

LinkedIn - primjena alata za poslovno društveno umrežavanje

Ažić Gorup, Jelena

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **The Polytechnic of Rijeka / Veleučilište u Rijeci**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:125:366287>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-05**



Repository / Repozitorij:

[Polytechnic of Rijeka Digital Repository - DR PolyRi](#)



VELEUČILIŠTE U RIJECI

Jelena Ažić Gorup

**LINKEDIN – PRIMJENA ALATA ZA POSLOVNO
DRUŠTVENO UMREŽAVANJE**
(završni rad)

Rijeka, 2020.

VELEUČILIŠTE U RIJECI

Poslovni odjel
Preddiplomski stručni studij Poduzetništvo

LINKEDIN – PRIMJENA ALATA ZA POSLOVNO DRUŠTVENO UMREŽAVANJE

(završni rad)

MENTOR

Marina Rauker Koch, v.pred

STUDENT

Jelena Ažić Gorup

MBS: 2423000152/17

Rijeka, lipanj 2020

VELEUČILIŠTE U RIJECI

Poslovni odjel

Rijeka, 1. travnja 2020.

**ZADATAK
za završni rad**

Pristupnici JELENI AŽIĆ GORUP MBS: 2423000152/17

Studentici stručnog studija Poduzetništvo izdaje se zadatak za završni rad – tema završnog rada pod nazivom:

**LINKEDIN – PRIMJENA ALATA ZA POSLOVNO DRUŠTVENO
UMREŽAVANJE**

Sadržaj zadatka: Rad će sadržavati teorijski i praktični dio. U teorijskom dijelu obraditi Web 2.0 alate za poslovno društveno umrežavanje i među njima LinkedIn. U praktičnom dijelu provesti istraživanje (anketu) koje ispituje stavove ispitanika o učestalosti i razlozima uporabe poslovne društvene mreže LinkedIn i njezinih značajki. Na kraju rada donijeti odgovarajuće zaključke.

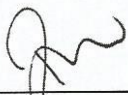
Preporuka:

Rad obraditi sukladno odredbama Pravilnika o završnom radu Veleučilišta u Rijeci.

Zadano: 1. travnja 2020.

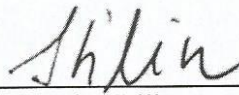
Predati do: 15. rujna 2020.

Mentorica:



Marina Radker Koch, v. pred.

Pročelnica odjela:



mr. sc. Anita Stilin, v. pred.

Zadatak primila dana: 1. travnja 2020.


Jelena Ažić Gorup

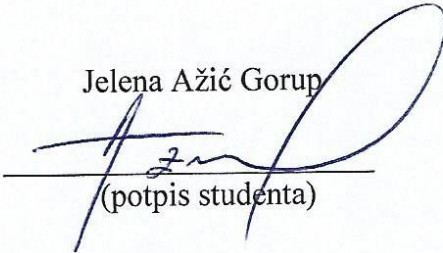
Dostavlja se:

- mentorici
- pristupnici
- pročelnici

IZJAVA

Izjavljujem da sam završni rad pod naslovom **LinkedIn – primjena alata za poslovno društveno umrežavanje** izradila samostalno pod nadzorom i uz stručnu pomoć mentorice Marine Rauker Koch, v.pred.

Jelena Ažić Gorup



(potpis studenta)

SAŽETAK

LinkedIn je najveća poslovno orijentirana društvena mreža namijenjena za profesionalno umrežavanje ljudi širom svijeta. Osnovna zadaća joj je povezati stručnjake diljem svijeta, omogućiti pronalazak zaposlenika ili zaposlenja, informirati o novostima iz svijeta poslovanja te pomoći u razvoju profesionalne karijere. Sadržaj ovog završnog rada pruža uvid u povijest i nastanak LinkedIn društvene mreže, daje informacije o svrsi i popularnosti iste te predstavlja razne mogućnosti i značajke koje pruža putem svojih aplikacija.

Ključne riječi: web 2.0 alati, društvene mreže, LinkedIn, profil, umrežavanje

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. WEB 2.0. ALATI.....	2
2.1 Web 2.0 aplikacije.....	2
3. DRUŠTVENE MREŽE.....	4
4. POSLOVNE DRUŠTVENE MREŽE.....	5
5. LINKEDIN.....	8
5.1. Povijest i razvoj LinkedIna.....	8
5.2. LinkedIn općenito.....	8
5.3 LinkedIn premium račun.....	10
5.4 LinkedIn u brojkama.....	11
5.5 Otvaranje osobnog LinkedIn profila.....	12
5.6 LinkedIn za tvrtke.....	14
5.7 Talent solutions.....	15
6. LINKEDIN APLIKACIJE.....	17
6.1. LinkedIn groups.....	17
6.2. LinkedIn Learning.....	17
6.3 LinkedIn SlideShare.....	19
6.4. LinkedIn Profinder.....	20
7. ISTRAŽIVANJE ZASTUPLJENOSTI DRUŠTVENE MREŽE LINKEDIN MEĐU KORISNICIMA.....	22
7.1. Opis istraživanja.....	22
7.2. Rezultati istraživanja.....	23
8. ZAKLJUČAK.....	36
LITERATURA.....	37
POPIS SLIKA.....	39

POPIS GRAFIKONA.....	40
POPIS PRILOGA.....	41

1. UVOD

Društvene mreže postale su neizostavan dio uspješne komunikacije i jedan od najučinkovitijih alata za moderno poslovanje. Gotovo svi imaju otvoren profil na nekoj od mnogobrojnih društvenih mreža. Bez obzira radi li se o njegovanju kontakata između starih prijatelja, potrebom za samo promocijom, pronalaskom informacija i ideja ili potrebom za profesionalnim usavršavanjem, svi njeđujemo neku vrstu korisničkog profila na društvenim mrežama.

Kada se govori o umrežavanju u poslovnom smislu, profil na društvenim mrežama je nešto što se svakako preporuča ukoliko želimo ostvariti profesionalni rast i razvoj poslovanja. U današnjem modernom i brzom životnom ritmu, bitno nam je što prije doći do potrebnih informacija, povezati se s ljudima koji nam mogu pomoći, nadograditi vlastito znanje, pronaći adekvatan posao ili doći do potencijalnih kupaca na vrijeme.

Korisnički profil na poslovnoj društvenoj mreži, predstavlja naš *online* životopis i pruža nam priliku uspostaviti poveznicu sa cijelim svijetom. Kreirani profil omogućava pregled poslodavaca, grupa i članova te time omogućuje stvaranje veza i profesionalnih prilika.

LinkedIn je najpopularnija i najveća poslovna društvena mreža na svijetu koja broji preko 675 milijuna korisničkih profila u 200 država diljem svijeta. Upravo je LinkedIn društvena mreža tema ovog završnog rada.

Cjelokupni sadržaj ovog rada podijeljen je na ukupno osam poglavlja u kojima je razrađena spomenuta tema. Prvo poglavlje vezano je za uvod u tematiku rada. U drugom poglavlju opisane su karakteristike i aplikacije web 2.0 alata kojem društvene mreže pripadaju, te je u trećem poglavlju objašnjen sam pojam društvenih mreža. U četvrtom poglavlju napravljena je usporedba drugih poslovnih društvenih mreža sa LinkedIn društvenom mrežom.

U sljedećem petom poglavlju obrađena je cjelokupna LinkedIn mreža kroz njenu povijest i razvoj, te su opisane sve značajke koje korisnički profil nudi. Šest poglavlje sadrži opise LinkedIn dodatnih aplikacija.

Predzadnje poglavlje donosi rezultate istraživačkog rada odnosno provedene ankete o korištenju LinkedIn poslovne društvene mreže. Osmo poglavlje donosi cjelokupan zaključak.

2. WEB 2.0. ALATI

Web 2.0. opisuje skup internetskih tehnologija nove generacije. Predstavlja važan pomak u načinu na koji se digitalna informacija stvara, dijeli, pohranjuje, distribuira i manipulira. Alati olakšavaju izradu mrežnih aplikacija koje su dinamične, društvene i potiču korisnike na korištenje i interakciju sadržaja na nov način. Oni omogućuju suradničko pisanje što znači da je skupini korisnika omogućena suradnja pri izradi i objavljivanju na mreži. (Ljubić Klemše, 2010)

Web 2.0. ne koristi računalnu pohranu već to prebacuje na internet što znači manje vremena i novca utrošenog na instaliranje računalnog programa na računalu. Općenito je pravilo da su jeftiniji od tradicionalnog računalnog programa a mnogi su čak i besplatni. Web 2.0. alatima može se pristupiti s bilo kojeg mjesta, potrebno je samo pokrenuti internet preglednik.

Web 2.0. alati nastali su kao nadogradnja na web 1.0 te opisuju promjenjive trendove u korištenju world wide web tehnologije i web dizajna koji ima za cilj poboljšati kreativnost, razmjenu informacija i suradnju među korisnicima. Tradicionalne web stranice pružaju korisne informacije ali ograničavaju posjetitelje na pasivno gledanje te njihov sadržaj mogu mijenjati jedino vlasnici web mjesta. Značajne karakteristike web 2.0 temeljenim aplikacijama su mogućnost pristupa s bilo kojeg mjesta, jednostavne aplikacije rješavaju specifične probleme, podaci se lako dijele, korisnici mogu samostalno pristupiti i koristiti alate, potiču ljude na stvaranje, suradnju, uređivanje, razmjenu i promociju informacija te potiču umrežavanje – što se veći broj ljudi uključi dobivaju se bolji rezultati. (Wolcott , 2008)

2.1 Web 2.0 aplikacije

Web 2.0 alati imaju zaista široku primjenu i brzo se mijenjaju. Koriste se u poslovanju kao i u privatne svrhe. Postoji nekoliko različitih vrsta web 2.0 aplikacija, uključujući wiki, blogove, društvene mreže, podcasting i drugo.

Primjeri web 2.0 alata uključuju:

- Uredske aplikacije – Google Docs, Think free,
- Izrade web stranica – npr. Wix, Weebly

- Izrade Anketa – Lime Survey, SurveyMonkey,
- Izrade prezentacija – Prezi, Emaze
- Portfolio – PortfolioBox, AllYou
- Društveno umrežavanje – Facebook, Instagram, LinkedIn...

Slika 1. Prikaz web 2.0. alata



Izvor: <https://arabiangazette.com/social-networking-media-apps/>

3. DRUŠTVENE MREŽE

Društvena mreža je vrsta internetskog servisa koji služi za međusobno povezivanje korisnika. Danas postoje stotine takvih servisa, a osnovna zadaća im je povezivanje korisnika kako bi se zbližili, povezali, razmjenjivali informacije, te dijelili foto i video sadržaje. Također, društvene mreže svake godine bilježe sve veći rast korisnika te time dobivaju sve veću ulogu u marketingu, te služe za web promociju i oglašavanje.

Uspješna komunikacija putem društvenih mreža danas gotovo da više nije pitanje izbora, već je postala jedan od najvažnijih alata modernog poslovanja. Upravo iz razloga što su društvene mreže dinamične i gotovo svakome dostupne, izvrstan su kanal svakodnevne komunikacije s mnoštvom njihovih korisnika.

Glavno obilježje svih društvenih mreža su univerzalna komunikacijska sredstva i tehnike, kao i zajednički interes koji drži grupe ljudi zajedno i samim time daje popularnost svim društvenim mrežama današnjice. (Grbavac & Grbavac, 2014)

Trenutno najpopularnije društvene mreže su Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest i Snapchat, kao društvene mreže namijenjene za povezivanje postojećih i ostvarivanje novih kontakata među ljudima kao i za zabavu i razonodu, te društvena mreža LinkedIn koja je zamišljena isključivo kao poslovna društvena mreža namijenjena povezivanju poslodavaca i osoba koje potražuju posao te kolegama iz struke.

Slika 2. Logotipi društvenih mreža



Izvor: <https://pixabay.com/>

4. POSLOVNE DRUŠTVENE MREŽE

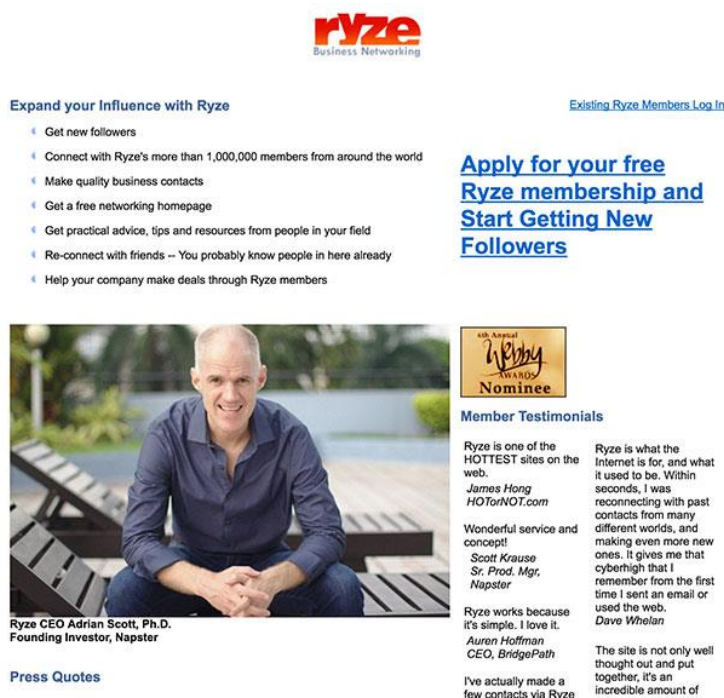
Društvene mreže poput Facebook-a, Instagram-a, Twitter-a i slično koriste se za umrežavanje sa prijateljima i poznanicima ali i za promociju poslovanja i povezivanje sa sadašnjim i budućim kupcima. Takvu vrstu društvenih mreža koriste gotovo svi.

Poslovne društvene mreže omogućavaju komunikaciju sa drugim istomišljenicima iz poslovne profesije i uz pomoć njih umrežavaju se korisnici usko vezani uz određeno poslovno područje.

Daleko najpopularnija poslovna društvena mreža je LinkedIn sa više od 675 milijuna korisnika no u internet svijetu postoje razne poslovne društvene mreže koje pokušavaju konkurirati LinkedIn društvenoj mreži nudeći zajedništvo i umrežavanje na različite načine.

Jedan takav konkurent, Ryze, osnovan je 2001 godine i brzo je dosegao brojku od 500000 korisnika u 200 zemalja. Omogućava korisnicima da se umrežavaju prema interesu, lokaciji te sadašnjim i bivšim poslodavcima.

Slika 3. Ryze poslovna društvena mreža



ryze
Business Networking

Expand your Influence with Ryze

- Get new followers
- Connect with Ryze's more than 1,000,000 members from around the world
- Make quality business contacts
- Get a free networking homepage
- Get practical advice, tips and resources from people in your field
- Re-connect with friends -- You probably know people in here already
- Help your company make deals through Ryze members

[Existing Ryze Members Log In](#)

[Apply for your free Ryze membership and Start Getting New Followers](#)

4th Annual Webby Awards Nominee

Member Testimonials

Ryze is one of the HOTTEST sites on the web.
James Hong
HOTorNOT.com

Wonderful service and concept!
Scott Krause
Sr. Prod. Mgr.
Napster

Ryze works because it's simple. I love it.
Auron Hoffman
CEO, BridgePath

I've actually made a few contacts via Ryze

Ryze is what the Internet is for, and what it used to be. Within seconds, I was reconnecting with past contacts from many different worlds, and making even more new ones. It gives me that cyberhigh that I remember from the first time I sent an email or used the web.
Dave Whelan

The site is not only well thought out and put together, it's an incredible amount of

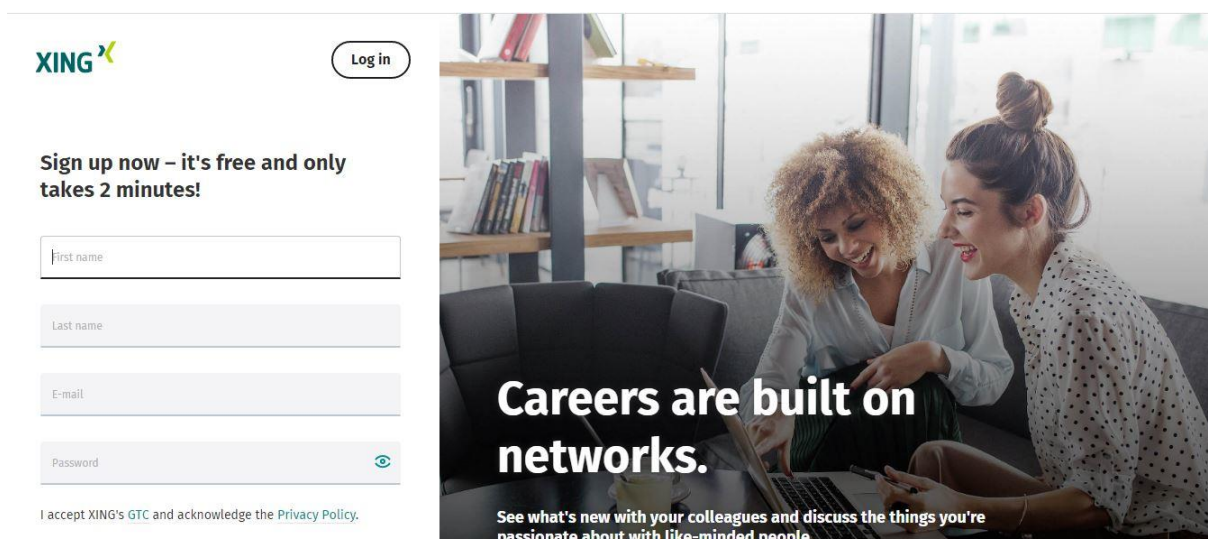
Ryze CEO Adrian Scott, Ph.D.
Founding Investor, Napster

[Press Quotes](#)

Izvor: <https://www.sitepoint.com/social-networking-sites-for-business/>

Xing je najpopularnija društvena mreža u Njemačkoj i dosta je dobro pozicionirana na prostoru cijele Europe. Xing društvenoj mreži može se pridružiti besplatno dok se za premium verziju plaća 10\$ mjesečno. Posjeduje puno istih funkcija i alata kao LinkedIn, uključujući grupe, događaje, aplikacije, stranice tvrtki i pretrage poslova. (Prodromou, 2019.)

Slika 4. Xing poslovna društvena mreža



Izvor: <https://www.xing.com/>

Viadeo je poslovna društvena mreža koja umrežava stručnjake uglavnom sa područja Francuske ali ima članove iz cijelog svijeta.

StartupNation je zajednica koja je fokusirana na razmjenu ideja između poduzetnika i novih vlasnika tvrtki.

Plaxo je verzija internetskog adresara. Omogućuje automatsko ažuriranje podataka o kontaktima. Korisnici i njihovi kontakti pohranjuju svoje podatke u oblak na Plax serveru koji automatski ažurira podatke prilikom svake izmjene.

Gust i AngelList povezuju startup tvrtke sa velikim brojem investitora diljem svijeta kako bi pomogli prikupiti sredstva u ranoj fazi poslovanja.

Black Business Women Online je blog i društvena mreža namijenjena tamnoputim ženama poduzetnicama i poslovnim ženama.

Slika 5. Black business online društvena mreža



Izvor: <https://www.sitepoint.com/social-networking-sites-for-business/>

Pojavile su se i druge stranice za poslovno umrežavanje poput Beyond, Dana.com Connect, E.Factor, Gadball, Meetup, Opportunity, Upspring, Quibb, PerfectBusines koje nude umrežavanje sa stručnjacima iz cijelog svijeta koji mogu donjeti potencijalne ponude, prodaju, klijente i uspjeh u karijeri ali niti jedna nije tako dinamična i moćna poput LinkedIn-a.

5. LINKEDIN

5.1. Povijest i razvoj LinkedIna

LinkedIn je profesionalna društvena mreža stvorena 2003. godine u Mountain Viewu (Kalifornija), a osnovao ju je Reid Hoffman u suradnji sa kolegama sa SocialNeta i Paypala. Zamišljena je kao platforma koja bi povezivala stručnjake diljem svijeta i učinila ih produktivnijim i uspješnijim.

Slika 6. Logotip društvene mreže LinkedIn



Izvor: <https://brand.linkedin.com/downloads>

LinkedIn mreža nije u početku bila prepoznata kao izvrstan poslovni alat, njen rast odvijao se jako sporo sa svega 20-ak prijava na dan. Deset godina kasnije LinkedIn doseže 225 milijuna članova te nastavlja rasti sa po dva člana svake sekunde diljem zemaljske kugle. Danas LinkedIn bilježi više od 675 milijuna članova u 200 država diljem svijeta, zapošljava više od 16000 zaposlenika u 30 svjetskih gradova, dostupna je na 24 strana jezika i jedna je od najpopularnijih poslovnih društvenih mreža. (<https://news.linkedin.com/about-us>, 10.04.2020.)

5.2. LinkedIn općenito

LinkedIn je dio internet servisa koji omogućava izgraditi i objediniti profesionalnu mrežu. Definirana je kao mreža znanja koja olakšava dijalog među profesionalcima. Članovima omogućuje upravljanje mrežnom reputacijom i online brendiranjem. Uz pomoć naprednih značajki pretraživanja mogu se pronaći zaposlenici koji će se zaposliti, tvrtka za koju se želi

raditi, pronaći ciljane potencijalne klijente za prodaju i umrežavanje sa liderima branše. U bogatoj riznici baze podataka mogu se pronaći informacije koje će promijeniti i unaprijediti načine poslovanja. Mogućnost upoznavanja potencijalnih klijenti, konkurenata, njihovog poslovanja i proizvoda a prije nego što ga se upozna osobno. LinkedIn olakšava pronalaženje ciljanih suradnika za poslovanje.

Kao najveća i vodeća B2B internet stranica gdje se poduzetnici mogu povezati sa idealnim korisnicima i potencijalnim poslovnim partnerima, LinkedIn je najbolje mjesto za ponovno povezivanje sa kolegama.

LinkedIn je postao puno više od web stranice za pronalaženje posla, za koju većina ljudi misli da mu je jedina funkcija.

Mogućnosti koje nudi poslovna društvena mreža LinkedIn:

- Biti u tijeku sa novostima i trendovima u vlastitoj industriji (branši)
- Uspostaviti vlastiti brend
- Demonstrirati vlastitu stručnost
- Promovirati stvarne i virtualne događaje
- Upoznavanje ljudi
- Pronalaženje profesionalnih preporuka

Većina LinkedIn članova ne vide njegove prednosti kao moćnog poslovnog alata i mogućnost poslovnog unaprjeđivanja već samo kao mjesto gdje će objaviti svoj životopis očekujući da ih druge osobe prepoznaju i zamijete, bez vlastitog ulaganja i pružanja vrijednosti osobnom LinkedIn profilu. Velik broj ljudi postanu članovi LinkedIn-a a da ne iskoriste mogućnosti i alate koje ono nudi. Kreiraju vlastiti profil, ispune ga osnovnim podacima, povežu se sa bliskim prijateljima i samo ponekad se vrate.

Prema podacima LinkedIn-a samo 23% njihovih članova se smatra aktivnim korisnicima, prijavljuju se više od jednom, mjesečno. Preostalih 77% smatra se statičkim korisnicima. Premda, uprava LinkedIn-a trudi se na razne načine kako bi ih motivirala i uključila. (Prodromou, 2019)

LinkedIn je savršeno mjesto za povezivanje i druženje sa istomišljenicima. Teško da postoji netko tko na neki način ne može izvući korist od ove mreže.

LinkedIn mreža najviše odgovara:

- Zaposlenicima kompanije
- Marketing i prodajnim stručnjacima
- Tražiteljima posla
- Zaposlenicima ljudskih potencijala i agentima za zapošljavanje
- Poduzetnicima i direktorima tvrtki

Na LinkedInu postoje dvije glavne vrste korisničkih profila - osobni profil, otvaraju ga korisnici i u njega upisuju relevantne podatke o svojim (interesima, kompetencijama, zaposlenju, obrazovanju i sl) te poslovni profil (izrađuju ih specijalno educirani djelatnici poduzeća u svrhu promocije tvrtke, obavještanja javnosti, potrage za budućim zaposlenicima i drugo). (Prelog, 2018)

5.3 LinkedIn premium račun

LinkedIn omogućava pristup mnogim korisnim stvarima poput pristupa najmasovnijoj poslovnoj društvenoj mreži, stvaranje vlastitog internetskog životopisa, prezentacije vještina i znanja potencijalnim poslodavcima, umrežavanje sa kolegama i sudjelovanje u raznim raspravama te informiranje o novostima iz vlastite industrije i to potpuno besplatno.

Nadogradnja na LinkedIn premium račun može korisniku dati poticaj, omogućavajući pristup alatima koji su prilagođeni njegovim jedinstvenim potrebama.

Postoje četiri vrste premijskih članarina.

Career – 37,49\$ mjesečno ili godišnji iznos od 299,85\$. Ovo članstvo omogućava uvid u to tko je pregledavao vaš profil. Mogućnost direktnog slanja poruka djelatnicima agencija za zapošljavanje. Imati uvid i usporediti se sa drugim podnositeljima zahtjeva za određeni posao putem LinkedIn-a. Dobivati uvid u plaće i pristup ekskluzivnim obrazovnim sadržajima i materijalima za pripremu intervjua za posao.

Business – 59,99\$ mjesečno ili 575,88\$ godišnje. Oni koji se odluče za poslovno članstvo dobivaju 15 InMail poruka mjesečno (poruke koje se šalju direktno drugim članovima LinkedIna čak i ako nisu povezani s njima) i uvid u poslovanje, uključujući rast i funkcionalne trendove. Uz članstvo u business kategoriji moguće je pregledati neograničen broj profila na stranici, vidjeti tko je pregledavao vaš profil, steći uvid u karijeru i pristupiti internetskim video tečajevima. (<https://www.businessinsider.com/how-much-is-linkedin-premium>, 13.05.2020.)

Sales – 79,99\$ mjesečno ili 779,88\$ godišnje. Članovi prodajne premijske članarine dobivaju 20 Inmail poruka mjesečno kao i uobičajene „pogledajte tko je pregledao vaš profil“ i neograničene mogućnosti pregledavanja profila. Također, dobivaju uvide u specifične prodaje, preporuke za potencijalne klijente i napredne alate za izgradnju potencijalnih klijenata.

Hiring - 119,95\$ mjesečno ili 1.199,40\$ godišnje. Korisnici članarine zapošljavanja dobivaju sve uključeno u bilo koje premijsko članstvo. Nadalje, dobivaju dizajn prilagođen zapošljavanju i napredne mogućnosti pretraživanja i prijedloge koje mogu pomoći pronalasku idealnog kandidata za zapošljavanje. (<https://www.businessinsider.com/how-much-is-linkedin-premium>, 13.05.2020.)

5.4 LinkedIn u brojkama

Digitalna marketinška agencija Omnicore i SMPerth, napravile su istraživanje o poslovnoj društvenoj mreži LinkedIn za 2020g i dobila sljedeće rezultate:

- LinkedIn broji više od 675 milijuna korisnika
- Više od 70% LinkedIn korisnika je izvan SAD-a
- 57% korisnika čine muškarci a 43% žene
- LinkedIn svake 2 sekunde broji novog člana
- Preko 30 milijuna tvrtki ima LinkedIn stranicu sa 20 milijuna otvorenih lista poslova
- LinkedIn je prvi na ljestvici B2B marketinških kanala za distribuciju sadržaja sa 94%
- Dostupan je na 24 jezika
- Svakog mjeseca objavljuje se 100 milijuna ponuda za posao
- LinkedIn Slideshare ima 80 milijuna aktivnih korisnika mjesečno

- Najpopularnije LinkedIn stranice su TED Conferences sa 12,5 milijuna, Google sa 12,1 milijun a slijede ih Amazon sa 8.6 i LinkedIn sa 8.2 milijuna pratitelja
- Prosječno vrijeme koje korisnik provede na stranicama LinkedIna je 17 minuta mjesečno
- Više od 95% agenata za zapošljavanje redovno koriste LinkedIn
- 2 milijuna objava, artikala i video uratka dnevno se objavi na LinkedInu. (SMPerth, 2020) i (Aslam, 2020)

5.5 Otvaranje osobnog LinkedIn profila

LinkedIn profil prezentira osobni profesionalni „*image*“ na internetu i može biti pronađen preko LinkedIn tražilice kao i preko popularnih internet tražilica poput Googlea, Bing i Yahoo. Kada ljudi pretražuju internet za nekim osobnim imenom, LinkedIn profil biti će na samom vrhu dobivenih rezultata i iz tog razloga potrebno je posvetiti pažnju profilu kako bi prvi dojam bio impresivan. LinkedIn predstavlja internetski životopis a sažetak profila korisnikovu stručnu i objektivnu izjavu. Osobe koje pretražuju korisnike moraju razumjeti što točno vlasnik profila radi i na koji način bi mu mogao biti od koristi. Profil bi trebao biti sveobuhvatni sažetak obrazovanja, radnog iskustva i postignuća. Također, profil se može povezati sa računima drugih društvenih mreža i internet stranicama.

LinkedIn profil dijeli se na četiri razine:

- Pozadina
 - Radno iskustvo
 - Obrazovanje
 - Licence i potvrde
 - Volontersko iskustvo
- Vještine
- Postignuća
 - Publikacije
 - Potvrde
 - Patenti

- Tečajevi
- Projekti
- Časti i nagrade
- Rezultati testova
- Jezici
- Organizacije
- Dodatne informacije
 - Zatražite preporuku
 - Podržani jezici

Jednom kada se postane član LinkedIn društvene mreže i ispuni osobni profil treba utvrditi na koji način nam LinkedIn može najviše poslužiti.

LinkedIn ima četiri osnovne funkcije:

- Osnovati profesionalni profil
- Održavati kontak s kolegama i prijateljima
- Istraživanje profesionalnih prilika i mogućnosti
- Pronalaženje stručnjaka i dobivanje odgovore na pitanja iz poslovanja

Korisnik može odabrati jednu ili koristiti kombinaciju navedenih funkcija. Potrebno je redovno ažurirati svoj profesionalni profil čak i ako se nije u potrazi za novim poslom. LinkedIn bilježi više od 500 milijuna profesionalaca i postoji mogućnost iskoristiti životnu priliku nakon što prava osoba uoči profil, pregleda videozapis ili članak koji je korisnik postavio na profil ili zamjeti komentare koje je objavio u raspravi na linkedIn grupi.

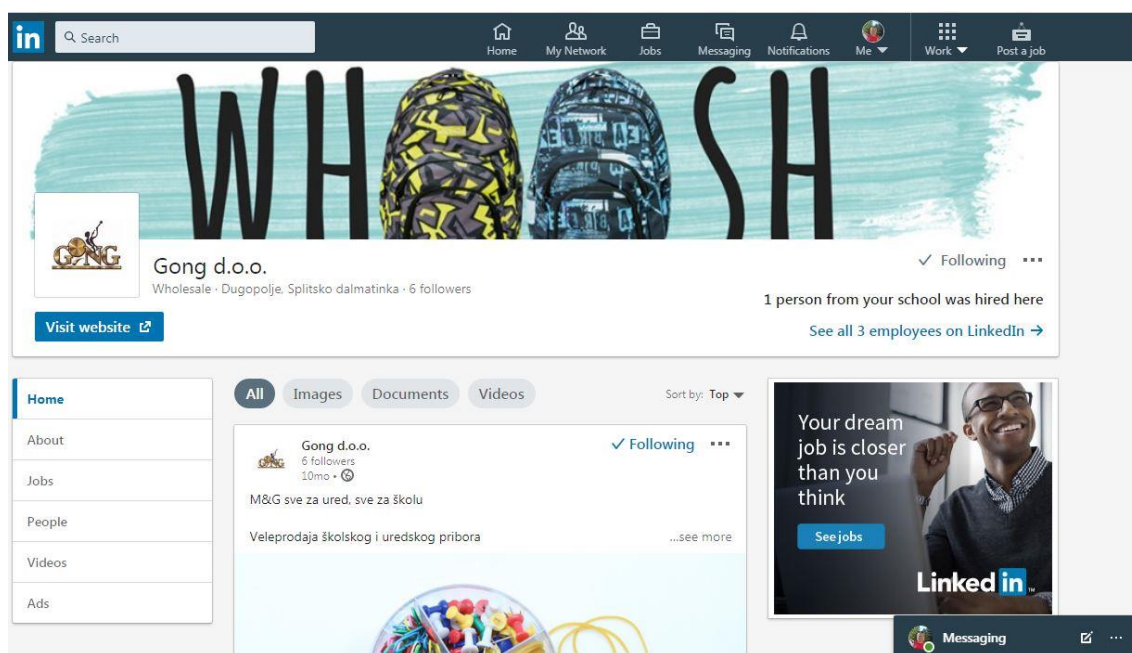
Korisnički profili otvoreni na drugim društvenim mrežama poput Facebooka ili MySpace-a ne smatraju se konkurentnima već kao komplementarni korisnički profili za društveno umrežavanje. Prema Reidu Hoffmanu, osnivaču poslovne društvene mreže LinkedIn: „*MySpace is the bar, Facebook is the barbecue in the garden, and LinkedIn is the office.*“ (Sfetcu, 2017).

5.6 LinkedIn za tvrtke

LinkedIn stranice za tvrtke, vrlo su slične onima za privatne svrhe. Predstavljaju mini internet stranicu tvrtke ali smještenu na LinkedIn-u pa je članovima omogućena lakša pretraga istih. Za predstavljanje tvrtke na stranicama LinkedIna koriste se iste tehnike kao i za osobni profil. LinkedIn omogućava dodavanje tzv „*Showcase page*“ gdje tvrtke mogu predstaviti svoje proizvode i usluge.

Također omogućeno je lakše zapošljavanje novih zaposlenika putem „*job openings*“ i omogućavanjem tražiteljima posla da bolje upoznaju samu tvrtku i njen rad.

Slika 7. Prikaz LinkedIn stranice tvrtke



Izvor: <https://www.linkedin.com/company/gong-d-o-o/>

LinkedIn stranice tvrtke pojavljuju se u pretraživaču kada korisnik pretražuje po nazivu ali isto tako pojavljuju se i u samom vrhu Google pretraživača s obzirom da je LinkedIn jako popularna i pouzdana web stranica koja je izvrsno rangirana kod Google tražilice.

Za članove LinkedIna, stranice namijenjene tvrtkama idealne su za istraživanje o istima. One su riznica detaljnih informacija uključujući one o tvrtkinoj veličini, lokaciji poslovnica, glavnim rukovoditeljima, ponudi proizvoda, mogućnostima ostvarivanja karijere te dobiti informaciju o tvrtkama koje blisko surađuju ili su partner sa tom tvrtkom.

Na stranice LinkedIn tvrtki moguće se pretplatiti i biti u tijeku sa novostima o njihovim proizvodima i uslugama, ostavljati recenzije o proizvodima i uslugama i vidjeti koga zapošljavaju.

5.7 Talent solutions

Talent solution je još jedan od korisnih proizvoda koje LinkedIn stranice nude za poslodavce. Prilikom zapošljavanja opcija *talent solution* pomoći će pronaći idealne kandidate za radno mjesto koje žele upotpuniti a na temelju vještina, industrije, iskustva i interesa koje su naveli u svom profilu. Poslodavcima je omogućeno pregledati i filtrirati kandidate te voditi bilješke pomoću integriranog alata za pronalazak idealnog zaposlenika.

Uvidi u odabrane kandidate (*Talent insights*) sastoje se od dva izvješća koji uključuju jedinstvene presjeke podataka koji mogu pomoći pri izradi raznih analiza. Usredotočeni su na ključne trendove zapošljavanja u određenom sektoru uključujući uvid u to gdje se nalazi najviše ljudi s relevantnim kvalifikacijama, tko ih trenutno zapošljava i koje specifične vještine imaju. (Hutchinson, 2018)

Slika 8. Prikaz LinkedIn Talent Solutions

LinkedIn Talent Solutions Looking for a job? See open roles.

Targeted job promotion


We surface your job to candidates with the right skills – both in emails and across LinkedIn.

Recommended matches

Our candidate recommendations get smarter over time, providing personalized results.

Candidate management

A simple dashboard to track your candidates from application to hire, all in one place.



The image shows a woman in a dark blazer sitting at a desk with a laptop, looking at a LinkedIn Talent Solutions interface. The interface is overlaid on the scene and includes the following elements:

- Matches:** A section titled "Matches" with a sub-header "Because you reached out to Nell Cole". It features a profile card for **Claudia Parsons**, 2nd degree, with the title "Project Manager" and location "Minneapolis, Minn".
- Targeting Options:** A section titled "Help us target the right candidates" with several skill-based checkboxes: Marketing, Sales, Scheduling, Communication, and Business. There is also a "+ Add skill" button.
- Experience Slider:** A section titled "Range of relevant experience" with a horizontal slider ranging from 0 to 15, with a marker currently positioned at 5.

Izvor: <https://business.linkedin.com/talent-solutions>

6. LINKEDIN APLIKACIJE

6.1. LinkedIn groups

LinkedIn grupe su forumi ili mjesta za raspravu gdje članovi LinkedIna mogu međusobno razgovarati i pronaći rješenja za njihove probleme ili dijeliti relevantne informacije o proizvodima, uslugama ili temama koje se odnose na njihovu industriju ili nišu.

Grupe mogu biti otvorene, dopuštajući svima da se pridruže i pozovu ostale članove ili zatvorene što znači da je za sudjelovanje potrebno odobrenje vlasnika grupe. Prednosti zatvorenih grupa su ti da smanjuju nepoželjne komentare i rasprava može biti kvalitetnija i usredotočena na temu. (Prodromou, 2019.)

6.2. LinkedIn Learning

U travnju 2015.g LinkedIn kupio je mrežnu platformu za učenje Lynda.com i integrirao u svoj sadržaj „*LinkedIn learning*“. LinkedIn learning nudi na tisuće online tečajeva i videozapisa koji pokrivaju svaki aspekt poslovanja.

Puni pristup LinkedIn learning-u dobiva se pretplatom na premium račun, uplatom godišnje ili mjesečne pretplate. Omogućena je i kupnja samo jednog određenog tečaja.

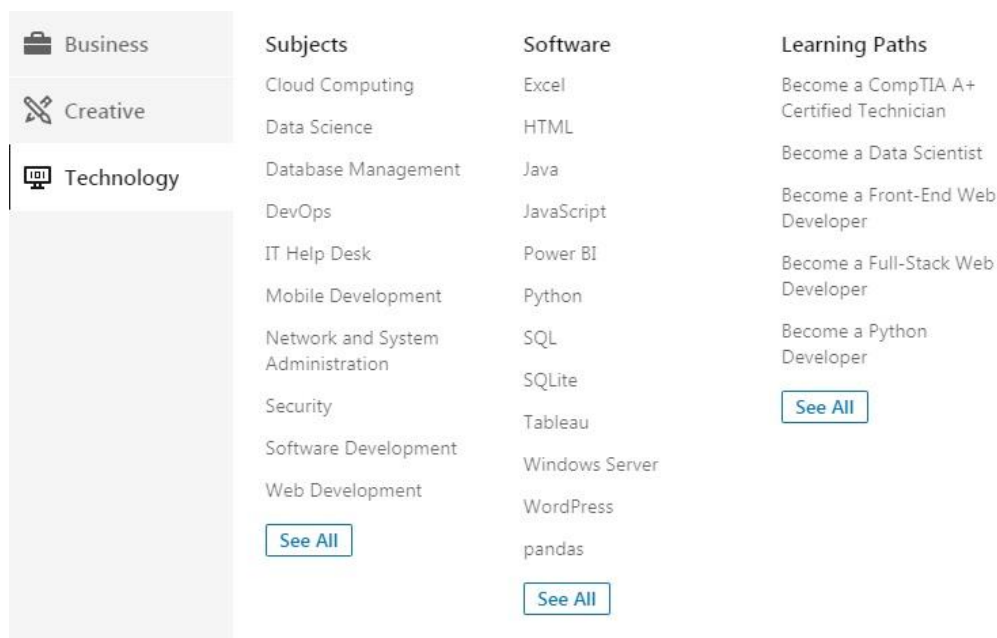
LinkedIn learning nudi preko 15000 internet tečajeva i video tutorijala pod vodstvom stručnjaka u tri različite kategorije.

- Business – obuka raznih poslovnih vještina postala je neophodna za postizanje maksimalnog učinka zaposlenika bez obzira na funkciju koju obavljaju unutar tvrtke. (<https://learning.linkedin.com/>, 15.04.2020.) Uz *business* kategoriju može se naučiti kako biti uspješan lider, kako biti produktivniji sa poslovnim softverom, tehnologijom, kako poboljšati komunikaciju i donositi bolje odluke, upravljati sukobima i sl.
- Technology – kako se tehnologija i dalje razvija, proširuje se i potreba za razvijanjem novih vještina i tehnika na tom području. Tečajevi tehnologije mogu pružiti tehničkim

timovima obuku koja ima je potrebna kako bi stekli nove vještine ili postali napredniji u svojim postojećim vještinama. (<https://learning.linkedin.com/>, 15.04.2020.)

- Creativity – u današnje vrijeme vještina dizajna i tehnologije postala je jednako važna kao i kreativne vještine. Kreativni tečajevi poput AutoCad, Photoshop i mnogi drugi softverski alati koji pokrivaju različite teme uključujući grafički dizajn, video, fotografiju, 3D, arhitekturu, izgradnju, proizvodnju i još mnogo toga, mogu koristiti za poboljšanje kreativnih vještina. (<https://learning.linkedin.com/>, 15.04.2020.)

Slika 9. Prikaz dijela LinkedIn learning tečajeva



Izvor: https://www.linkedin.com/learning/me?trk=nav_neptune_learning

Mnoge velike svjetske kompanije oslanjale su se na tradicionalno, osobno usavršavanje i razvoj svojih zaposlenika ali sa širenjem i otvaranjem ureda diljem svijeta takav način učenja više nije bilo moguće održati. Prepoznale su LinkedIn learning kao odličan alat za educiranje i usavršavanje vještina njihovih zaposlenika. LinkedIn learning koriste mnoge poznate kompanije poput Allianz, Hewlett-Packard, Kellogg's, AIA Singapore i mnogi drugi.

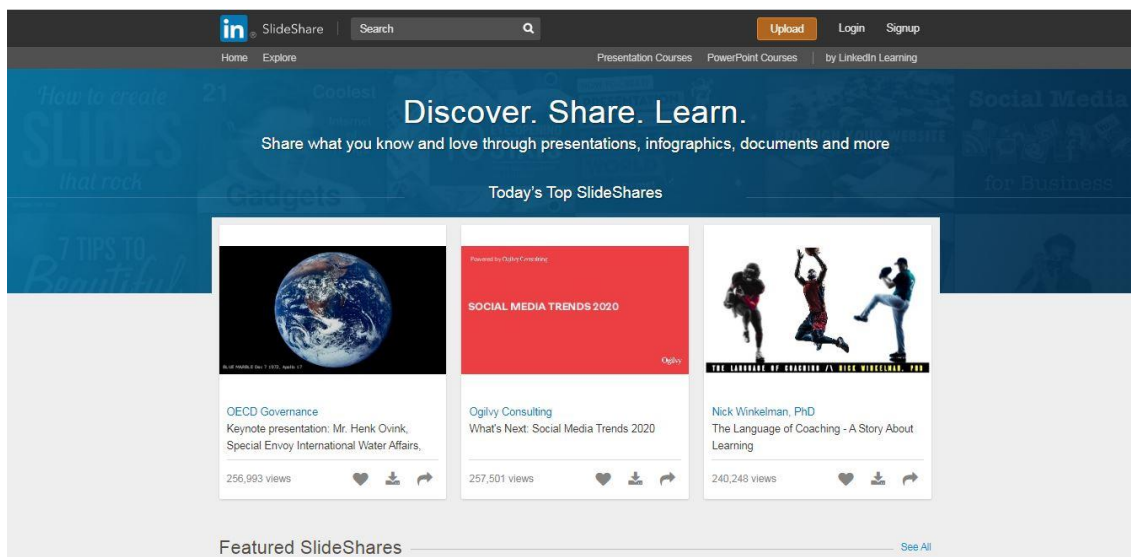
6.3 LinkedIn SlideShare

LinkedIn Slideshare je aplikacija i web mjesto gdje korisnici mogu prenijeti power point prezentacije, infografike, Pdf-ove i ostale dokumente.

Osnovan je 2006 godine sa ciljem da olakša razmjenu znanja. 2012 godine Slideshare je postao dio LinkedIn-a i od tad se razvija u top destinaciju za stručni sadržaj. S više od 18 milijuna prijenosa u 40 različitih kategorija sadržaja, danas je jedno od 100 najposjećenijih web stranica na svijetu. (<https://www.slideshare.net/>, 19.04.2020.)

Uz pomoć LinkedIn Slideshare moguće je brže izgraditi znanje iz sažetih, dobro predstavljenih sadržaja koje su izradili vrhunski stručnjaci ili prezentirati vlastito znanje kroz razne prezentacije, infografike, dokumente ili video uratke. Prilikom prijenosa sadržaja na LinkedIn Slideshare izgrađuje se reputacija kod ciljane i zainteresirane skupine te proširuju profesionalne mogućnosti.

Slika 10. Prikaz LinkedIn Slideshare



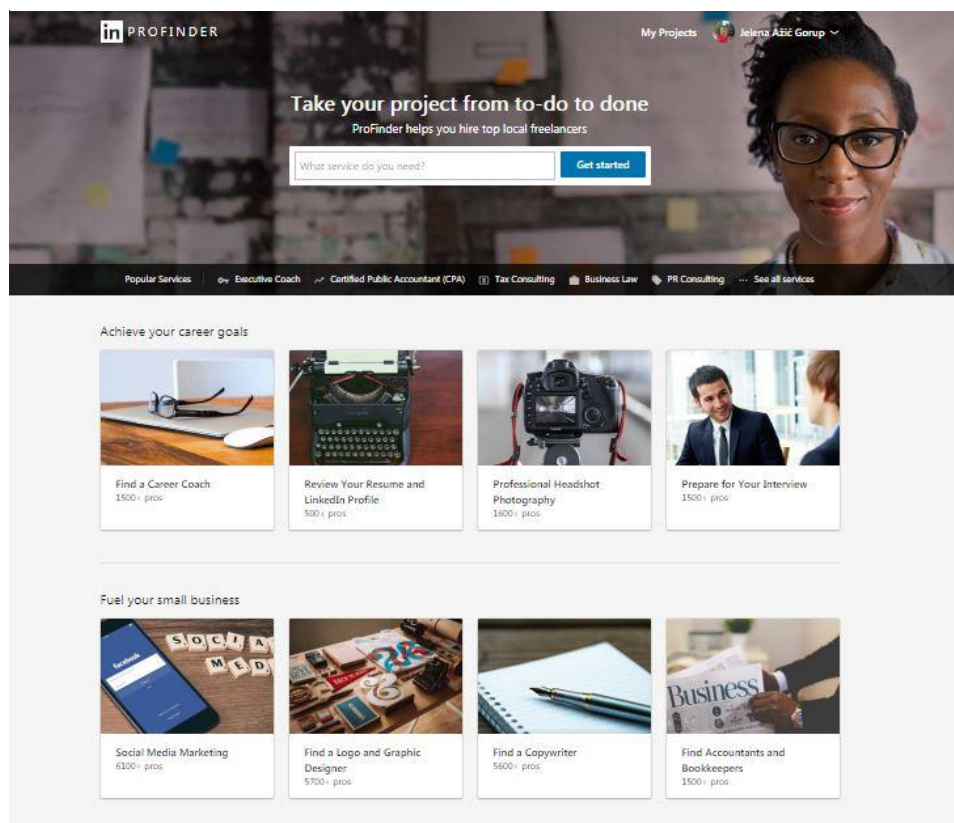
Izvor: <https://www.slideshare.net/>

6.4. LinkedIn Profinder

Prema LinkedIn-u, ProFinder je „tržište posvećeno povezivanju potrošača i malih poduzeća s vrhunskim stručnjacima“ (<https://www.linkedin.com/profinder>, 14.04.2020.)

Tvrtke objavljuju kratke opise projekata i traže prijedloge, a LinkedIn profinder obavještava honorarne stručnjake kada se njihov profil podudara sa traženim znanjem i vještinama. Jedna od prednosti korištenja ove usluge je ogromna veličina postojeće baze podataka na LinkedIn-u. Klijenti koji trebaju zaposliti nekoga za kratkoročni zadatak kreiraju zahtjev popunjavanjem upitnika koji sužava opseg samog zahtjeva. Pitanja su specifična za svaku uslugu i osmišljena kako bi osigurala najbolje kvalificirane profesionalce. (Corwin, <https://pegcorwin.com/blog/ultimate-guide-linkedin-profinder/>, 14.04.2020.) Nakon što je upitnik ispunjen, Profinder analizira svoju bazu podataka i šalje upite potencijalnim klijentima na osnovu stručnosti i lokacije na kojoj se nalaze a koji se nakon zaprimljenog upita javljaju sa ponudom.

Slika 11. Prikaz LinkedIn Profinder



Izvor: <https://www.linkedin.com/profinder>

S obzirom na veliku LinkedIn bazu podataka usluge koje su dostupne putem ProFindera pokrivaju širok raspon kategorija. Pa tako mogu se pronaći usluge profesionalaca iz kategorija računovodstvo, poslovno savjetovanje, IT usluge, marketing, dizajn, fotografija, pisanje i editiranje, pravo, osiguranje i mnoge druge.

Usluga LinkedIn Profinder za sad još uvijek nije dostupan u Republici Hrvatskoj.

7. ISTRAŽIVANJE ZASTUPLJENOSTI DRUŠTVENE MREŽE LINKEDIN MEĐU KORISNICIMA

U praktičnom dijelu završnog rada izvršeno je anketno istraživanje. Cilj istraživanja bio je dobiti informaciju koliko je poslovna društvena mreža LinkedIn zastupljena među korisnicima te koriste li isti sve njene mogućnosti. Istraživanje je provedeno putem anonimne ankete.

7.1. Opis istraživanja

Da bi se postigao cilj rada, izrađena je i provedena anketa putem Google obrazaca za ankete u razdoblju od 25. travnja do 25. svibnja 2020. godine te je obuhvatila uzorak od 133 ispitanika.

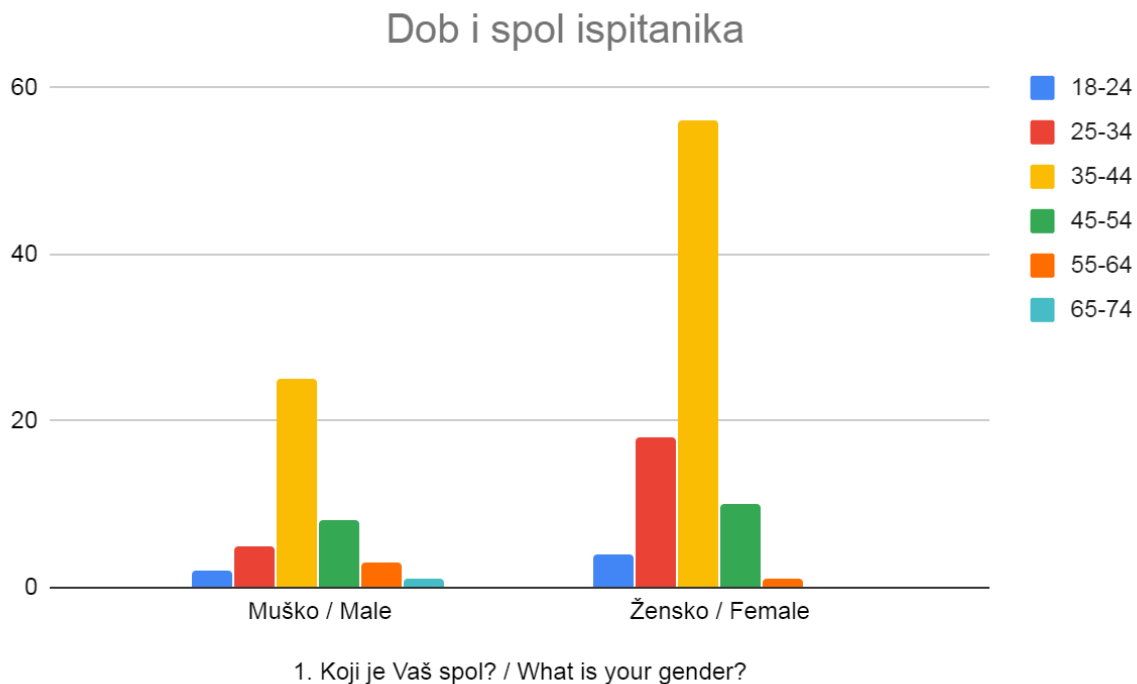
Anketa se sastoji od dva dijela i 20 pitanja. Prvi dio ankete sastoji se od općih pitanja kao što su dob, spol, mjesto, obrazovanje i radno iskustvo. Nakon općih pitanja slijedi pitanje „Imate li otvoren profil ili stranicu tvrtke na LinkedIn poslovnoj društvenoj mreži?“. Za ispitanike koji su na ovo pitanje odgovorili sa „Ne“ ovdje anketiranje završava, ostali nastavljaju odgovarati na pitanja usko vezana uz rad na LinkedIn društvenoj mreži.

Iz odgovora na pitanja dobivala se informacija o tome koji su razlozi korištenja LinkedIn mreže, koliko ju često korisnici posjećuju, jesu li se ikad zaposlili putem nje te koriste li LinkedIn aplikacije poput LinkedIn Groups, Profinder ili Slideshare opisane u ovom radu.

U nastavku završnog rada prikazat će se analiza rezultata dobivenih putem provedene ankete uz grafički prikaz i donesene zaključke.

7.2. Rezultati istraživanja

Grafikon 1. Dob i spol ispitanika



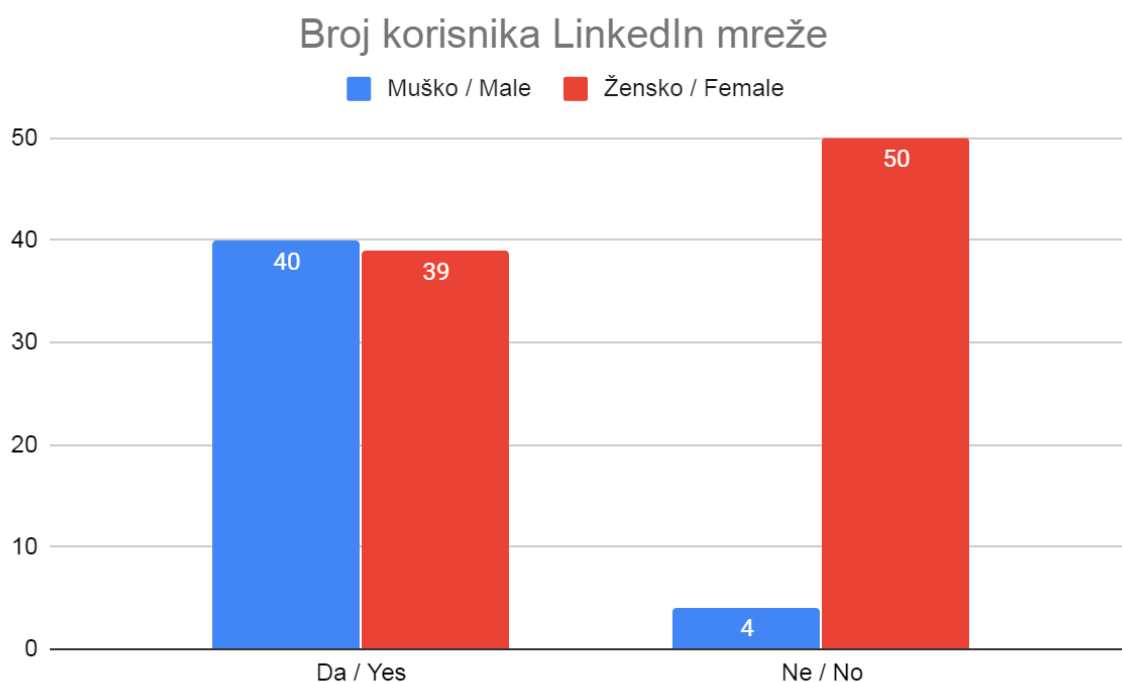
Izvor: Izrada autora prema provedenom istraživanju

U anketi je sudjelovalo ukupno 133 ispitanika od kojih 89 ili 66,9% pripada ženskoj populaciji. Kod oba spola najveći broj ispitanika je u dobi između 35 i 44 godine. Kod žena taj broj je 56 dok je muškaraca 25. Kod žena, ispitanica u dobnoj skupini između 18-24 godine bilo je 4 dok su kod muškaraca svega 2 ispitanika. Dobna skupina od 25 do 34 godine bilježi 5 muškaraca i 18 žena. Gotovo podjednako, 10 muškaraca i 8 žena bilježi dobna skupina između 45 i 54 godine. Mali broj ispitanika zabilježen je u dobnoj skupini 55-64 godine gdje je anketirana jedna ženska osoba i 3 muškarca, dok u najvišoj dobnoj skupini 65-74 nije zabilježena niti jedna ženska osoba i samo jedan muškarac.

113 ispitanika je sa područja Republike Hrvatske dok su 20 ispitanika iz stranih zemalja. Pet ispitanika dolaze iz UK, po dva ispitanika dolaze iz Norveške, Italije, Njemačke, Nizozemske i Kanade, dok je po jedan ispitanik iz Poljske, Senegala, Španjolske, Farskih i Mandarinskih otoka.

Od ukupnog broja ispitanika, 42,9% posjeduje VSS ili više, 38,3% ima VŠS a 18,8% je sa završenim srednjoškolskim obrazovanjem.

Grafikon 2. Podaci o broju korisnika LinkedIn mreže



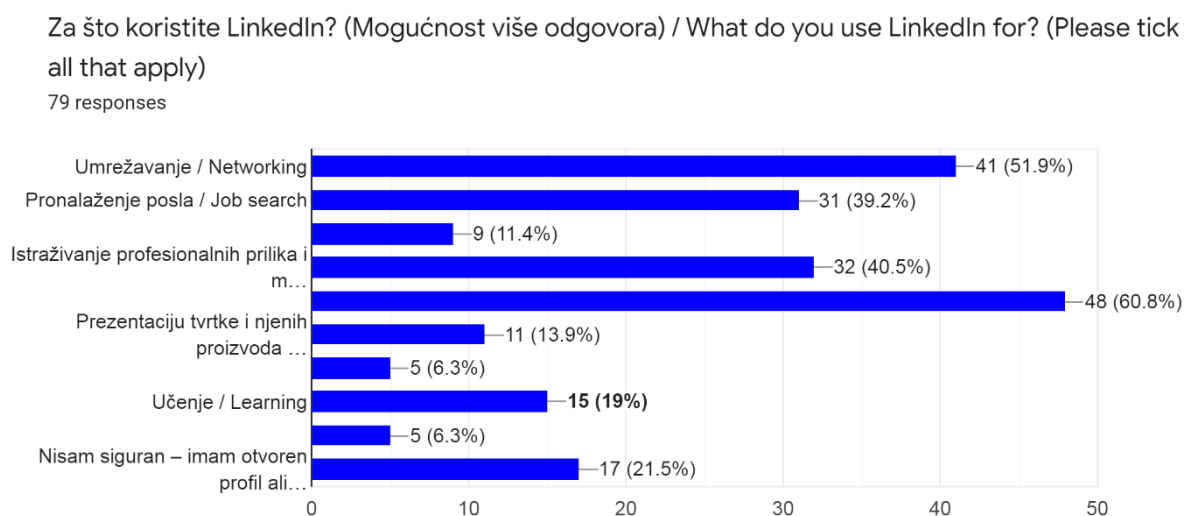
Izvor: Izrada autora prema provedenom istraživanju

Grafikon broj 2 prikazuje koliko ispitanika ovisno o spolu koristi LinkedIn mrežu. Na postavljano pitanje "Imate li otvoren profil ili stranicu tvrtke na LinkedIn poslovnoj društvenoj mreži" ukupno 79 ispitanika je odgovorilo potvrdno dok je njih 54 odgovorilo kako nemaju otvoren profil. Anketiranje za ispitanike koji su odgovorili negativno tu je završilo dok su ostali imali mogućnost nastavka odgovaranja na pitanja.

Gotovo jednak broj žena i muškaraca koriste poslovnu društvenu mrežu, muškarci njih 40 a žene njih 39 no kada pogledamo odnos između spolova kod negativnog odgovora možemo zaključiti kako muškarci puno više koriste LinkedIn društvene mreže jer svega 4 ispitanika je

odgovorilo kako nemaju otvoren profil na stranici dok je isti odgovor dalo 50 ispitanica ženske populacije.

Grafikon 3. Prikaz razloga korištenja LinkedIn mreže

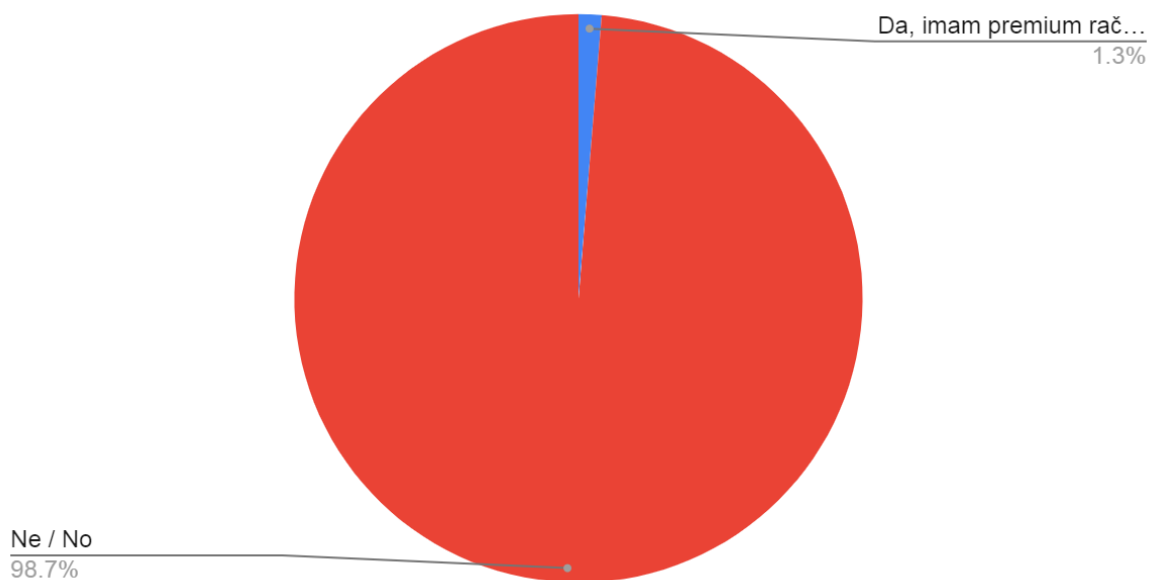


Izvor: Izrada autora prema provedenom istraživanju

Ispitanici koji su odgovorili kako imaju otvoren profil na LinkedIn društvenoj mreži mogli su odabrati jedan ili više ponuđenih odgovora kao odgovor na pitanje za što koriste LinkedIn. Najviše ispitanika odgovorilo je kako LinkedIn koriste za održavanje kontakata sa kolegama iz struke i za umrežavanje. Nakon toga, LinkedIn poslovnu društvenu mrežu koriste za istraživanje profesionalnih prilika i mogućnosti te pronalaženje posla. Učenje, prezentacija tvrtke i njenih proizvoda, pronalaženje zaposlenika i stručnjaka manje su zastupljeni u odgovorima. Zanimljivo je kako 17 ispitanika ili 21,5% nisu sigurni za što im koristi LinkedIn društvena mreža odnosno imaju otvoren profil ali ga ne koriste.

Grafikon 4. Prikaz korištenja premium računa

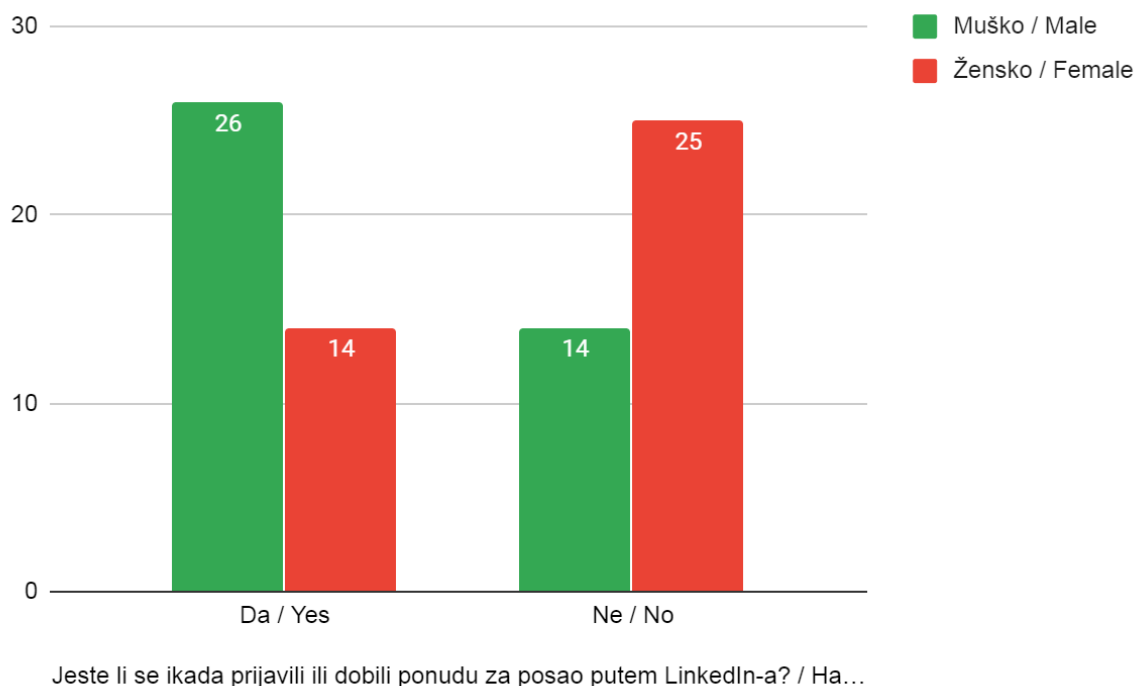
Da li plaćate kako bi koristili LinkedIn? / Do you pay to use LinkedIn?



Izvor: Izrada autora prema provedenom istraživanju

LinkedIn svojim korisnicima nudi dodatne pogodnosti pretplatom na premium račun. Samo jedan ispitanik koristi tu mogućnost dok ostali, njih 98,7%, koriste besplatnu verziju istog. Možemo zaključiti kako LinkedIn u svojoj besplatnoj inačici nudi velik broj opcija i mogućnosti za zapošljavanje kao i profesionalni rast i razvoj te nije nužno dodatno plaćati usluge premium računa.

Grafikon 5. Prikaz rezultata o ponudi za zapošljavanje putem LinkedIn-a

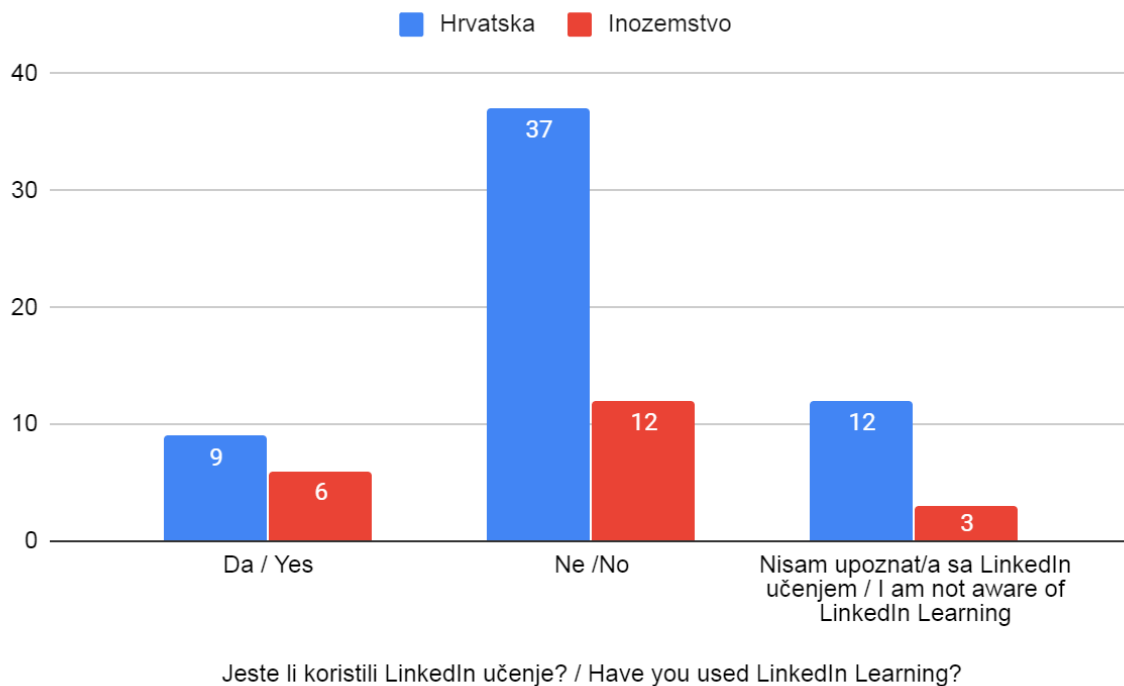


Izvor: Izrada autora prema provedenom istraživanju

Rezultati istraživanja pokazali su da je od 79 ispitanih osoba njih 50,6% ili 40 ispitanika dobilo ponudu ili su se prijavili za posao putem LinkedIn-a. LinkedIn društvena mreža ne koristi se prvenstveno za zapošljavanje ili pronalazak zaposlenika već nudi i druge razne mogućnosti poput informiranja o novostima u vlastitoj branši, povezivanje s kolegama iz struke, učenje, osobnu prezentaciju i prezentaciju tvrtke te je upravo zato rezultat podijeljen.

Uspoređujući žene i muškarce kod ovog pitanja, možemo zaključiti kako se muškarci više prijavljuju ili su dobili ponudu za posao putem društvene mreže LinkedIn. Dobiveni rezultati pokazuju kako je 26 muškaraca odgovorilo sa da i 14 sa odgovorom ne, dok je kod žena obrnuto. Veći broj je onih koje se nisu prijavile i dobile ponudu, njih 26, a 14 ispitanica je koristilo LinkedIn kao mogućnost za zapošljavanje.

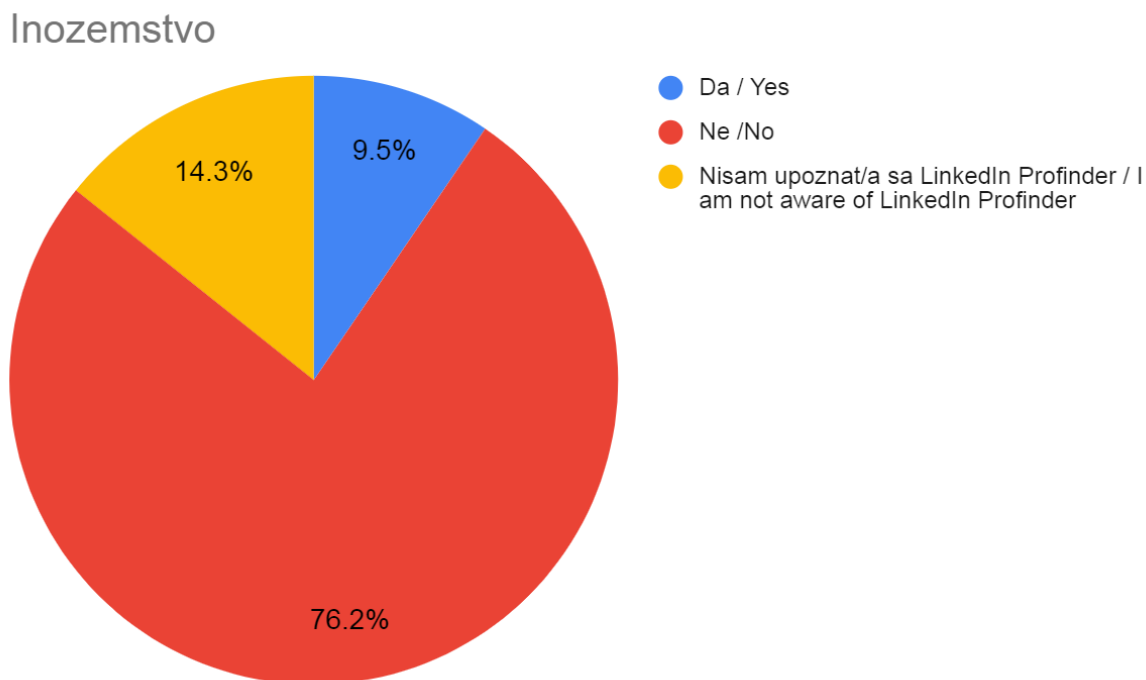
Grafikon 6. Prikaz rezultata korištenja LinkedIn učenja



Izvor: Izrada autora prema provedenom istraživanju

Grafikon broj 6 prikazuje rezultate odgovora na pitanje Jeste li koristili LinkedIn učenje. Među ponuđenim odgovorima 19% ispitanika odlučilo se za odgovor „Nisam upoznat/a sa LinkedIn učenjem.“ Jednak broj ispitanika odgovorilo je kako su koristili LinkedIn učenje. 62% odnosno 49 ispitanika odgovorilo je kako isti nisu koristili. Analiza rezultata ankete pokazala je kako su LinkedIn učenje koristili 6 ispitanika iz inozemstva od ispitanih 21 te 9 ispitanika iz Hrvatske od ispitanih 58 ispitanika. Također o uslugama koje LinkedIn pruža putem LinkedIn učenja nisu upoznata 3 ispitanika iz inozemstva te 12 ispitanika iz Hrvatske. Najveći broj je ispitanika koji znaju za LinkedIn učenje ali nisu koristili njegove mogućnosti.

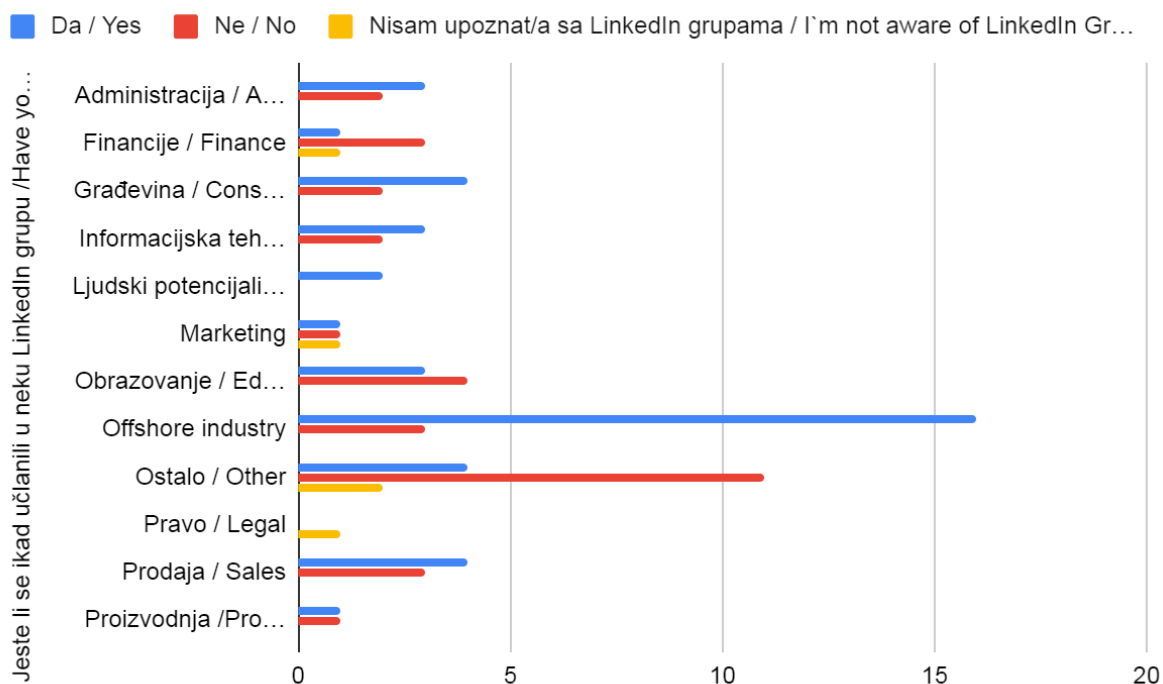
Grafikon 7. Prikaz rezultata korištenja usluga LinkedIn Profinder



Izvor: Izrada autora prema provedenom istraživanju

Istraživanje koje je provedeno među inozemnim ispitanicima pokazalo je kako njih 14,3% nije upoznato sa uslugama koje LinkedIn nudi putem aplikacije Profinder, 76,2% nisu je koristili a svega 9,5%, odnosno 2 ispitanika je koristilo LinkedIn Profinder usluge. LinkedIn profinder namijenjen je pronalasku profesionalaca iz različitih kategorija poslovanja, no za sad usluge još uvijek nisu dostupne u Republici Hrvatskoj.

Grafikon 8. Prikaz rezultata korištenja LinkedIn grupa



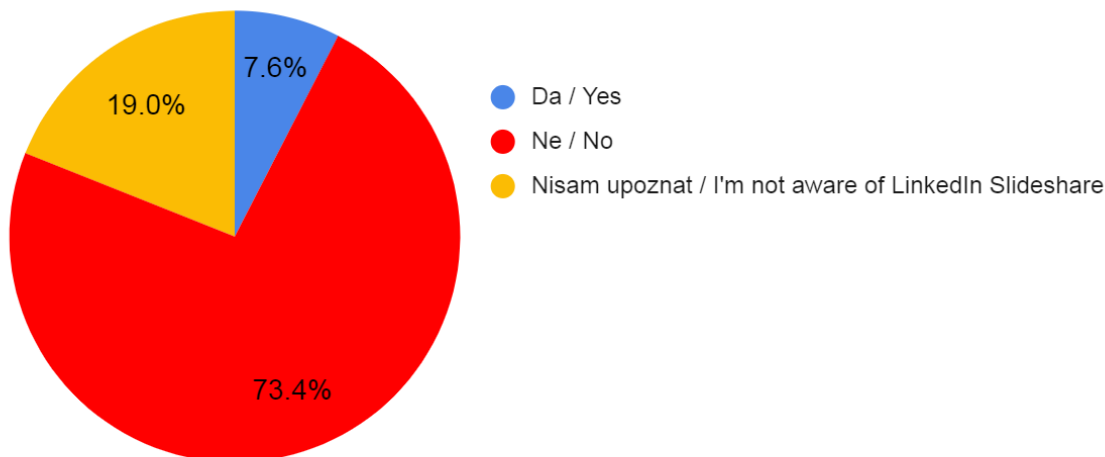
Izvor: Izrada autora prema provedenom istraživanju

Mjesta stvorena za raspravu o raznim temama popularna su na svim društvenim mrežama. Na LinkedInu moguće je razmijeniti iskustva sa ljudima sa kojima postoje zajednički interesi usko vezani uz poslovanje. 53,2% ispitanika učlanilo se u jednu od takvih grupa za raspravu, 40,5% nije, a svega 6,3% nije upoznata sa LinkedIn grupama.

Ako sagledamo rezultate prema odjelu u kojem su zaposleni ispitanici, možemo zaključiti kako LinkedIn grupe najviše prate zaposlenici offshore industrije.

Grafikon 9. Prikaz rezultata korištenja LinkedIn Slideshare-a

Jeste li koristili postojeće ili samostalno izradili materijale za LinkedIn Slideshare?



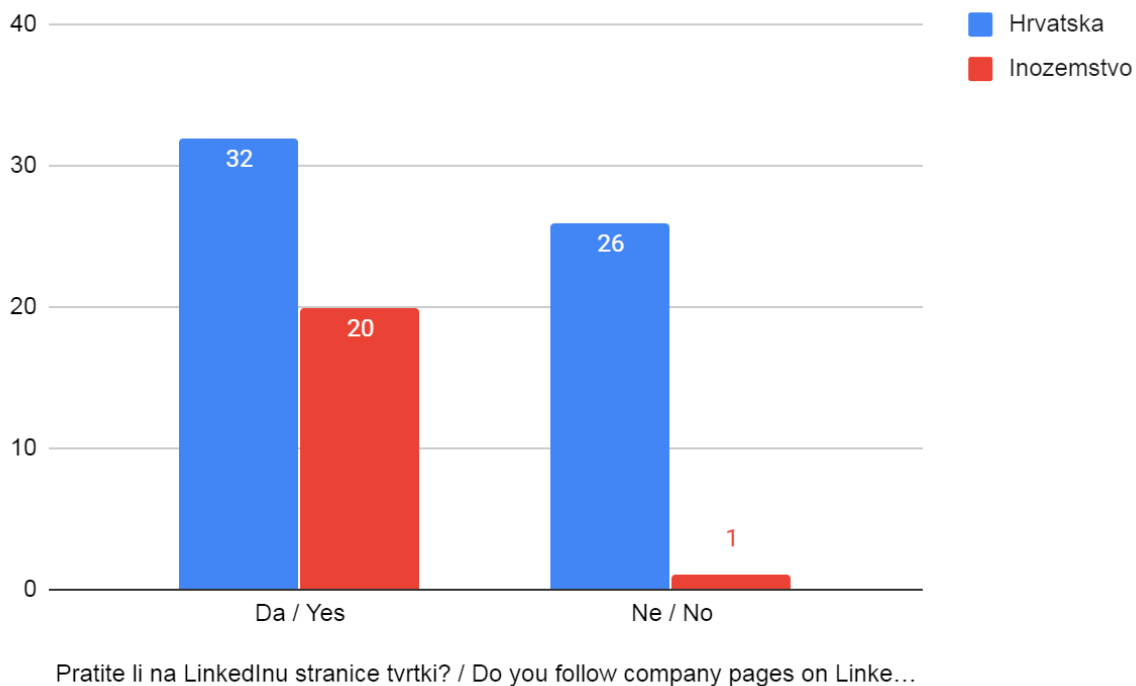
Izvor: Izrada autora prema provedenom istraživanju

Kako je već navedeno u dijelu rada koji govori o LinkedInu u brojkama a prema istraživanju marketinške agencije Omnicore i SMperth, LinkedIn SlideShare ima 80 milijuna aktivnih korisnika mjesečno i nalazi se u top 100 naj posjećenijih internet stranica na svijetu.

Istraživanje koje sam provela ovom anketom nije dalo iste rezultate. Naime, samo 7,6% ispitanika odgovorilo je kako su koristili postojeće ili samostalno izradili materijale za LinkedIn SlideShare. 73,4% ispitanika ih nisu koristili a čak 19% ispitanika nisu u opće upoznati sa aplikacijom LinkedIn SlideShare.

S obzirom da je većina ispitanika iz Hrvatske, možemo zaključiti kako LinkedIn SlideShare još uvijek nije prepoznat od strane Hrvatskih korisnika.

Grafikon 10. LinkedIn stranice tvrtke

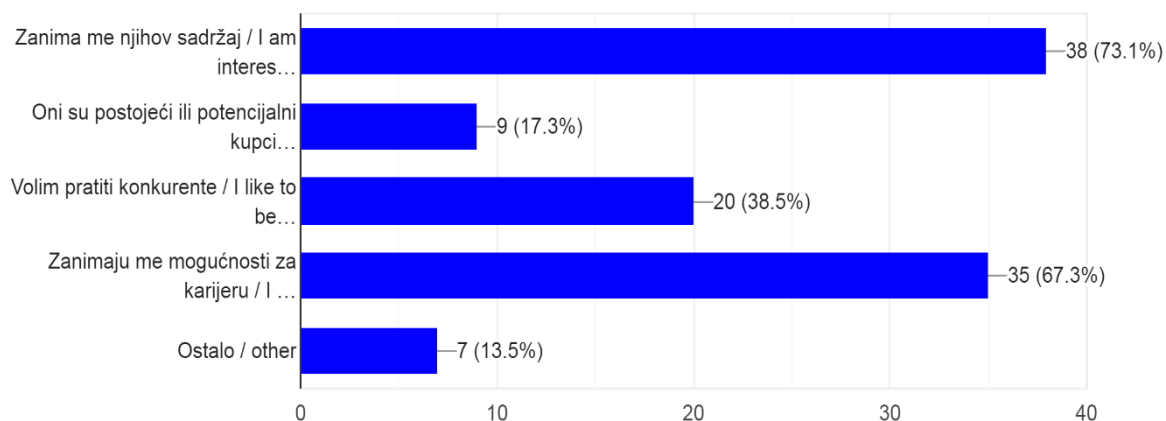


Izvor: Izrada autora prema provedenom istraživanju

Grafikon 11. Razlozi za praćenje stranice tvrtki

Iz kojeg razloga pratite stranice tvrtki? / Why do you follow LinkedIn company profiles?

52 responses



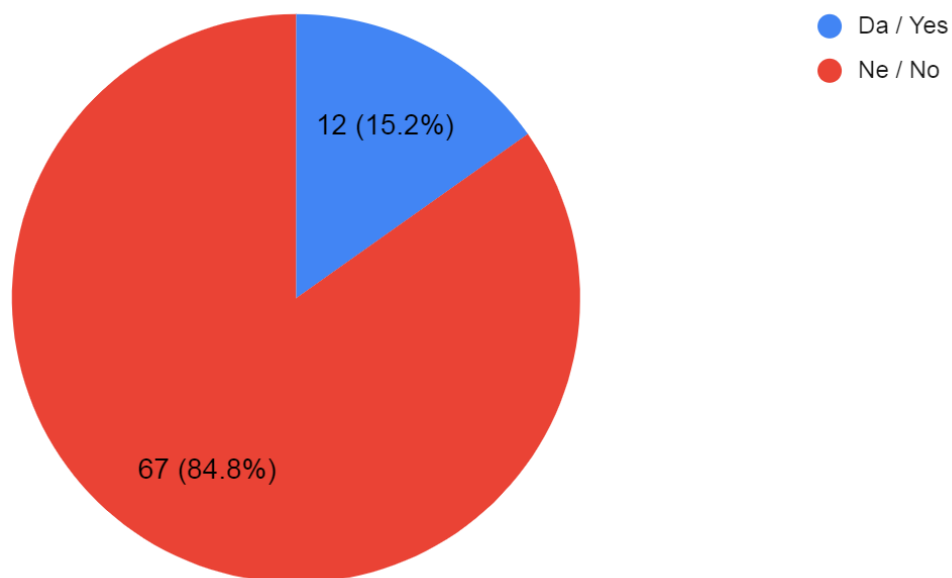
Izvor: Izrada autora prema provedenom istraživanju

Mnoge tvrtke imaju otvoren profil odnosno stranicu tvrtke na LinkedIn društvenoj mreži kako bi promovirale svoju tvrtku, proizvode i usluge ili pronašle zaposlenike. 27 ispitanika ili 34,2% to nisu prepoznali i ne prate stranice tvrtki dok 65,8% odnosno 52 ispitanika podržava njihov rad na LinkedIn društvenoj mreži. Ako usporedimo ispitanike iz inozemstva sa onima iz Hrvatske možemo zaključiti kako inozemni ispitanici mnogo više prate rad određenih tvrtki putem LinkedIna. Samo jedan ispitanik od njih 21 ispitanih odgovorio je kako ne prati stranice tvrtki.

Analizirajući ukupne rezultate, najveće razloge za pratiti stranice tvrtki pronašli su u tome jer ih zanima njihov sadržaj i mogućnosti za karijeru. 38,5% ispitanika na taj način prati rad svojih konkurenata dok 17,3% na isti način prati svoje postojeće ili potencijalne kupce. 7 ispitanika ili 13,5% naveli su ostalo kao druge razloge zbog kojih prate stranice tvrtki.

Grafikon 12. Korištenje drugih poslovnih društvenih mreža

Jeste li korisnik neke druge poslovne društvene mreže? / Do you have a profile on other business social networks?

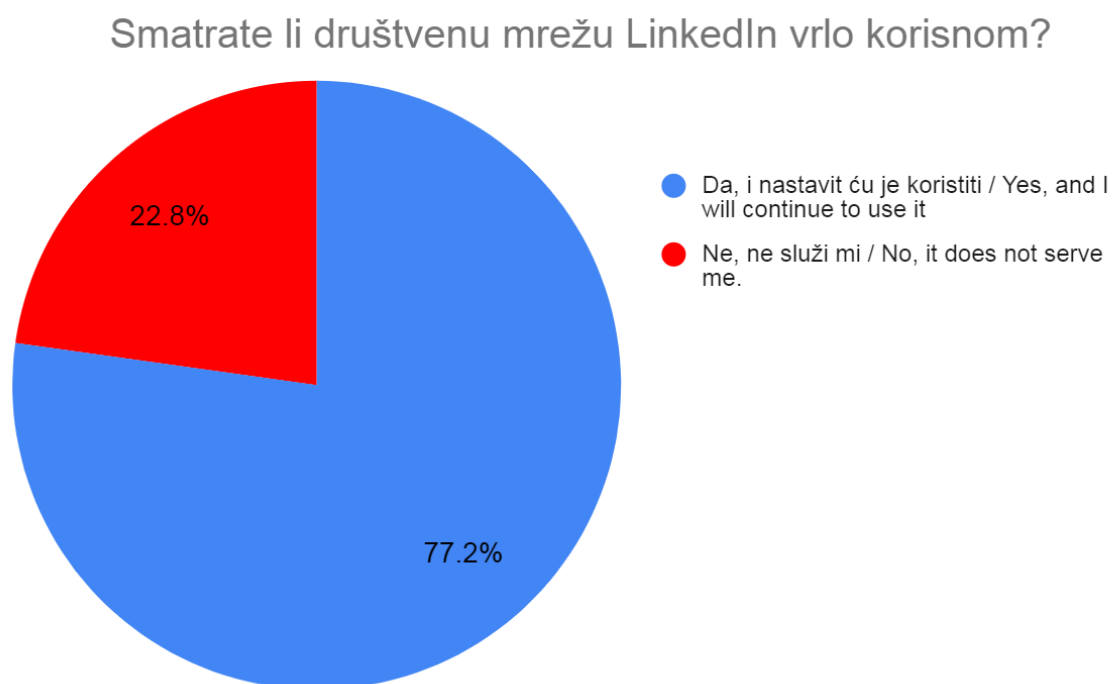


Izvor: Izrada autora prema provedenom istraživanju

84,8% ili 67 ispitanika jedino koristi LinkedIn društvenu mrežu za poslovno umrežavanje dok je 15,2% odnosno 12 ispitanika odgovorilo kako se koriste i ostalim poslovnim društvenim mrežama.

Kao primjere naveli su poslovne društvene mreže poput Viadeo Researchgate, Academia ali i društvene mreže poput Facebook-a, Instagrama, Twittera koje ne spadaju u poslovne društvene mreže pa možemo zaključiti kako je LinkedIn društvena mreža najzastupljenija među korisnicima.

Grafikon 13. Prikaz korisnosti LinkedIn-a



Izvor: Izrada autora prema provedenom istraživanju

Grafikon broj 12 prikazuje zadovoljstvo korisnika LinkedIn društvenom mrežom. 22,8% ili 18 ispitanika odgovorilo je kako ju ne smatraju korisnom jer im ne služi dok je velika većina njih 77,2% odnosno 61 ispitanik odgovorio kako je LinkedIn društvena mreža korisna te će ju nastaviti koristiti.

Iz navedenog možemo zaključiti kako velika većina ispitanika vidi potencijal i širok spektar mogućnosti koje LinkedIn društvena mreža nudi te će ju u budućnosti iskoristiti za osobni razvoj i napredovanje u karijeri.

Kao zaključak na provedeno istraživanje možemo reći kako LinkedIn poslovnu društvenu mrežu koriste više muškarci nego žene, za umrežavanje i povezivanje sa kolegama iz struke. Besplatna verzija koju LinkedIn nudi sasvim je dovoljna te ispitanici smatraju da nema potrebe za nadogradnjom na premium račun. Istraživanje je pokazalo kako LinkedIn društvena mreža nije jednako zastupljena u Republici Hrvatskoj u odnosu na inozemstvo. Velik broj korisnika nema otvoren profil ili ga nedovoljno koristi. Također slabo su upoznati sa dodatnim mogućnostima koje nudi osim mogućnosti izrade online životopisa i pronalaženje zaposlenja. No u konačnici, 77,2% ispitanika LinkedIn poslovnu društvenu mrežu smatra korisnom te će ju nastaviti koristiti i iskoristiti mogućnost da ju istraže i prepoznaju kao društvenu mrežu uz pomoć koje mogu nadograđivati vlastito znanje i profesionalne uspjehe.

8. ZAKLJUČAK

Društvene mreže postale su neizostavan dio svakodnevne komunikacije. Razvoj tehnologija i alata na društvenim mrežama nalazi primjenu i u suvremenom poslovanju tvrtki. Prisutnost na društvenim mrežama omogućava informiranje i povezivanje ljudi te nudi mogućnost za nove poslovne prilike i izazove.

LinkedIn društvena je mreža namijenjena za poslovno umrežavanje. Putem ove društvene mreže korisnici se mogu povezati sa profesionalcima, kolegama i poznanicima na profesionalnoj razini. Povezivanje na LinkedIn poslovnoj društvenoj mreži omogućuje stvaranje vlastitog profesionalnog brenda. Pridruživanje omogućuje kreiranje profila koji predstavlja korisnikov životopis. Profili omogućavaju poslodavcima tražiti zaposlenike koji udovoljavaju njihovim potrebama te istovremeno omogućavaju korisnicima pretragu poslodavaca i mogućnost za napredak i razvoj karijere.

Korisnici LinkedIn poslovne društvene mreže, putem svog profila, imaju mogućnost povezati se sa ljudima diljem svijeta, informirati se o novostima iz svijeta poslovanja putem LinkedIn grupa, nadograditi znanje na nekom od LinkedIn *learning* tečajaja, pronaći zaposlenje ili zaposlenika, pronaći stručnjaka za određeno područje ili predstaviti svoje znanje i iskustvo putem LinkedIn Slideshare i Profinder aplikacija.

Nažalost, mnogo korisnika nije prepoznalo LinkedIn kao moćni poslovni alat. Velik broj korisnika ima otvoren profila ali ga ne koriste dovoljno često ili ne koriste njegov pun potencijal. Mišljenja su kako LinkedIn služi isključivo za pronalazak zaposlenja te ukoliko nisu u potrazi za poslom nemaju potrebe jačati vlastiti profil i njegovati umrežavanje.

LinkedIn poslovna društvena mreža svakodnevno bilježi rast korisnika i zaslužen je na vodećem mjestu poslovnih društvenih mreža. Svojim korisnicima nudi pregršt mogućnosti za osobni i profesionalni rast te izgradnju vlastitog profesionalnog *brenda*.

LITERATURA

Popis knjiga:

Prodromou T., Ultimate guide to LinkedIn for Business, Entrepreneur Press, 2019

Sfetcu N., Web 2.0 / Social media / Social networks, Smashwords Edition, 2017

Znanstveni rad:

Grbavac J., Grbavac V., Pojava društvenih mreža kao globalnog komunikacijskog fenomena, Zagreb, 2014

Prelog L., LinkedIn u korporativnom komuniciranju, Sveučilište Sjever, Sveučilišni centar Varaždin, diplomski rad, 2018

Internet izvori:

Aslam S., Omnicore, Linked in by the Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts, 10.02.2020., <https://www.omnicoreagency.com/linkedin-statistics/>, (20.04.2020.)

Corwin P., The Ultimate Guide to LinkedIn Profinder, <https://pegcorwin.com/blog/ultimate-guide-linkedin-profinder/>, (14.04.2020.)

Delfino D., Business Insider, „How much is LinkedIn Premium?“, A cost breakdown of all 4 of LinkedIn’s paid membership tiers, 04.09.2019, <https://www.businessinsider.com/how-much-is-linkedin-premium>, (13.05.2020.)

Hutchinson A., SocialMediaToday, LinkedIn Officially Launches its New »Talent Insights« Recruitment Data Platform, 26. 11.2018, <https://www.socialmediatoday.com/news/linkedin-officially-launches-its-new-talent-insights-recruitment-data-pla/533217/>, (14.04.2020.)

LinkedIn, About us, <https://about.linkedin.com/> (10.04.2020.)

LinkedIn, LinkedIn Learning <https://learning.linkedin.com/>, (10.04.2020.)

LinkedIn, LinkedIn ProFinder <https://www.linkedin.com/profinder>, (14.04.2020.)

LinkedIn, LinkedIn Slideshare, <https://www.slideshare.net/about> (19.04.2020.)

Ljubić Klemše N., Pogled kroz prozor, Web 2.0. alati i e-učenje u primarnom obrazovanju, 27.11.2010., <https://pogledkrozprozor.wordpress.com/2010/11/27/web-2-0-alati-i-e-ucenje-u-primarnom-obrazovanju/>, (26.03.2020.)

O'Reilly T., Oreilly, What Is Web 2.0, 03.09.2005,
<https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>, (26.03.2020.)

SMPerth, 2020 Facts & Figures // LinkedIn Statistics, 26.03.2020.
<https://www.smpertth.com/resources/linkedin/2020-linkedin-statistics/>, (26.04.2020.)

Wolcot M., CBS NEWS, What Is Web 2.0?, 01.05.2008.,
<https://www.cbsnews.com/news/what-is-web-20/>, (26.03.2020.)

POPIS SLIKA

Slika 1. Prikaz web 2.0. alata.....	3
Slika 2. Logotipi društvenih mreža.....	3
Slika 3. Ryze poslovna društvena mreža	5
Slika 4. Xing poslovna društvena mreža	6
Slika 5. Black business online društvena mreža.....	7
Slika 6. Logotip društvene mreže LinkedIn	8
Slika 7. Prikaz LinkedIn stranice tvrtke	14
Slika 8. Prikaz LinkedIn Talent Solutions.....	16
Slika 9. Prikaz dijela LinkedIn learning tečajeva	18
Slika 10. Prikaz LinkedIn Slideshare	19
Slika 11. Prikaz LinkedIn Profinder	20

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Dob i spol ispitanika.....	23
Grafikon 2. Podaci o broju korisnika LinkedIn mreže	24
Grafikon 3. Prikaz razloga korištenja LinkedIn mreže.....	25
Grafikon 4. Prikaz korištenja premium računa.....	26
Grafikon 5. Prikaz rezultata o ponudi za zapošljavanje putem LinkedIn-a.....	27
Grafikon 6. Prikaz rezultata korištenja LinkedIn učenja.....	28
Grafikon 7. Prikaz rezultata korištenja usluga LinkedIn Profinder.....	29
Grafikon 8. Prikaz rezultata korištenja LinkedIn grupa	30
Grafikon 9. Prikaz rezultata korištenja LinkedIn Slideshare-a.....	31
Grafikon 10. LinkedIn stranice tvrtke	32
Grafikon 11. Razlozi za praćenje stranice tvrtki	32
Grafikon 12. Korištenje drugih poslovnih društvenih mreža	33
Grafikon 13. Prikaz korisnosti LinkedIn-a.....	34

POPIS PRILOGA

Prilog 1. <i>Online</i> anketa o korištenju poslovne društvene mreže LinkedIn.....	42
--	----

Prilog 1. *Online* anketa o korištenju poslovne društvene mreže LinkedIn

1. Koji je Vaš spol? / What is your gender?
 - Žensko / Female
 - Muško / Male

2. Koliko imate godina? What is your age?
 - 18-24
 - 25-34
 - 35-44
 - 45-54
 - 55-64
 - 65-74
 - 75 or older / ili stariji

3. Gdje se nalazite (država)? /Where are you located (country)?
 - _____

4. Koji je Vaš stupanj obrazovanja? / Level of education?
 - Sss / High school degree
 - Vss / Bachelor's degree
 - Vss ili više / Master's degree or higher

5. U kojem odjelu ste zaposleni? / What is your main job function?
 - Administracija / Administrative
 - Prodaja / Sales

- Obrazovanje / Education
- Financije / Finance
- Ljudski potencijali /Human Resources
- Informacijska tehnologija / Information Technology
- Pravo / Legal
- Marketing
- Građevina / Construction
- Proizvodnja /Production Management
- Offshore industry
- Ostalo / Other

6. Radno iskustvo / Work experience

- 0-4 godine / years
- 5-9 godina / years
- 10-14 godina / years
- 15-19 godina / years
- 20-24 godine / years
- 25-29 godine / years
- 30 i više / and more

7. Imate li otvoren profil ili stranicu tvrtke na LinkedIn poslovnoj društvenoj mreži? / Do you have a LinkedIn profile?

- Da / Yes
- Ne / No

8. Za što koristite LinkedIn? / What do you use LinkedIn for? (Please tick all that apply)

- Umrežavanje / Networking
- Pronalaženje posla / Job search
- Pronalaženje zaposlenika / Employees search
- Istraživanje profesionalnih prilika i mogućnosti / Exploring for professional opportunities
- Održavanje kontakta sa kolegama iz struke / Maintaining contact with professionals from same industry
- Pronalaženje stručnjaka i dobivanje odgovora na pitanja iz poslovanja / Finding experts and answers to your business-related questions
- Prezentaciju tvrtke i njenih proizvoda i usluga / Company advertising and marketing
- Učenje / Learning
- Promoviranje raznih događaja (osobnih i poslovnih) / Event marketing
- Nisam siguran – imam otvoren profil ali ga ne koristim / I am not sure, I have a profile but I do not use it.
- Ostalo / Other

9. Kada ste zadnji put ažurirali svoj LinkedIn profil? / When did you last update your LinkedIn profile?

- U posljednjem mjesecu / In the past month
- U posljednja 3 mjeseca / In the past 3 months
- U posljednjih 6 mjeseci / In the past 6 months
- Kada sam zadnji put promijenio/la posao / When I last changed jobs
- Nikad, otkad sam otvorio/la profil / Not since I set up my profile

10. Koliko često posjećujete LinkedIn? / How frequently do you visit LinkedIn?

- Jednom ili nekoliko puta dnevno / Once or several times per day
- Tjedno / Weekly

- 2-3 puta mjesečno / 2-3 times per month
- Svaka 2-3 mjeseca / Once every 2-3 months
- Rijetko / Rarely

11. Da li plaćate kako bi koristili LinkedIn? / Do you pay to use LinkedIn?

- Ne / No
- Da, imam premium račun / Yes, I have a premium account

12. Jeste li se ikada prijavili ili dobili ponudu za posao putem LinkedIn-a? / Have you ever applied for or received a job offer through LinkedIn?

- Da / Yes
- Ne / No

13. Jeste li koristili LinkedIn učenje? / Have you used LinkedIn Learning?

- Da / Yes
- Ne / No
- Nisam upoznat/a sa LinkedIn učenjem / I am not aware of LinkedIn Learning

14. Jeste li koristili usluge LinkedIn Profinder? / Have you used LinkedIn ProFinder?

- Da / Yes
- Ne / No
- Nisam upoznat/a sa LinkedIn Profinder / I am not aware of LinkedIn Profinder

15. Jeste li se ikad učlanili u neku LinkedIn grupu / Have you ever joined a LinkedIn group?

- Da / Yes
- Ne / No

- Nisam upoznat/a sa LinkedIn grupama / I'm not aware of LinkedIn Groups

16. Jeste li koristili postojeće ili samostalno izradili materijale za LinkedIn Slideshare? / Have you ever created or used the existing LinkedIn Slideshare?

- Da / Yes
- Ne / No
- Nisam upoznat / I'm not aware of LinkedIn Slideshare

17. Pratite li na LinkedInu stranice tvrtki? / Do you follow company profiles on LinkedIn?

- Da / Yes
- Ne / No

18. Iz kojeg razloga pratite stranice tvrtki? / Why do you follow LinkedIn company profiles?

- Zanima me njihov sadržaj / I am interested in their content
- Oni su postojeći ili potencijalni kupci / They are a current or potential customer
- Zanimaju me mogućnosti za karijeru / I am interested in career opportunities
- Volim pratiti konkurente / I like to be informed about competitors
- Ostalo / other

19. Jeste li korisnik neke druge poslovne društvene mreže? / Do you have a profile on other business social networks?

- Da / Yes
 - Koje? / Name_____
- Ne / No

20. Smatrate li društvenu mrežu LinkedIn vrlo korisnom? / Have you found LinkedIn to be very useful?

- Da, i nastavit ću je koristiti / Yes, and I will continue to use it.
- Ne, ne služi mi / No, it does not serve me.