTÁZKA

Co naopak LinkedIn podporuje a čemu dává boost?



Uložení

signál hodnoty



Dwell time

jak dlouho čteš



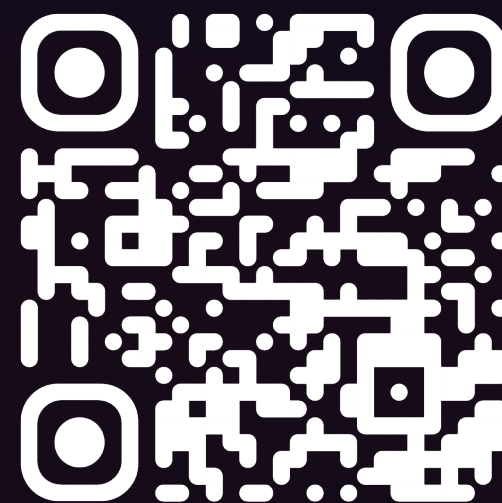
Odeslání

sdílení v DM



Miloš Křepelka

LinkedIn stratég • Blueprints



Oti Tůmová

HRBP • Principal



Téma

Recruitment a aktivní kandidáti na LinkedInu

Jak budovat brand na LinkedInu?

OTÁZKA

Jakou roli hraje LinkedIn při náboru dnes a v budoucnu?

LinkedIn = infrastruktura trhu práce.

1 mld+

uživatelů dnes

90 %+

recruiterů hledá na LI

-62 %

profilů prošel AI agent

Budoucnost patří AI agentům — bez dobrého profilu si tě nevšimnou.

OTÁZKA

Jak moc hraje LinkedIn profil roli při hledání kandidáta?



vs.



vs.



CV

ukazuje minulost

LinkedIn

současnost + potenciál

Digitální stopa

budoucnost

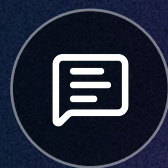
Recruiter dá profilu max 10 sekund. Brzy bude podezřelejší nemít stopu než CV.

OTÁZKA

Jak poznáš z LinkedInu, že je člověk odborník?

**Konzistence témat**

drží svůj obor

**Kvalita komentářů**

přemýšlení v reálném
čase

**Složitě jednoduše**

umí to vysvětlit

**Obor > ego**

zájem převažuje

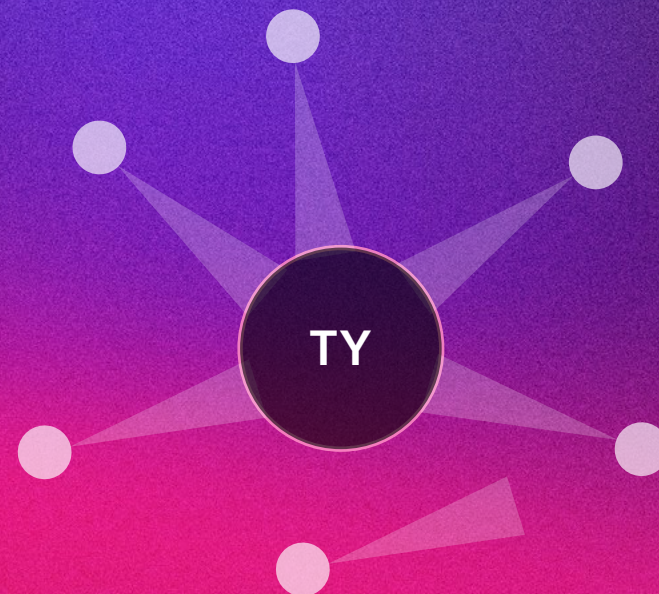
OTÁZKA

Jaké výhody přináší zaměstnanci aktivita na LinkedInu?



Osobní značka není o tom najít si práci.

- Vyšší počet oslovení recruiters
- Získání užitečných kontaktů
- Rychlejší přístup k informacím
- Budování odborné reputace



Dopad bývá tichý: uloží si tě a ozvou se za měsíce.

OTÁZKA

Jaké příležitosti LinkedIn otevírá, když jsi vidět?

Kariéru ti pomůžou změnit slabé vazby.

OTÁZKA

Dostávají lidé z LinkedInu vyšší nabídky?



Bazar

jdeš se prodat sám

vs.



Vytipují si tě

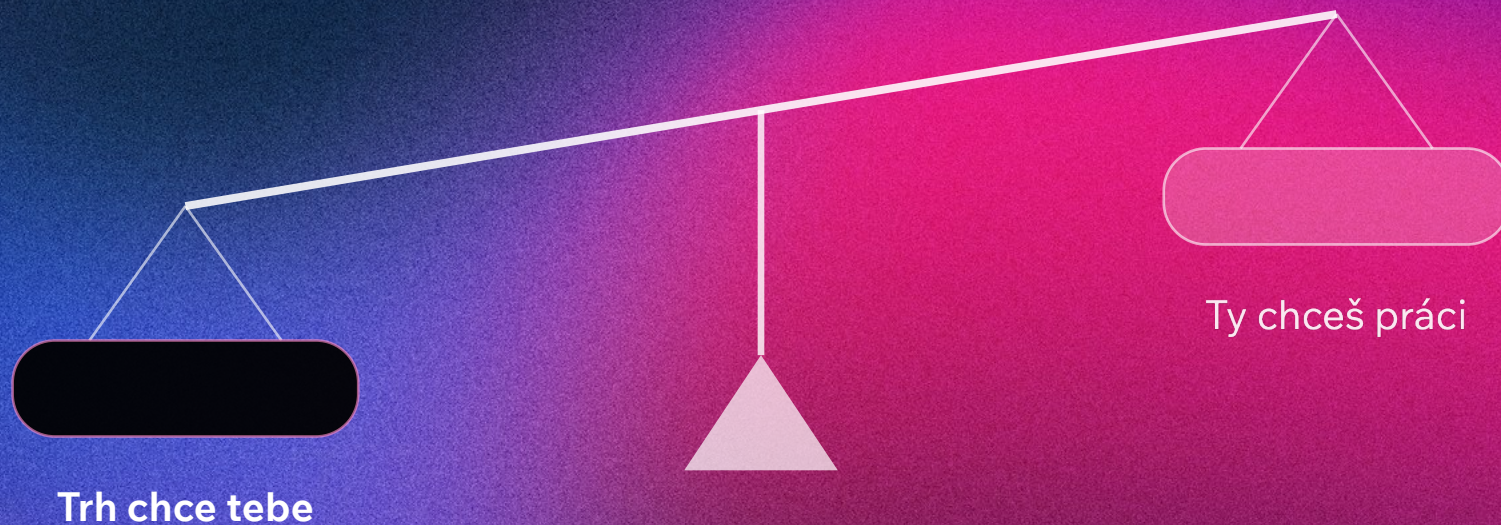
a přijdou tě koupit

Nevíme, jestli LI zvyšuje mzdu. Víme, že zvyšuje počet otevřených dveří.

OTÁZKA

Má LinkedIn vliv na vyjednávání, když jsi aktivní?

Nejsilnější je ten, koho chce trh.



OTÁZKA

Co je „skrytý trh práce“ a proč k němu mají přístup aktivní?

Není to o tajných místech, ale o vztazích a načasování.

30–50 %

pozic přes doporučení

často

obsazeno bez inzerce

Kdo je v síti a vidět, bývá první v hledáčku.

OTÁZKA

Tři tipy, jak vzbudit pozornost recruiterů?

1

Profil pro vyhledávání

headline je hook

2

Komentuj chytřeji

než ostatní píšou posty

3

Bud' aktivní dřív

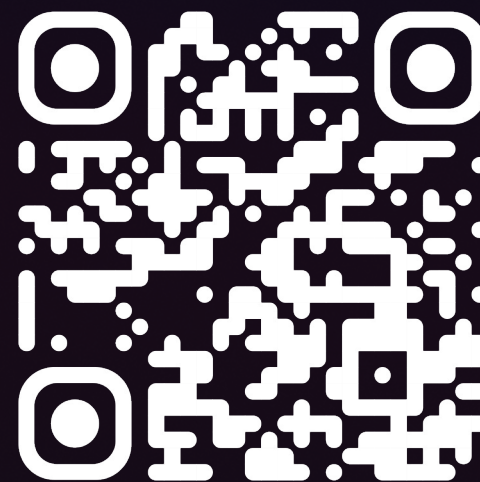
než pomyslíš na změnu práce

LinkedIn není místo, kde hledáš práci. Je to místo, kde si práce najde tebe.



Oti Tůmová

HRBP • Principal



Dana Vaníčková

CEO • Czech Innovation Platform



Téma

Propojení mezi online a offline

Jak budovat brand na LinkedInu?

OTÁZKA

Jaké to je po 25 letech přestat být spojována se značkou IDC?

Byla jsem tváří značky, ne naopak.

Lidé si značku spojili se mnou.

OTÁZKA

Jak jsi poznala, že tě lidé znají kvůli tobě, ne kvůli firmě?



Šli za hodnotou, ne za logem.

- Klienti se rozdělili podle svých potřeb

„Vnímám tě jako značku samu o sobě.“

OTÁZKA

Kdy je nejlepší začít budovat osobní brand a kdy už ne?



Začni hned (ASAP)

Brand nejde zapnout on demand



Nečekej na nouzi

Ne až budeš hledat práci



Nedělej to jako taktiku

Bez autenticity nezačínej

OTÁZKA

Stačí LinkedIn sám, nebo je nutné offline?



Online

buduje kontext



Offline

buduje důvěru

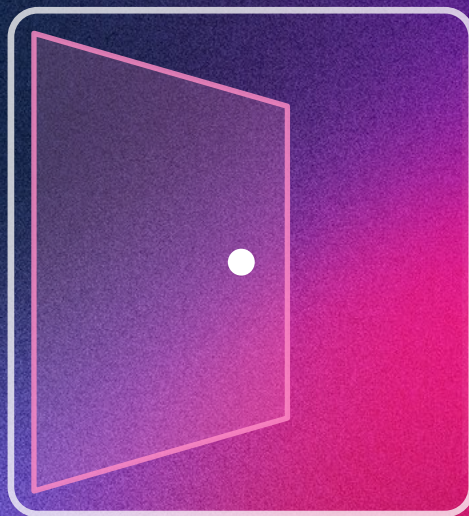
Vsad' na dlouhodobost, ne na quick wins.

OTÁZKA

Jak se online a offline navzájem umocňují?



LinkedIn otevírá dveře



Offline je ta místnost

Nikdy úplně nedohlédnete, kdo vás online sleduje a kdy/co to ve vaší síti způsobí.

OTÁZKA

Jak se online a offline navzájem umocňují?



Online

dává dosah



Offline

dává hloubku

V době AI slopu je živý zážitek prémiový a vzácný.

OTÁZKA

Jak se stát člověkem, kterého ostatní sami chtějí propojovat?



Měl by víc dávat než brát



Spolehlivost je brand asset



Lidé se vracejí za hlubším partnerstvím



OTÁZKA

Proč je budování osobního brandu běh na dlouhou trať?

Malé investice mají velké výhody

Zkratky
nefungují



OTÁZKA

Existuje moment, kdy brand musí růst samostatně?

Osobní brand si nesu z týmu do týmu.

OTÁZKA

Tři tipy pro ambiciózní lidi v korporátu?

1

Začni dřív

než to budeš potřebovat

2

Rozliš brand

co je tvůj a co firmy

3

Investuj offline

do vztahů víc než online



Dana Vaníčková

CEO • Czech Innovation Platform



Děkujeme za pozornost!

Sponzoři

BC21



Workify

