

EBOOK



13 błędów, które niszczą Twój profil na LinkedIn

**i jak je naprawić,
krok po kroku**



Sylwia Chmielewska

Trenerka LinkedIn | LinkedIn od kuchni

[Znajdziesz mnie na LinkedIn](#)

Spis treści

Wstęp: Twój profil to strona sprzedażowa

3

13 BŁĘDÓW I POPRAWEK

1 Specjalizacja 4

2 Adres URL profilu 6

3 Zdjęcie w tle 8

4 Zdjęcie profilowe 10

5 Nagłówek 12

6 Sekcja „O mnie” 14

7 Polecane i link w profilu 16

8 Aktywność 18

9 Doświadczenie 20

10 Umiejętności 22

11 Rekomendacje 24

12 Profil czytelny dla AI 26

13 Aktualizacja profilu 28

MATERIAŁY DODATKOWE

M1 Szablon nagłówka 30

M2 Szablon „O mnie” 31

M3 Umiejętności do usunięcia 33

M4 Checklista kwartalna 34

Podsumowanie: 13 poprawek w jednym miejscu

35

Twój profil to strona sprzedażowa



Mam do Ciebie jedno pytanie, zanim zaczniemy:

Kiedy ostatni raz weszłaś/wszedłeś na swój profil i sprawdziła(e)ś, co widzi ktoś, kto trafia tam po raz pierwszy?

Większość ludzi uzupełniła profil przy okazji szukania pracy kilka lat temu. Wrzuciła zdjęcie, przepisała stanowisko do nagłówka i stwierdziła, że „jest”. Od tamtej pory zmieniły się role, projekty, kompetencje, ale profil stoi w miejscu.

Tymczasem LinkedIn w 2026 roku to **nie katalog pracowników**. To platforma, na której kandydaci sprawdzają rekruterów zanim zaaplikują, klienci oceniają ekspertów zanim napiszą wiadomość, a algorytmy (i narzędzia AI jak ChatGPT czy Perplexity) decydują, komu warto pokazać Twoje treści i Twój profil.

KLUCZOWA RÓŻNICA

Widoczność to bycie znalezionym przez właściwych ludzi w odpowiednim momencie. Zasięg to liczba pod postem. Możesz mieć tysiące wyświetleń i zero zapytań, jeśli profil nie daje powodu, żeby napisać.

W tym ebooku zebrałam **13 najczęstszych błędów, które widzę podczas audytów profili: u specjalistów, managerów, rekruterów, freelancerów**. Przy każdym błędzie znajdziesz konkretną poprawkę, szablon lub checklistę.

BŁĄD #1

Brak specjalizacji, czyli ekspert od wszystkiego

Paradoks wyboru: im szersza oferta, tym mniejsze zaufanie. Być albo nie być ekspertem od jednego obszaru, oto jest pytanie.



„Marketing, HR, komunikacja, zarządzanie projektami, obsługa klienta i trochę UX”. To nie opis eksperta.

To opis osoby, która boi się wybrać.

LinkedIn to wyszukiwarka. Algorytm pokazuje Twój profil wtedy, kiedy to, co masz wpisane, pasuje do tego, czego szuka rekruter, klient lub potencjalny partner.

Im bardziej rozmyta specjalizacja, tym rzadziej się pojawiaasz, i tym mniejsze zaufanie budujesz, gdy już się pojawiaasz.

MECHANIZM ALGORYTMU

LinkedIn i narzędzia AI (ChatGPT, Perplexity, Gemini) indeksują profil pod kątem spójności. Jeśli w nagłówku piszesz „marketing”, w „O mnie” o „HR i zarządzaniu”, a w doświadczeniu o „obsłudze klienta”, algorytm nie wie, do kogo Cię przypisać.

Efekt: brak.

WIĘCEJ W BIULETYNIE

Jak zdobyć widoczność na LinkedIn – bez wypalania się i gonienia za zasięgiem? (gość: Bartek Ziemiański)

Jak wybrać swoją specjalizację na LinkedIn

- 1 Wypisz wszystko, czym się zajmujesz (**5–10 rzeczy**).
- 2 Zaznacz to, **za co ludzie Ci płacili** lub za co chcieliby zapłacić.
- 3 Z tej listy wybierz **1–2 najsilniejsze**: to idzie do nagłówka i „O mnie”.
- 4 Reszta może być w doświadczeniu lub umiejętnościach, ale nie na pierwszym planie.

ZASADA JEDNEGO ZDANIA

Twoja specjalizacja powinna zmieścić się w jednym zdaniu, które rozumie osoba spoza branży. Jeśli potrzebujesz trzech zdań, żeby wyjaśnić, czym się zajmujesz, to jest **za szeroka**.

Przykłady zawężenia

Za szerokie	Specjalizacja
Specjalista ds. marketingu	Performance marketing dla e-commerce (Meta + Google Ads)
HR Business Partner	HRBP w firmach technologicznych: SaaS, globalne rynki
Manager / lider	Manager 30-osobowego zespołu w firmie produkcyjnej
Konsultant biznesowy	Konsultant transformacji cyfrowej dla firm produkcyjnych
Programista	Frontend developer specjalizujący się w React i dostępności (a11y)

BŁĄD #2

URL profilu wygląda jak błąd systemu

Domyślny adres to nie marka osobista.



PRZED `linkedin.com/in/anna-kowalska-8b3f92a`

PO `linkedin.com/in/anna-kowalska`

Domyślny URL LinkedIn to kombinacja imienia, nazwiska i losowego ciągu cyfr i liter. Nie nadaje się do wizytówki, stopki maila ani do wymówienia na głos podczas konferencji.

To błąd, który naprawia się **w 2 minuty**, i dlatego jest szczególnie frustrujący, kiedy widzę go na profilach seniorów z 15-letnim doświadczeniem.

Jak zmienić URL krok po kroku

- 1 Wejdź na swój profil LinkedIn.
- 2 Kliknij „**Edytuj profil publiczny i URL**” (prawy górny róg profilu).
- 3 Po prawej stronie znajdź „**Edytuj niestandardowy URL**”.
- 4 Wpisz: imie-nazwisko lub imie-nazwisko-specjalizacja.
- 5 Zapisz i gotowe.

Format URL: rekomendacje

Opcja 1

najprostsza

/in/imie-nazwisko

Opcja 2

z kontekstem

**/in/imie-nazwisko-
linkedin-trener**

Opcja 3

dla firm i marek

**/in/imie-nazwisko-
nazwa-marki**

UNIKAJ: cyfr, podkreślników, losowych znaków i polskich liter (ą, ę, ś itp.).

Zmiana URL **nie wpływa** na historię profilu, połączenia ani obserwujących. Robisz to raz i zapominasz. Ważne: nie działa tu redirect, więc musisz odświeżyć materiały.

GDZIE UŻYĆ URL PO ZMIANIE

- Stopka maila i podpis
- Wizytówka (papierowa i cyfrowa)
- Bio na stronie www i w newsletterze
- Prezentacje i slajdy konferencyjne
- CV i dokumenty aplikacyjne

WIĘCEJ W BIULETYNIE

Czy warto zweryfikować konto na LinkedIn w 2026? Jak to wpłynie na zasięgi?

BŁĄD #3

Puste lub dekoracyjne zdjęcie w tle

Największa zmarnowana szansa na Twoim profilu.



Zdjęcie w tle (baner) to przestrzeń **1584×396 px**, którą LinkedIn daje Ci za darmo. To billboard na środku głównej ulicy Twojego profilu.

Co robi z nim większość ludzi? Zostawia domyślny szary gradient. Albo wrzuca stockowe zdjęcie zachodu słońca. Albo, w wersji bardziej zaawansowanej, zdjęcie z last minute z Grecji.

Co NIE działa	Co działa
Domyślne tło LinkedIn (szary gradient)	Twoja specjalizacja w 5 słowach + narzędzia/branże
Generyczny pejzaż lub zdjęcie z wakacji	Link do newslettera lub strony www
Logo firmy bez żadnego kontekstu	Liczba, która robi wrażenie (np. 4 000 subskrybentów)
Pusty, kolorowy pasek	Tytuł najnowszego projektu / książki / kursu
Cytat motywacyjny bez żadnego CTA	Zaproszenie do działania: „Pobierz bezpłatny audyt”

Jak zrobić baner w 20 minut

- 1 Wejdź na Canva.com → wyszukaj „LinkedIn Banner”.
- 2 Wybierz prosty szablon: im mniej elementów, tym lepiej czyta się na mobile.
- 3 Dodaj: imię i nazwisko (opcjonalnie), **jedno zdanie, czym się zajmujesz**, link lub CTA.
- 4 Kolor tła: spójny z Twoją marką osobistą lub barwami firmy.
- 5 Eksportuj jako PNG, minimum **1584×396 px**.



Schemat banera 1584×396 px. Lewy dolny róg zasłania zdjęcie profilowe, więc tam nie umieszczaj treści.

PRO TIP

Baner widać **ZANIM** ktoś zobaczy Twoje imię na mobile. To pierwsze wrażenie przed pierwszym wrażeniem. Użyj go, żeby powiedzieć: „Wiem, czym się zajmuję, i wiem, że tu jesteś”.

WIĘCEJ W BIULETYNIE

Profesjonalny profil na LinkedIn w 2026 – jak go zoptymalizować, żeby był skuteczny?

BŁĄD #4

Zdjęcie profilowe, które nie buduje zaufania

Pierwsze wrażenie robi się raz, i na Twoim profilu robi je właśnie zdjęcie.



Obok banera to twarz jest pierwszą rzeczą, którą ktoś widzi, wchodząc na Twój profil. LinkedIn to platforma zawodowa, ale to wciąż platforma z której korzystają ludzie, nie boty. **Zaufanie buduje się przez kontakt wzrokowy**, nawet w świecie online.

Problem polega na tym, że większość zdjęć na LinkedIn to:

- zdjęcia z wesela przyjaciółki, przycięte w Pajncie (widać suknię wieczorową po lewej),
- selfie zrobione w samochodzie przy czerwonym świetle,
- zdjęcie sprzed 10 lat, kiedy wyglądałaś/wyglądałeś „lepiej”,
- logo firmy zamiast twarzy, szczególnie popularne wśród freelancerów,
- brak zdjęcia w ogóle: profil jak dom z zasłoniętymi oknami.

DANE LINKEDIN

21×

do 21× więcej
wyświetleń mają
kompletne profile

36×

i do 36× więcej
wiadomości.
Zdjęcie to
pierwszy krok

Czy nadal się zastanawiasz, czy warto pokazać twarz?

Co konkretnie poprawić

- 1 Kadr:** twarz powinna zajmować 60–70% kadru: zbliżenie, nie zdjęcie z planu ogólnego czy popiersie. To ważne, szczególnie na mobile.
- 2 Tło:** neutralne lub miękko rozmyte, nie ściana w biurze z losowym plakatem.
- 3 Ubiór:** adekwatny do branży (garnitur w bankowości, koszulka w tech: oba OK).
- 4 Aktualne:** max 2–3 lata wstecz. Rekruter widzi Twoje zdjęcie, potem Ciebie na rozmowie: to powinno być spójne.
- 5 Wyraźne:** minimum 400×400 px. LinkedIn wyświetla je małe, a niewyraźne zdjęcie wygląda źle.

SZYBKI TEST

Poproś kogoś z zewnątrz (nie z pracy, nie z rodziny), żeby spojrzał na Twoje zdjęcie przez **5 sekund** i powiedział pierwsze słowo, które przychodzi do głowy.

Jeśli to nie jest coś w stylu „profesjonalny”, „sympatyczny”, „kompetentny”, to **czas na nowe zdjęcie**.

ZAPAMIĘTAJ

Pierwsze wrażenie robi się raz, i na Twoim profilu robi je zdjęcie.

WIĘCEJ W BIULETYNIE

[Szukasz pracy na LinkedIn? Te błędy na profilu odstraszą rekruterów](#)

BŁĄD #5

Nagłówek = stanowisko

To nie podpis w stopce maila. Tak było jeszcze kilka lat temu. Teraz to Twoja propozycja wartości.



LinkedIn daje Ci **220 znaków** na nagłówek. To pierwsze, co widzi algorytm, rekruter, klient i AI, zanim kliknie na profil. I co wpisuje tam 80% ludzi?



Anna Kowalska

Marketing Manager | XYZ Sp. z o.o.



Jan Nowak

Rekruter IT | Pasjonat kawy

Stanowisko masz wpisane w sekcji Doświadczenie. Powtarzanie go w nagłówku to strata 220 znaków, które mogłyby pracować na Twoją markę osobistą **24 godziny na dobę**.

ZASADA NAGŁÓWKI

Nagłówek odpowiada na pytanie: „Co Ty z tego masz, że mnie znajdziesz?”

a nie „Kim jestem w strukturze organizacyjnej?”

WIĘCEJ W BIULETYNIE

Profesjonalny profil na LinkedIn w 2026 – jak go zoptymalizować, żeby był skuteczny?

Trzy szablony nagłówka

SZABLON A dla eksperta / konsultanta

Pomagam [KTO] osiągnąć [CO] przez [JAK]

PRZYKŁAD

Pomagam firmom B2B zbudować procesy sprzedażowe, które skalują się bez chaosu | 12 lat w SaaS | Speaker | Newsletter: X subskrybentów

SZABLON B dla specjalisty / managera

[Rola] specjalizująca się w [NISZY] | [Dowód] | [CTA lub wyróżnik]

PRZYKŁAD

Rekruter IT specjalizujący się w inżynierach backend | 300+ zatrudnionych procesów | Autor kursu „Rekrutacja bez CV”

SZABLON C dla osoby szukającej pracy

[ROLA], której szukasz | [Co wnosisz] | [Kontekst/branża]

PRZYKŁAD

Marketing Manager (open to work) | 8 lat w e-commerce | Buduję marki, które ludzie wybierają, nie te, za które się przepłaca

TWÓJ RUCH

Zacznij od wersji roboczej. Napisz **3 warianty**. Pokaż je komuś spoza branży. Zapytaj: „Co ta osoba robi?”. Jeśli odpowiedź jest trafna, nagłówek działa.

BŁĄD #6

Sekcja „O mnie” napisana jak streszczenie CV

Masz 2600 znaków. Większość ludzi nie wykorzystuje nawet 300.



Sekcja „O mnie” to jedyne miejsce na profilu, gdzie możesz napisać tak, jak mówisz, a nie tak, jak wymaga tego formularz. **To przestrzeń na historię, nie na tabelę.** Podejdź do tego jak do rozmowy przy kawie na branżowym evencie.

Najczęstsze błędy

- **Streszczenie CV:** „Posiadam doświadczenie w zarządzaniu projektami i pracy zespołowej.”
- **Narracja w trzeciej osobie:** „Katarzyna Nowak jest specjalistką ds. marketingu z 8-letnim stażem...”
- **Ciąg słów kluczowych bez kontekstu:** „Marketing | SEO | SEM | Social Media | Content | Employer Branding”
- **Pusta sekcja**, bo „nie wiedziałam, co napisać”.

4 ELEMENTY DOBREJ SEKCJI „O MNIE”

- 1 Kim jesteś i czym się zajmujesz (1–2 zdania)
- 2 Komu konkretnie pomagasz i z czym (specjalizacja)
- 3 Jak to robisz / co Cię wyróżnia (metoda, podejście, filozofia)
- 4 CTA: co ma zrobić osoba, która doczytała do końca

WIĘCEJ W BIULETYNIE

Jak pozyskiwać klientów na LinkedIn bez wciskania oferty na dzień dobry

Szablon sekcji „O mnie” do wypełnienia

TWÓJ SZABLON

1 Jestem [ROLA] specjalizującą/ym się w [NISZA].

PRZYKŁAD Jestem trenerką LinkedIn specjalizującą się w budowaniu widoczności eksperckiej dla specjalistów B2B.

2 Pomagam [KTO], który/a [PROBLEM/SYTUACJA], żeby [EFEKT].

PRZYKŁAD Pomagam managerom i freelancerom, którzy mają profil, ale „nic z tego nie wychodzi”, zbudować obecność, która generuje realne zapytania.

3 W ciągu [CZAS] pracy z [LICZBA] klientami/uczestnikami odkryłam/odkryłem, że [KLUCZOWA OBSERWACJA].

PRZYKŁAD W ciągu 5 lat pracy z ponad 300 specjalistami odkryłam, że największą blokadą nie jest brak wiedzy o LinkedIn, to brak przekonania, że mam coś wartościowego do powiedzenia.

4 Jeśli [WARUNEK], napisz do mnie / zapisz się / pobierz / odezwij się.

PRZYKŁAD Jeśli chcesz audyt swojego profilu lub szkolenie dla zespołu, napisz DM lub sprawdź newsletter LinkedIn od kuchni.

WAŻNE

Pierwsze 3 linijki są widoczne bez klikania „Pokaż więcej”. Zadbaj o to, żeby właśnie tam było **najważniejsze zdanie**.

BŁĄD #7

Brak linków do Twoich materiałów

Profil to miejsce, gdzie link pracuje na Ciebie 24 godziny na dobę. Bezplatnie!



Wokół linków w postach narosło sporo mitów. Moje dane pokazują, że **post z linkiem w treści może mieć dziesiątki tysięcy wyświetleń**, jeśli stoi za nim cel biznesowy i dobry UX. Ale post żyje kilka dni.

Profil pracuje cały czas. Sekcja „Polecane” i linki w sekcji kontaktu są widoczne dla każdego, kto na niego wejdzie. To najważniejsze miejsce na Twój link, a i większość ludzi zostawia je puste.

Sekcja „Polecane”: co tam wrzucić

- 1 Link do newslettera lub strony zapisu:** priorytet, jeśli budujesz listę
- 2 Link do strony www lub portfolio**
- 3 Artykuł LinkedIn, który najlepiej opisuje Twoją ekspertyzę**
- 4 PDF karuzela: case study, checklistę, mini-poradnik**
- 5 Link do nagrania z konferencji lub webinaru**
- 6 Strona usług / oferta współpracy**

PRIORYTET: NEWSLETTER

Newsletter to jedyny zasób na LinkedIn, który buduje listę mailową niezależną od platformy.

Jeśli cokolwiek przypinasz w „Polecane”, niech to będzie link do zapisu na newsletter. Lista mailowa zostaje z Tobą, nawet jeśli LinkedIn zmieni algorytm.

Jak dodać sekcję „Polecane”

- 1** Wejdź w tryb edycji profilu.
- 2** Kliknij „+ Dodaj sekcję” → „Polecane”.
- 3** Dodaj do 4 elementów: artykuł / link / post / media.
- 4** **Pierwsze 2 są widoczne** bez przewijania na desktopie, więc postaw tam najważniejsze.

WIĘCEJ W BIULETYNIE

Jak dodać sekcję Polecane na LinkedIn i dopasować ją do celu profilu

Jak założyć biuletyn na LinkedIn (i sprawić, żeby ktoś naprawdę chciał go czytać)

BŁĄD #8

Aktywność zerowa lub chaotyczna

Profil bez aktywności to tylko wyduszka.



Wypełniony profil bez żadnej aktywności wysyła jeden sygnał:
ta osoba tu jest, ale jej obecność nic nie wnosi.

Algorytm LinkedIn promuje profile aktywnych użytkowników: nie tylko posty, ale też komentarze, polubienia artykułów, udział w dyskusjach.

Brak aktywności od 3+ miesięcy to wyraźny sygnał dla algorytmu, żeby zmniejszyć Twoją widoczność w wyszukiwarce i w feedzie znajomych.

Pułapki aktywności	Aktywność, która działa
Motywacyjne cytaty bez kontekstu	Post ekspercki z własnym zdaniem raz w tygodniu
Udostępnianie cudzych treści bez komentarza	Komentarze pod postami innych (min. 5-10 słów, z wartością)
Post raz w tygodniu + cisza przez 2 miesiące	Stały rytm: lepiej rzadziej, ale regularnie
Link wrzucony bez celu i kontekstu, engagement bait	Link z celem biznesowym i dobrym UX, w treści albo w komentarzu
Treści pisane „dla wszystkich”, czyli dla nikogo	Treści skierowane do jednej konkretnej osoby

60
minut

Plan minimum: 60 minut tygodniowo

Poniedziałek- wtorek

Publikacja

1 post ekspercki: własna obserwacja, liczba, pytanie, historia.

Środa-czwartek

5-10 komentarzy

5-10 komentarzy pod postami w Twojej branży (nie „Świetny post!”) lub na stronie firmowej.

Piątek

porządki

Przejrzyj powiadomienia, **odpowiedz na komentarze** pod własnym postem.

JAKOŚĆ VS. ILOŚĆ

1 dobry post tygodniowo przez 6 miesięcy zbuduje więcej wiarygodności niż codzienne posty przez miesiąc i 2 miesiące ciszy.

LinkedIn nagradza stałość bardziej niż intensywność.

WIĘCEJ W BIULETYNIE

[LinkedIn w 2026: formaty publikacji, które naprawdę działają \(gość: Adrian Domański\)](#)

[Link w poście czy w komentarzu na LinkedIn? Analiza algorytmu i case study \[2026\]](#)

BŁĄD #9

Doświadczenie napisane jak zakres obowiązków

Obowiązki to opis roli, może mieć je każdy.
Efekty to dowód wartości, jaką wnosisz do firmy.



Sekcja Doświadczenie to najczęściej bezpośrednia kopia zakresu obowiązków z umowy o pracę lub ogłoszenia, na które aplikowałeś/aplikowałaś.

Problem: rekruter, klient ani AI nie szukają opisu Twojej roli. **Szukają dowodów na to, że potrafisz zrobić to, co deklarujesz.**

Zakres obowiązków	Opis z efektami
Zarządzanie kampaniami reklamowymi	Zarządzałam kampaniami Meta i Google, obniżając CAC o 34% w ciągu 6 miesięcy
Odpowiedzialność za komunikację z klientami	Prowadziłam onboarding 120+ klientów enterprise, NPS wzrósł z 41 do 67
Udział w projektach rekrutacyjnych	Zrealizowałam 18 procesów rekrutacyjnych w IT w ciągu kwartału (avg. TTH: 28 dni)
Zarządzanie zespołem	Zbudowałam zespół od 0 do 7 osób; 100% retencji po pierwszym roku
Tworzenie treści na potrzeby mediów społecznościowych	Tworzyłam content dla 4 marek; najlepszy post: 2,3 mln wyświetleń organicznie

Formuła dla każdego stanowiska

- 1 **zdanie kontekstu:** co robiłaś/robiłeś i w jakim środowisku?
- 2 **2–3 punkty z efektami** w formacie: czasownik + co + wynik (liczba / skala / % / porównanie).
- 3 **Opcjonalnie:** 1 zdanie o technologiach / narzędziach / metodologii.

PRZYKŁAD

Marketing Manager

Traffit (SaaS / rekrutacja) · 2022–2024

Odpowiadałam za całościową strategię marketingową produktu ATS na rynkach PL/CZ/SK.

- Zbudowałam od zera działania content marketingowe; newsletter osiągnął **4 000 subskrybentów w 18 miesięcy**
- Wdrożyłam program employee advocacy; **3-krotny wzrost** organicznych zasięgów profilu firmowego
- Zarządzałam budżetem **200k PLN/rok** na performance (Google, LinkedIn Ads, webinary)

NIE MASZ LICZB?

To jest sygnał. Zaczynij je zbierać od teraz. Miarami mogą być: liczba projektów, klientów, uczestników, zasięg, czas realizacji, ocena, feedback.

WIĘCEJ W BIULETYNIE

Sekcja usług LinkedIn – jak zamienić ją w dowód społeczny, a nie tylko wizytówkę

BŁĄD #10

Nieuzupełnione lub przypadkowe umiejętności

Przeanalizuj swoje aktualne silne strony.



LinkedIn automatycznie proponuje umiejętności na podstawie Twojego doświadczenia. Większość ludzi klika „Dodaj”, nie zastanawiając się, co łąduje na liście. Efekt:

Microsoft Word

Praca zespołowa

Komunikacja

Zarządzanie czasem

IT

Chaos, który nic nie mówi.

JAK LINKEDIN UŻYWA UMIEJĘTNOŚCI

Algorytm LinkedIn i zewnętrzne narzędzia AI (ChatGPT, Perplexity) używają sekcji umiejętności do określenia Twojej dziedziny. Im bardziej spójne i specyficzne umiejętności, tym trafniejszy dobór treści, wyszukiwań i osób, które do Ciebie trafiają.

Zasady czyszczenia umiejętności

- Zostaw te umiejętności, które są kluczowe dla Twojej specjalizacji. W sekcji **"O mnie"** dodaj **TOP5**, jak najbardziej wąskich i specyficznych dla Ciebie.
- Priorytet: **umiejętności twarde** (narzędzia, technologie) nad miękkimi.
- Usuń wszystkie umiejętności, za które nie chcesz być zatrudniona/zatrudniony.
- **Spójność**: umiejętności powinny tworzyć obraz jednej specjalizacji.
- Kolejność ma znaczenie: **pierwsze 3 są widoczne** bez rozwijania listy.

Do usunięcia z każdego profilu

Usuń te umiejętności albo przesuń je na sam dół listy.

×	Microsoft Office / Word / Excel / PowerPoint	podstawy, nie wyróżniki
×	Komunikacja	zbyt ogólne. Co konkretnie?
×	Praca zespołowa	oczekiwanie, nie kompetencja
×	Zarządzanie czasem	to samo co wyżej
×	Umiejętności z dawnych branż	z branż, w których już nie pracujesz
×	Nieużywane narzędzia	z których nie korzystasz od 5+ lat

PRO TIP: POPROŚ O POTWIERDZENIE

Poproś **3–5 bliskich współpracowników** o potwierdzenie Twoich kluczowych umiejętności. Potwierdzone umiejętności mają większą wagę w algorytmie i wyglądają wiarygodniej dla rekruterów.

WIĘCEJ W BIULETYNIE

Szukasz pracy na LinkedIn? Te błędy na profilu odstraszą rekruterów
(gość: Marcin Nowosad)

BŁĄD #11

Brak rekomendacji lub tylko od znajomych

Rekomendacje to dowód społeczny, zarówno dla ludzi, jak i dla AI. Nie lekceważ tej sekcji.



Sekcja rekomendacji jest najczęściej albo pusta, albo zawiera dwie rekomendacje od kolegi z pracy i byłego profesora z uczelni, napisane 8 lat temu.

Tymczasem rekomendacje to **jeden z najsilniejszych sygnałów wiarygodności** na LinkedIn, i jeden z niewielu elementów profilu, który jest pisany cudzym głosem. Algorytmy AI szukają właśnie takich zewnętrznych potwierdzeń.

Kto powinien Cię rekomendować

Klienci

po zakończonym projekcie, szczególnie cenne dla freelancerów i konsultantów

Hiring managerowie

z którymi współpracowałaś/współpracowałeś jako rekruter

Bezpośredni przełożeni

nie HR-owiec, a osoba, która widziała Twoją pracę

Osoby, którym pomogłaś/pomogłeś

mentees, uczestnicy szkoleń, kandydaci

Współpracownicy z projektów

którzy mogą potwierdzić konkretne kompetencje

Jak prosić o rekomendację (żeby ją dostać)

SZABLON PROŚBY O REKOMENDACJĘ

Cześć [IMIE],

Cieszę się, że mogłam/mogłem współpracować przy [PROJEKT/KONTEKST]. Czy byłabyś/byłbyś gotowa/gotowy napisać krótką rekomendację na moim profilu LinkedIn?

Żeby ułatwić: mogłabyś/mógłbyś wspomnieć o [1-2 KONKRETNYCH RZECZACH, które razem zrobiliście lub co Cię wyróżnia]? Wystarczy 3-4 zdania.

Dziękuję z góry!

[Twoje imię]

ZASADA WZAJEMNOŚCI

Zanim poprosisz o rekomendację: **napisz jedną dla kogoś**.
Dobre rekomendacje wracają.

I nie czekaj na dobry moment. Najlepszy moment to zawsze tuż po zakończeniu współpracy, kiedy efekty są świeże.

WIĘCEJ W BIULETYNIE

Rekomendacje na LinkedIn: dlaczego decydują o pracy, klientach i widoczności w AI

BŁĄD #12

Profil nieczytelny dla AI

W 2026 roku profil ocenia najpierw algorytm, potem AI, dopiero potem człowiek.



1 Algorytm



2 AI



3 Człowiek

To błąd, o którym mówi się najmniej, a który robi największe różnice w budowaniu widoczności na LinkedIn i poza nim.

ChatGPT, Perplexity, Gemini i inne narzędzia AI coraz częściej odpowiadają na pytania użytkowników, **cytując konkretnych ekspertów z LinkedIn**. LinkedIn pojawia się w ok. 11% odpowiedzi AI (Semrush) i jest drugim najczęściej cytowanym źródłem, po Reddicie, a przed Wikipedią.

To oznacza, że Twój profil to potencjalna odpowiedź na pytanie zadane w AI, jeśli jest napisany w sposób, który AI potrafi zindeksować.

CO AI CZYTA NA PROFILU

AI nie „widzi”

grafik, banerów ani ładnego formatowania z Canvy

AI czyta tekst

nagłówek, sekcję „O mnie”, opisy stanowisk, artykuły i posty

Im więcej ustrukturyzowanego, jawnego tekstu, **tym lepiej dla Twojej widoczności w AI.**

Jak zoptymalizować profil pod AI: konkretne działania

- **Słowa kluczowe wprost:** zamiast „buduję relacje z klientami” napisz „customer success w SaaS B2B”.
- **Pytania i odpowiedzi w „O mnie”:** wpisz pytania, które zadają Twoi odbiorcy („Czy warto szkolić z LinkedIn?”, „Jak zbudować program ambasadorski?”) i odpowiedz na nie jednym zdaniem.
- **Unikaj metafor i przenośni,** bo AI indeksuje literalnie.
- **Artykuły LinkedIn > posty** pod kątem cytowania przez AI (artykuły są lepiej indeksowane).
- **PDF** to jeden z niewielu formatów, które AI potrafi odczytać, więc używaj ich.
- **Biuletyn LinkedIn** jest aktywnie indeksowany, więc warto go prowadzić.

TEST GEO: SPRAWDŹ, JAK AI WIDZI CIEBIE

GEO = Generative Engine Optimization

- 1 Wpisz w ChatGPT lub Perplexity: „**[Twoje imię i nazwisko] LinkedIn ekspert**”.
- 2 Wpisz: „**[Twoja specjalizacja] ekspert Polska LinkedIn**” i sprawdź, czy się pojawisz.
- 3 Wpisz pytanie, które zadałby Twój idealny klient. Czy jesteś odpowiedzią?
- 4 Zrób screenshot wyników: to Twój nowy punkt odniesienia.

WIĘCEJ W BIULETYNIE

Nie zasięgi, tylko cytowania – jak pisać na LinkedIn pod wyszukiwarki oraz AI (gość: Karol Stróż)

BŁĄD #13

Profil „gotowy” raz na zawsze

LinkedIn to żywy twór, nie eksponat muzealny.



Ostatni błąd jest najtrudniejszy do naprawienia, bo nie widać go od razu. Profil wygląda na uzupełniony. Sekcje są wypełnione. Zdjęcie jest.

Problem: wszystko jest z 2021 roku.

Nowe projekty?	Nie dodane. Nie było na to czasu.
Zmiana roli?	Stare stanowisko wciąż na górze.
Nowy newsletter, specjalizacja, firma?	Na profilu cisza.
Świeże kompetencje?	Ostatni certyfikat ze szkolenia zdobyty w 2009. Serio?
Doświadczenie?	Pracuję tu 14 lat, ale w sumie nie wiem co napisać.
Rekomendacje?	Mam, ale takie na papierze czy na mailu.

ZASADA KWARTALNEGO PRZEGLĄDU

Profil LinkedIn powinien być przeglądany i aktualizowany **co najmniej raz na kwartał**, tak jak aktualizujesz CV przed rekrutacją, ale bez czekania na rekrutację.

Przegląd kwartalny: lista kontrolna

NAGŁÓWEK I ZDJĘCIE

- ☐ Nagłówek odzwierciedla aktualne cele i specjalizację?
- ☐ Zdjęcie profilowe aktualne (max 2–3 lata)?
- ☐ Baner zawiera aktualne CTA / link?

SEKCJA „O MNIE”

- ☐ Opisuje aktualne role i cele (nie to, kim byłeś/byłaś 3 lata temu)?
- ☐ Zawiera aktualne CTA (link, mail, zaproszenie)?
- ☐ Jest napisana w pierwszej osobie?

DOŚWIADCZENIE

- ☐ Nowe projekty lub wyniki z ostatnich 3 miesięcy dodane?
- ☐ Każda rola ma minimum 1 efekt z liczbą?
- ☐ Wolontariat / działalność społeczna uzupełnione?

AKTYWNOŚĆ I WIDOCZNOŚĆ

- ☐ Ostatnia aktywność w ciągu ostatnich 30 dni?
- ☐ Sekcja „Polecane” zawiera aktualny link / zasób?
- ☐ Test GEO: czy AI wie, kim jesteś i czym się zajmujesz?

WIĘCEJ W BIULETYNIE

Czy AI zepsuło LinkedIn? Nie. To my zaczęliśmy z niego źle korzystać

Szablon nagłówek LinkedIn

Nagłówek ma 220 znaków. Poniżej 3 warianty z przykładami. Wybierz ten, który pasuje do Twojego celu, i wypełnij nawiasy kwadratowe.

WARIANT A oparty na wartości dla odbiorcy (ekspert, konsultant)

**Pomagam [KTO] [CO OSIĄGNAĆ / JAKI PROBLEM ROZWIĄZAĆ] |
[WYRÓŻNIK] | [CTA lub KONTEKST]**

PRZYKŁAD 1

Pomagam managerom HR zbudować programy ambasadorskie, które działają bez budżetu | 5 lat w employee advocacy | Newsletter: LinkedIn od kuchni

PRZYKŁAD 2

Pomagam firmom SaaS zredukować churn przez lepszy onboarding | Customer Success Lead | 3× wzrost NPS w ciągu 12 miesięcy

WARIANT B oparty na specjalizacji (specjalista, senior, manager)

[ROLA] specjalizujący/a się w [NISZA] | [LICZBA/DOWÓD] | [CTA]

PRZYKŁAD 1

Rekruter IT specjalizujący się w procesach dla startupów | 200+ rekrutacji zakończonych sukcesem | Autor checklisty „Rekrutacja bez CV”

PRZYKŁAD 2

UX Designer specjalizująca się w dostępności cyfrowej (a11y) | Współpracuję z e-commerce i fintech | Portfolio: [link]

WARIANT C dla osoby szukającej pracy (Open to Work)

**[ROLA, której szukasz] | [Co konkretnie wnosisz] | Open to work
| [Branża/lokalizacja]**

PRZYKŁAD 1

Marketing Manager (open to work) | Buduję strategie contentowe, które generują leady, nie tylko lajki | SaaS / e-commerce | Remote lub Kraków

PRZYKŁAD 2

Frontend Developer szukający roli w produkcie | React, TypeScript, a11y | Open to work | Warszawa lub zdalnie

Szablon sekcji „O mnie” z instrukcją

Pełny szablon z instrukcją dla każdego bloku.
Długość docelowa: **1000–1800 znaków**. Pamiętaj:
pierwsze 3 linijki widać bez klikania „Pokaż więcej”.



1 Kim jesteś i czym się zajmujesz (widoczne bez klikania)

FORMUŁA

Jestem [ROLA] specjalizującą/ym się w [NISZA]. Pracuję z [KIM], którzy [SYTUACJA/PROBLEM].

Uwaga: Nie zaczynaj od „Jestem pasjonatem...”, to już nikomu nie robi wrażenia. Zacznij od wartości lub efektu.

2 Co konkretnie robisz i jak

FORMUŁA

Moja praca to [OPIS PRACY]. Metoda: [JAK TO ROBISZ]. Wyróżnik: [CO CIĘ ODRÓŻNIA].

Wskazówka: Tutaj możesz użyć punktów: w edytorze LinkedIn możliwe są myślniki lub emoji jako separatory.

3 Dowód / historia / wyniki

FORMUŁA

W ciągu [CZAS] pracy z [LICZBA] klientami/uczestnikami... / Jeden z efektów: [KONKRETNY WYNIK].

Wskazówka: Liczby są Twoim najsilniejszym argumentem. Nawet małe liczby robią wrażenie: 50 przeszkolonych osób, 12 zrealizowanych projektów, 3-krotny wzrost.

4 CTA (co masz zrobić?)

FORMUŁA

Jeśli [WARUNEK], [DZIAŁANIE]: [LINK / SPOSÓB KONTAKTU].

Wskazówka: Jedno konkretne CTA. Nie trzy. Jedno. Najlepiej adres e-mail, link do newslettera, strony lub zaproszenie do DM.

WSKAZÓWKA O AI

Dodaj w sekcji „O mnie” **2–3 pytania**, które zadałby Twój idealny klient lub rekruter, i odpowiedz na nie jednym zdaniem.

Np.: „Czy prowadzę szkolenia dla firm? Tak, zarówno online, jak i stacjonarnie, od 5 do 100 osób.”

To poprawia widoczność w AI i wyszukiwarce LinkedIn.

10 umiejętności do usunięcia z każdego profilu

Są domyślnie sugerowane przez LinkedIn i akceptowane przez większość użytkowników bez zastanowienia. Są zbyt ogólne, żeby cokolwiek komunikować.

Usuń (zbyt ogólne)	Zastąp (konkretne i branżowe)
Microsoft Office	Excel / Power BI / Google Sheets (jeśli używasz zaawansowanie)
Komunikacja	Komunikacja B2B / Public Speaking / Prezentacje dla zarządu
Praca zespołowa	Agile / Scrum / Praca w interdyscyplinarnych zespołach
Zarządzanie czasem	Zarządzanie projektem (Asana / Jira / Notion)
Rozwiązywanie problemów	Root Cause Analysis / Design Thinking
Obsługa klienta	Customer Success / Account Management / SaaS Onboarding
Przywództwo	Team Leadership / People Management (z liczbą podwładnych)
Kreatywność	UX Writing / Content Design / Copywriting B2B
Umiejętności analityczne	SQL / Google Analytics / Data Studio / Tableau
Planowanie strategiczne	GTM Strategy / Product-Market Fit / OKR

Przegląd profilu LinkedIn: checklista kwartalna

Wydrukuj i używaj co 3 miesiące lub zaznacz jako zadanie cykliczne w kalendarzu.

Data przeglądu: _____

Następny przegląd: _____

FUNDAMENT · raz do roku lub po zmianie roli

- ☐ URL profilu: krótki, bez losowych cyfr
- ☐ Baner: CTA, specjalizacja lub link
- ☐ Zdjęcie profilowe: aktualne, wyraźna twarz, neutralne tło

KWARTALNIE · POZYCJONOWANIE

- ☐ Nagłówek: aktualny, opisuje wartość (nie stanowisko)
- ☐ Sekcja „O mnie”: spójna z aktualnym celem zawodowym
- ☐ Sekcja „Polecane”: aktualny link / zasób / post
- ☐ Umiejętności: czy top 3 odzwierciedlają aktualną specjalizację?

KWARTALNIE · DOWODY I WYNIKI

- ☐ Dodane nowe projekty lub role do sekcji Doświadczenie
- ☐ Każda rola ma min. 1 wynik z liczbą lub efektem
- ☐ Nowe rekomendacje lub potwierdzone umiejętności

KWARTALNIE · WIDOCZNOŚĆ I AI

- ☐ Test GEO: wpisz swoje imię + specjalizację w ChatGPT: co się pojawia?
- ☐ Aktywność w ostatnich 30 dniach: min. 1 post lub artykuł
- ☐ Newsletter LinkedIn: publikowany regularnie?

13 poprawek w jednym miejscu

Szybka ściągawka: od czego zacząć pracę.



1	Specjalizacja	jedno zdanie, które rozumie osoba spoza branży
2	URL	imie-nazwisko lub imie-nazwisko-specjalizacja
3	Baner	specjalizacja + CTA + link, 20 minut w Canvie
4	Zdjęcie	twarz 60% kadru, aktualne, czyste tło
5	Nagłówek	wartość dla odbiorcy, nie Twoje stanowisko
6	„O mnie”	4 bloki: kim jesteś, komu pomagasz, jak, CTA
7	Polecane	link do newslettera lub strony www
8	Aktywność	1 post ekspercki tygodniowo + komentarze
9	Doświadczenie	efekty z liczbami, nie zakres obowiązków
10	Umiejętności	max 15 konkretnych, usuń Microsoft Office
11	Rekomendacje	poproś 3 osoby z ostatnich 12 miesięcy
12	AI-friendly	słowa kluczowe wprost, Q&A w „O mnie”, artykuły
13	Przegląd	wpisz w kalendarz jako zadanie cykliczne co kwartał

NASTĘPNY KROK

Nie rób wszystkiego naraz. Wybierz **3 najważniejsze poprawki** dla siebie i zrób je w ciągu 48 godzin. Potem wróć po kolejne 3.

Profil buduje się iteracyjnie, nie jedną nocną sesją raz na 4 lata.

Chcesz zamówić audyt swojego profilu, konsultacje online lub szkolenie dla zespołu?

Napisz do mnie na LinkedIn albo na maila.

Chętnie też porozmawiam z Tobą przez telefon.

sylwia@rysujeeventy.pl

+48 502 197 926

Sylwia Chmielewska

Trenerka LinkedIn | LinkedIn od kuchni

