

千禧一代

/ 攻略全书 /

千禧一代献给本代人的个人品牌打造攻略

目录

引言

千禧一代献给本代人的攻略全书
我们为什么要为千禧一代写攻略大全

第一章

千禧一代
的影响力

第二章

席卷而来的千禧
一代职场大军

第三章

千禧一代如何借助
领英打造个人品牌

第四章

千禧一代在行动：
值得关注的千禧
一代影响力大咖

千禧一代献给本代人的攻略全书

人们将千禧一代定义为出生于 1980 年到 2005 年左右的一代人。我就是其中的一份子。我们是全世界数量最多、最多元化的一代人。事实上，研究显示，相比我们的前辈，我们这一代人更精通技术、更有创造力、更以职业为驱动力、对人力资本投入更多。

虽然我们听到不少积极的声音，但误解和成见也很普遍。例如，在有些人眼中，千禧一代懒惰、过于敏感，在工作中觉得自己资格很硬。近期由 Carat 开展的研究表明，人们还认为千禧一代二十四小时都挂在网上、都是追星族、学历“太高”、太着迷于分享。

借助领英数据的洞察，我在此希望打破以上诸多成见，并重点突出千禧一代身上所有的积极闪光点。

作为千禧一代，我深感自豪。我们富有创业精神，我们独立且自信，我们要在自己真正认同的公司里做有价值的工作。最重要的是，我们要活出真我。正是本着这样的精神，我编写了这本电子书，希望能真正帮到同为千禧一代的你，借助领英充分挖掘自己的潜力。本书将提供丰富的职场经验和最佳实践，为你的成功添砖加瓦。书中许多内容关注的是如何在领英平台脱颖而出，但在全书各处，你也将发现能给营销人员（以及计划今后从事营销的有志者）带来启发的内容，因为这是我每一天躬身践行的领域和职业。

我衷心希望你能与他人分享这本书中的洞察，不断激励与推进这场方兴未艾的千禧一代运动。但也别只顾仰望宏大愿景；将书中的经验之谈和最佳实践与自己的实际情况结合，你将能更好地打造个人品牌，实现个人与职场目标。



ALEX RYNNE

领英营销解决方案内容营销助理经理

来源：“关于千禧一代的 15 个经济事实”，经济顾问委员会，2014 年 10 月

我们为什么要为千禧一代写攻略大全

如今，出色的千禧一代是社交型领袖。现在，你也有机会加入他们的行列。

作为千禧一代的一员，你可以在领英上利用许多机会，为自己打造个人品牌，也为自己所在的公司树立企业品牌。

正因如此，我们编写了领英首部《千禧一代攻略全书》，独家放送来自千禧一代顶尖营销人员的真知灼见，并配以丰富的领英数据。

如果你是领英上 8700 万千禧一代的一员，但不知如何最有效地利用这一平台，那么这部攻略就是为你而写的。我们的目标是帮助你建立更多有意义的人脉联系，在一个越来越纷繁错综的空间中赢得能见度，从而建立说服力和思想领导力。

“我们这一代人不喜欢中规中矩，我们崇尚的是创新和创业。”



PAGE WILLIAMS

领英会员营销和沟通、社交媒体高级经理

1

千禧一代的影响力



千禧一代的影响力

在美国有 8500 万千禧一代

20 亿

全球共有 20 亿千禧一代*；其中有 8500 万居住在美国。2013 年，欧盟 28 国的成年人口中，千禧一代占 24%。相比之下，2014 年，这一代人约占美国成年人口的 27%，而今年，千禧一代预计将取代婴儿潮一代，成为美国人口数量最多的一代人。

我们的经济影响力不容小觑：每年，我们的购买力达到 1 万亿美元。到 2016 年底*，全球预计将有 64 亿部互联设备，这将为千禧一代带来前所未有的机会，让他们得以更多地影响公司购买决策，互相影响，并受到影响。

对于这一神秘而又越来越互联互通的一代人，人们迫切需要关于他们的洞察。很明显，不论公司还是个人，都想知道我们对于他们而言到底意味着什么。Google 和 Twitter 的搜索结果表明：



1,600 万

次搜索以“Millennial (千禧一代)”为关键词



43,764

篇文章以千禧一代为主题



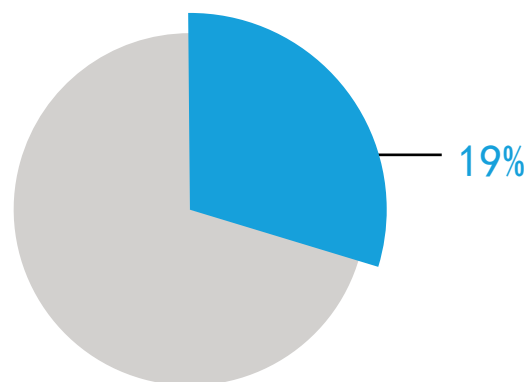
虽然我们这一代人有许多共同特征，但要用一副画像展现 8500 万美国人，显然不切实际。千禧一代人群中，对内容消费有不同的偏好、目的、平台。事实上，Carat 的研究将千禧一代分成了四个不同群体。

你对其中哪个群体认同感最强？

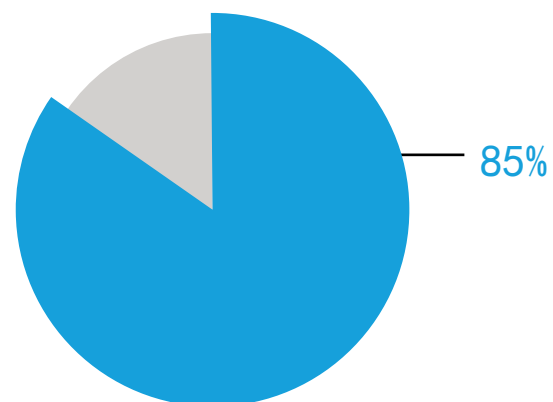
来源：“下一代人主题投资——千禧一代简介”，美银美林集团，2015 年 7 月；“据 Gartner 称，2016 年全球在用互联设备数量将达 64 亿部，比 2015 年上升 30%” Gartner，2015 年 11 月；<http://www.pewresearch.org/fact-tank/2015/02/09/who-are-europes-millennials/>

领英上有多少千禧一代？

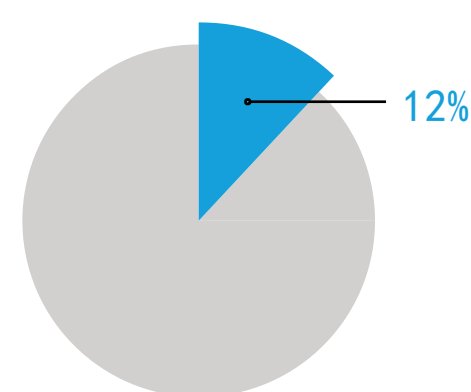
截止 2016 年初，全球共有 8700 万千禧一代领英用户。



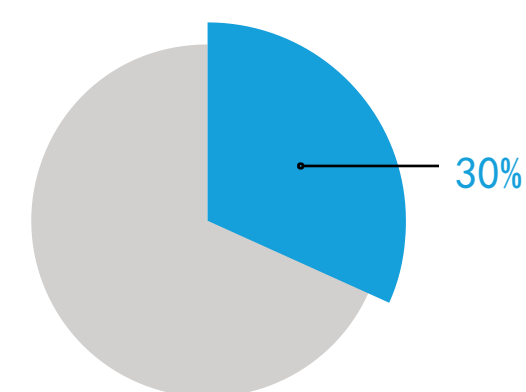
千禧一代占领英全球用户的 19%。



千禧一代占领英中国用户的85%



千禧一代不仅在领英上活跃互动，而且他们当中有超过 1100 万是决策者。（相当于所有千禧一代领英用户的 12%！）



给读者中营销内行人士的消息：领英上有超过 200 万千禧一代从事营销工作，其中约 30% 是决策者。

领英上有 677,000 位
千禧一代营销决策者

专家问答：Page Williams

领英会员营销和沟通、社交媒体高级经理



LinkedIn

对于努力想要胜人一筹的千禧一代，你最重要的建议是什么？

没有什么东西是可以轻而易举获得的，每个人都需要靠自己的力量去争取成功。你需要不断努力，敢于承担风险，以最高标准要求自己（和自己的工作）。

千禧一代是具有创业精神的一代人。在你看来，千禧一代通过领英树立个人品牌的最大机会在哪里？

发布。借力于领英提供的发布机会，千禧一代可以向世界呈现真实的自我，表达观点，展现自己如何创造价值。这也是他们充分展示个性的舞台：我们这一代人不喜欢中规中矩，我们崇尚的是创新和创业。

在你看来，哪家公司或品牌现在最能打动千禧一代？为什么？

耐克。他们的女装系列和全球战略都十分强劲。他们还推出了首款 YouTube 视频系列，充分结合千禧一代生活方式，以创新方法触达这一受众。

Carat Research 将千禧一代分成四类

在 2015 年的纽约广告周上，Carat 消费者洞察执行副总裁兼董事总经理 Michelle Lynn 和 Carat 美国 CEO 兼全球总裁 Doug Ray 共同呈现了一份最新研究，揭示了千禧一代并不是一群同质化的受众（**不算惊喜吧？**）。Carat 的实用研究结果将千禧一代分为四种主要类型。



网络弄潮儿
#TrendNetters



另类原住民
#AlterNatives



生活创意家
#LYFPreneurs



前卫急先锋
#BetaBlazers

网络弄潮儿 #TrendNetters

年龄中位数

27

思维方式

- 学历太高、任性冲动、很可能背负债务
- 可能负担不起理想的生活方式，但总会想到折衷的办法（如：成为时装和奢侈品租赁网站的付费会员）

内容消费习惯

- 精选并分享大量内容，但并没有多少自己原创的内容
- 想要做分享热点内容的第一人，成为人们眼中的弄潮儿
- 沉溺于社交反馈，同伴认可是他们的动力

- 外向
- 内向
- 非常令人捉摸不透
- 有志向
- 思维超前

42%

占千禧一代的 42%，与营销人员对他们的笼统描述其实很像：数字化时代的外向者，找到并针对他们营销并不难，因为他们的全部生活都在网上



另类原住民 #AlterNatives

年龄中位数

24

思维方式

- 在所有四种类型中，他们最精通数字技术，但并不一定能获得最好的技术资源
- 往往来自非一线城市，很多来自低收入家庭
- 不墨守成规，但也不太乐观
- 往往网友比真实朋友多，他们也乐此不疲

内容消费习惯

- 积极寻求技术和娱乐内容；花在视频内容上的时间远远多于其他类型的千禧一代
- 极为注重隐私，是最难以理解的一类千禧一代
- 不断清除 cookie，并使用隐私浏览器，使得这一群体的内容偏好难以把握

- 外向
- 内向
- 非常令人捉摸不透
- 有志向
- 思维超前

23%

占千禧一代的 23%（主要是男性），内向、非常令人捉摸不透



生活创意家 #LYFPreneurs

年龄中位数

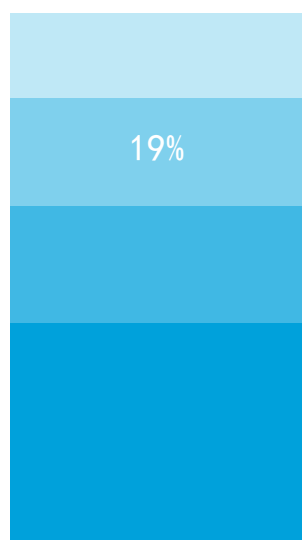
28

思维方式

- 往往拥有传统价值观
- 喜欢“拼命工作、使劲玩耍”的生活方式

内容消费习惯

- 数字化能力和其他类型的千禧一代一样强，但想要“断网”，偏爱线下的面对面对话
- 喜欢创造和寻找新的体验，而不是把时间都花在数字天地中
- 虽然价格很重要，但他们认为，个人成长是金钱难以衡量的



- 外向
- 内向
- 令人捉摸不透
- 有志向
- 思维超前

占千禧一代的 19%（主要是女性），志向远大



前卫急先锋 #BetaBlazers

年龄中位数

25

思维方式

- 知识是成功的重要因素
- 注重质量而非数量，不论是物品还是友情
- 走在大多数人前面，具有全球视野

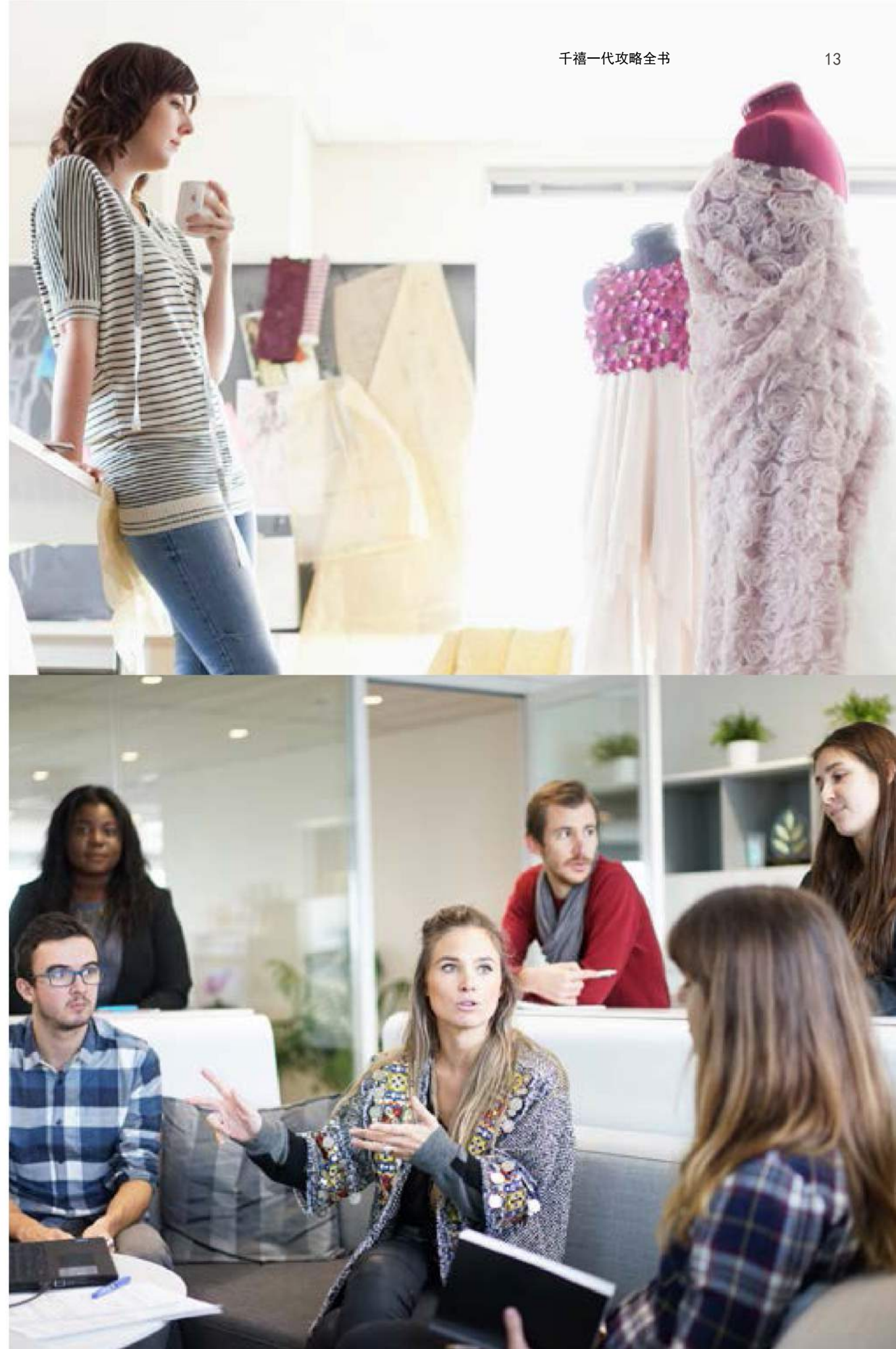
内容消费习惯

- 在内容上讲求质量更高，而非数量更多
- 质量高于数量

16%

- 外向
- 内向
- 令人捉摸不透
- 有志向
- 思维超前

占千禧一代的 16%，思维非常超前



专家问答: Katherine Lisciani

Millennovation® Media 创始人兼全栈营销官



对于努力想要胜人一筹的千禧一代，你最重要的建议是什么？

分享一切。这是我自己也在挣扎的一件事。我讨厌好像自己整天在博客和社交媒体上推销自己的感觉。对于我而言，重要的并不是显示自己有多少技能和经验，而是分享自己思考和解决问题、设计出独特方案的方法。

你曾在多场行业会议上发表演讲。千禧一代这个主题在会议上是否提得太少？

我认为，由千禧一代自己来谈千禧一代，在那些会议上还太少。关于千禧一代的讨论，我看到的太多了，但绝大多数似乎都充斥了主观臆断。关于千禧一代已经发表的报告

或文章中，很少有从千禧一代的经历和视角出发的第一手叙述。

千禧一代是具有创业精神的一代人。在你看来，千禧一代通过领英树立个人品牌的最大机会在哪里？

思想领导力。领英是一个内容平台。现在，不仅领英人物可以发布思想领导力内容，你也可以！不论是发布思想领导力内容，还是分享领英动态汇总中的相关文章，你在领英上的所有活动都应该有一个重点，也就是与你的人脉圈内部或外围的人，建立并巩固独一无二的关系。

我所实践的是 4-1-1 每日内容分享原则。

4 - 1 - 1

分享别人发布的内容

分享自己原创或服务于自己的内容

分享一则相关的个人动态

在你看来，顶级的千禧一代影响力大咖现在有哪些？

我认为，**Sophia Amoruso** (Nasty Gal 创始人、#GirlBoss 作者) 在千禧一代女性群体中有着极大的影响力，尤其是在 25 岁以下女性中间。

Amoruso 营造了一个高度互动和忠诚的社群，粉丝通过各种媒介和渠道与她互动 (Instagram 可能是她互动最多的渠道)。在我看来，媒体上没有大肆宣传 Amoruso，反倒证明了她的影响力之强大，表明她触达的广度，并不依赖于其他来源带来关注或访问量，而她营造的社群真正是一个有生命、有呼吸、会运动的有机体，而赋予它活

力的正是 Amoruso 和她的 #girlbosses 社群的身份认同感。

为了紧跟千禧一代最新趋势，你会关注哪些博客或影响力大咖？

除了开展我自己的研究、实验、调查、焦点小组，并通过博客和报告发布我自己的发现，我也会利用 **Forrester**、**AMA** 和 **PRC** (皮尤研究中心) 这样的公司和机构发布的市场研究数据。

2 席卷而来的千禧一代 职场大军

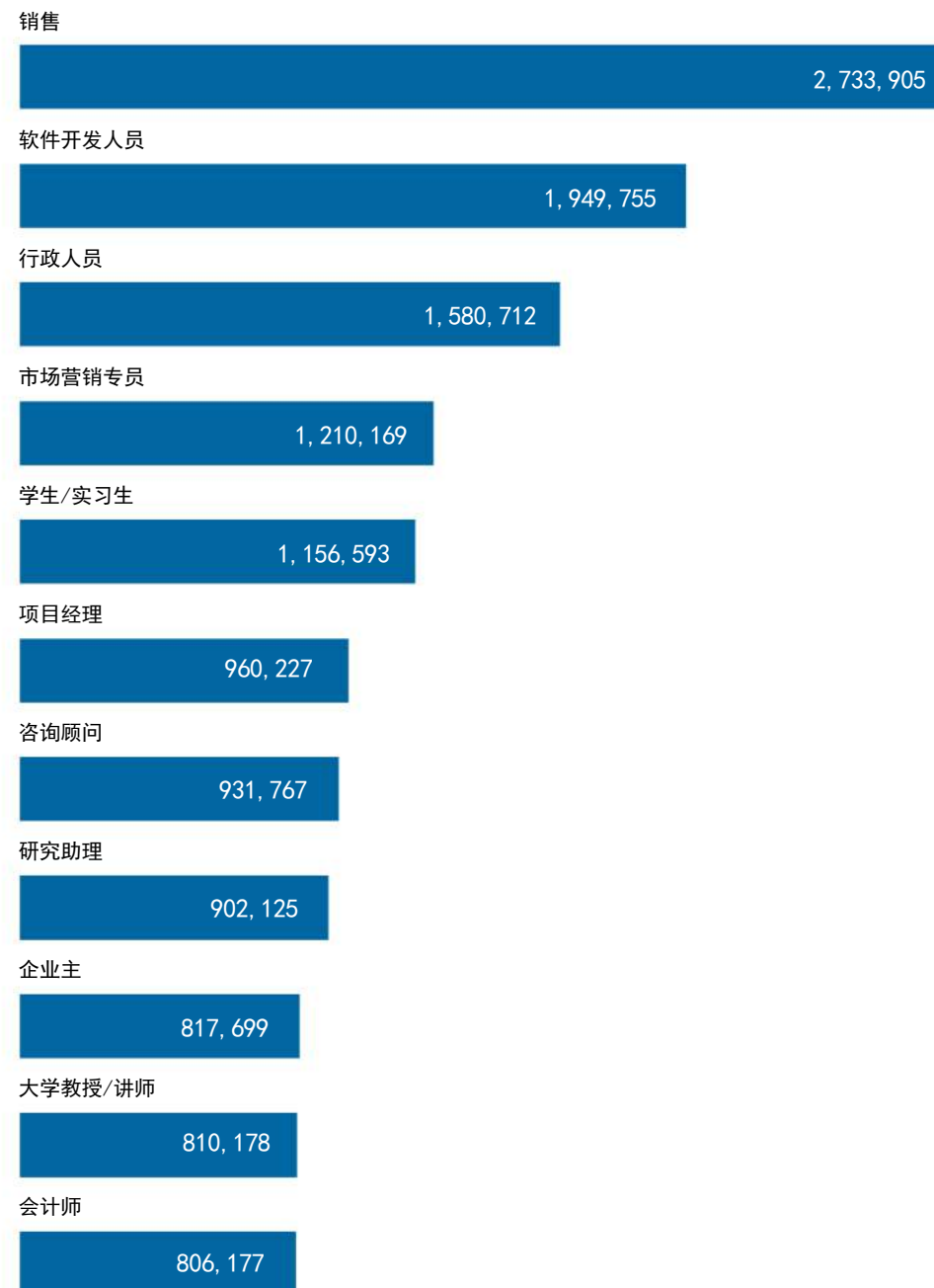


借助领英洞悉千禧一代的职业

千禧一代职场大军正席卷而来。事实上，到2020年，千禧一代将占整个劳动力人口的50%。我们充满干劲：有创业精神、有动力、有志向。由于千禧一代人群数量众多、年龄不一（而且因为18-34岁正是一个人成长的重要阶段），所以有些人已经在职场中站稳脚跟，而有些则刚开启职业生涯。

从学生到软件开发人员，千禧一代自豪地拥有多元化的职业身份。

从这张图上，可以看到领英上排名前列的千禧一代职业。



“……不断努力，敢于承担风险，以最高标准要求自己（和自己的工作）。”



PAGE WILLIAMS

领英会员营销和沟通、社交媒体高级经理

千禧一代想从工作中获得什么

很多人们认为千禧一代对公司不忠诚，而这种成见形成的原因，可能是我们比前几代人跳槽更频繁。但这不一定是坏事。

可能我们不愿就此妥协。可能我们知道自己有能力争取更多。可能我们想要不断接受挑战。

领英对全球 5,000 多位千禧一代进行了调查，旨在了解千禧一代是怎样、又是为什么换工作的。数据显示，千禧一代跳槽的首要原因是为了在职业生涯中取得进展，其次是为了更丰厚的薪酬、更有挑战性的工作，以及与自己的技能和兴趣更匹配的角色。

* 千禧一代更换工作的前三大原因：

职业进展
机会

更丰厚的
薪酬

有挑战性的
工作

67%

60%

51%

调查数据还揭示了千禧一代的更多特点



1

千禧一代会在网上对公司做大量研究。

千禧一代会花很多时间研究公司及其文化。事实上，相比其他各代人，他们更有可能是通过求职网站、公司招聘网页和社交媒体了解到新工作机会的。

他们也会利用更多其他资源来了解公司的文化，这也意味着公司应该花更多功夫树立人才品牌。

2

谈到薪酬，千禧一代不轻易妥协。

谈到薪酬，千禧一代不会轻易妥协。将近 80% 的人在更换新工作时能挣到更多钱，三分之一的人涨薪幅度高达 30%。这符合常理，在职业生涯初期，更有可能“人往高处走”。显然，千禧一代做好了薪酬谈判的准备。

3

求职过程，男女有别。

虽然不论男女，千禧一代对于接受一份新工作有着相同的前三大原因，但在其他方面，两性之间则显现出差异。

女性寻求工作与生活之间更好的平衡：她们希望能为自己就职的公司感到自豪，更注重文化契合度和公司价值观。

男性则更关注薪酬，以及公司的创新潜力和工作的挑战性。



我们的研究还发现，千禧一代男女之间在研究职位时存在独特的差异。女性倾向于借助社交媒体和公司的职业网站来了解企业文化，而男性则更倾向于利用搜索引擎，或联系自己在目标公司里认识的人。



21%

对于正在阅读本书的招聘专员（不论是否是千禧一代），调查带来的启发是：

首先，千禧一代想要一份能促进自己职业发展的工作，以及一份与其匹配的薪酬与福利。因此，为了最有效地吸引千禧一代，就应该两者都能提供。

21% 的千禧一代表示，他们离职的原因是想要尝试新的行业。作为招聘专员，有必要考虑来自其他行业的候选人。

为了吸引千禧一代，应该树立公司的人才品牌，让他们能最先想到你的公司。利用线上资源，例如公司招聘主页和社交媒体帐号，传递关于公司及其文化的信息。

专家问答：Jon Lombardo

领英代理商团队、创意和品牌战略负责人



LinkedIn

对于努力想要胜人一筹的千禧一代，你最重要的建议是什么？

选择一个能让你感到兴奋的、快速成长的市场，去为那个市场中最聪明的人们工作。向思想领袖学习，你会受益良多。你还会建立一个有价值的长期人脉圈。在这个强劲的市场中，你会找到一条帮助你不断成长的职业道路。

千禧一代是具有创业精神的一代人。在你看来，千禧一代通过领英树立个人品牌的最大机会在哪里？

我觉得似乎现在所有人都热衷于分享快餐式内容，而真正有价值的机会是如何以长文章内容的形式，在一个成长中的领域树立你的专长，分享经验、点子和思考。那些能写出有长度、有深度的文章，让我读后以全新角度看待世界的人们，总能给我留下深刻的印象，也最让我难以忘怀。我觉得这才是真正让你脱颖而出、为自己创造人脉机会的方法。

在你看来，哪家公司或品牌现在最能打动千禧一代？为什么？

Beats by Dre。他们非常善于发挥各种平台所长，不断创新媒体使用方式，是我见过最懂得如何分享与诠释文化、娱乐和体育的品牌之一。

在你看来，顶级的千禧一代影响力大咖现在有哪些？

就我个人而言，我对 Kanye West 和 Drake 这样的全能型艺人最感兴趣。他们涉猎广泛，既做音乐，又写歌词，还能当段子手，推动了流行文化的发展，他们甚至还为耐克和阿迪达斯设计了运动鞋和衣服，文化影响力和乔丹相比有过之而无不及。相比几乎任何品牌，他们可谓更懂得如何做到时刻在线、流露真情实感、原创不抄袭。

为了紧跟千禧一代最新趋势，你会关注哪些博客或影响力大咖？

关于技术、媒体和千禧一代，我从 **Ben Thompson** 那里学到的东西最多。他是 Stratechery 博客的作者，关注技术话题，但因为技术如今无处不在，阅读他写的博文可以很好地解释如何理解千禧一代的行为，以及如何借助这些洞察打造一家企业或品牌。他是一位杰出的原创思想领袖。



3

千禧一代如何借助
领英打造个人品牌

领英上有 8700 万千禧一代

即便你现在有一份满意的工作，掌握了社交网络的艺术，你也可以获得真真正正的好处。加入领英，就是加入全球 8700 万千禧一代的人脉圈，与他们互动、分享、交换想法。你加入的不仅仅是一个社交网络，而是一个成熟职场人士的社群，他们在寻找新闻和新观点的同时，也在贡献价值。

当你写好了完整的职场档案之后，你会惊异于有多少机会将送上门来。如果还没加入领英，你就降低了自己被人发现的概率。

在领英上，你可以关注最新行业动态。不论你的兴趣重点是什么——营销、销售、时尚、教育、医药——领英都是一个分享和发布职场内容的胜地。



“你的目标不应该是成为思想领袖。那不过是在真正实现创新之后被赋予的一个锦上添花的称谓。如果你愿意承担风险和打破传统，接下来你会发现自己成了同行争相效仿和学习的榜样，自然而然也将赢得思想领袖的称号。”



LAUREN HOCKENSON

BitTorrent 编辑和社交媒体经理

出色的千禧一代是社交型领袖



“你应为自己的个人品牌负责。抓住这个前所未有的机会，凭借技术、社交媒体和直觉，讲述你的职场故事，在一个越来越拥挤的数字空间中站稳脚跟、脱颖而出。”



MEL CARSON

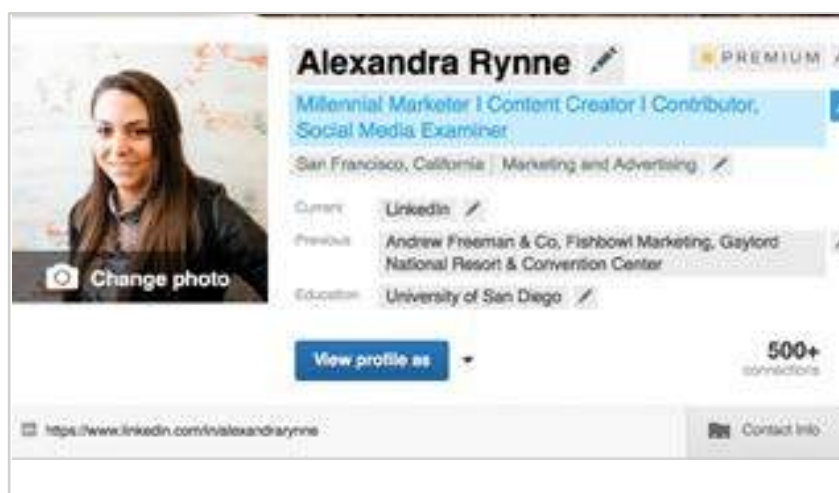
BitTorrent 编辑和社交媒体经理

四种在领英上展示自己的方法

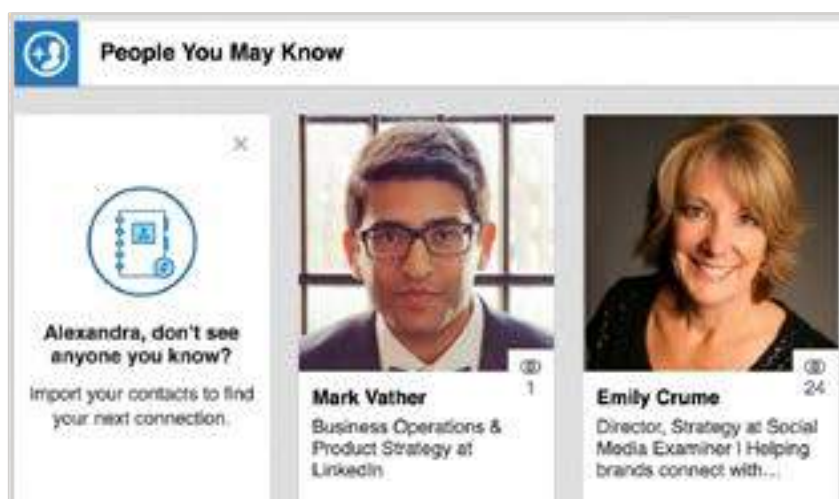
建立个人品牌，有助于加深你与领英人脉圈的关系。展示你最出色的工作成果，建立你的职业档案，并在此过程中，将自己打造成企业的无价之宝。

想让领英上五亿职场人士注意到你用努力铸就的工作成果？借助以下一系列（免费）领英工具，你可以向世界展示你的才华。

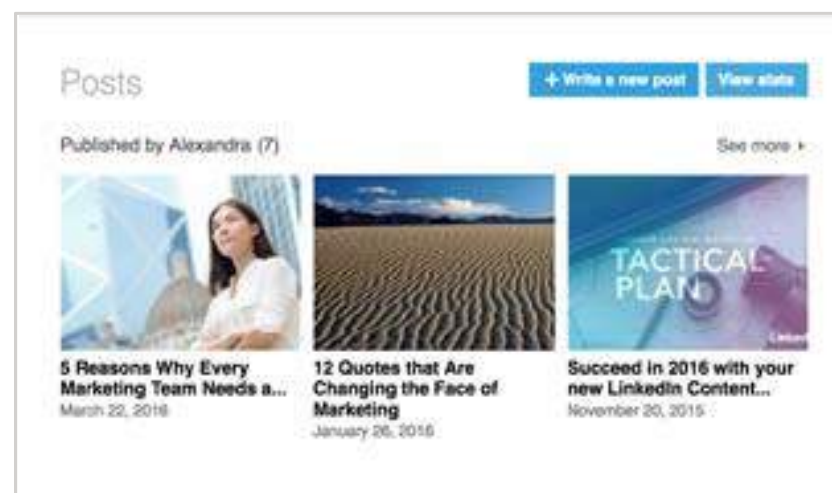
1. 优化你的领英档案。



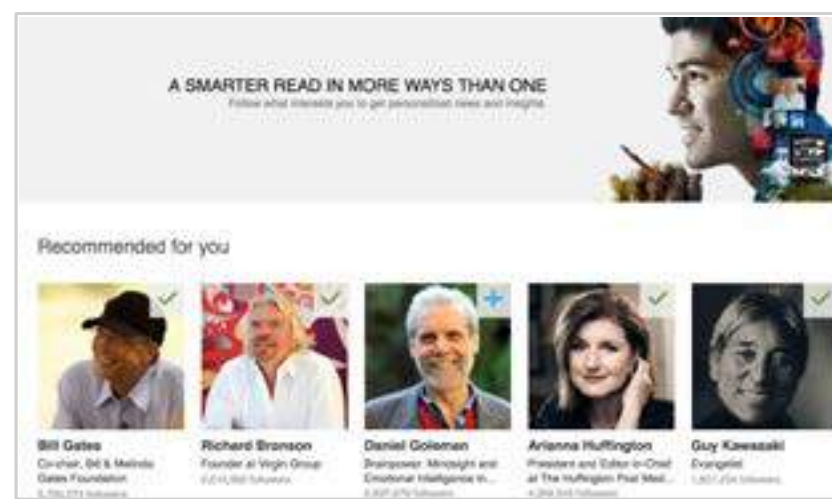
2. 建立有意义的人脉。



3. 在领英上发布内容。



4. 关注最重要的人，定制你的动态汇总。



深入讨论四种战术工具之前， 让我们先明确一些打造个人品牌的基本原则：

真实感是关键



作为千禧一代，我们深知真实性的宝贵。不论线上线下，最棒的个人品牌都是真切而坦诚的个人展示。

确保一致性



要确保你的领英档案、简历和所有其他个人品牌元素之间的一致性。在领英上，可以提供更详尽的信息，在脸书或推特上，或许可以更多体现个人风格，但无论在哪个渠道中，所有的职位名称、在职日期、工作成果应确保一致。

不断创造价值



帮助他人不仅是建立个人品牌的一种重要方式，更能给你带来快乐。提供建议，贡献技能，分享客户线索，写推荐信，与求职者面谈交流，祝贺人们取得的成功。一旦人们发现你值得信赖，他们就会记住你，并向别人推荐你。*

“真情实感，乐于助人，深入人心。做产品是这样，做人更是如此。”



ALEX MANN

MediaCom 数字媒体规划师

个人品牌塑造攻略

紧跟行业新闻和趋势，在领英上持续参与相关对话，贡献你的智慧。下载领英洞察 APP 的安卓或 iOS 版本，保持互联，获取新知。

1. 优化你的领英档案

“让人们看到，没有你，他们可能永远看不到的东西。”

Robert Breeson

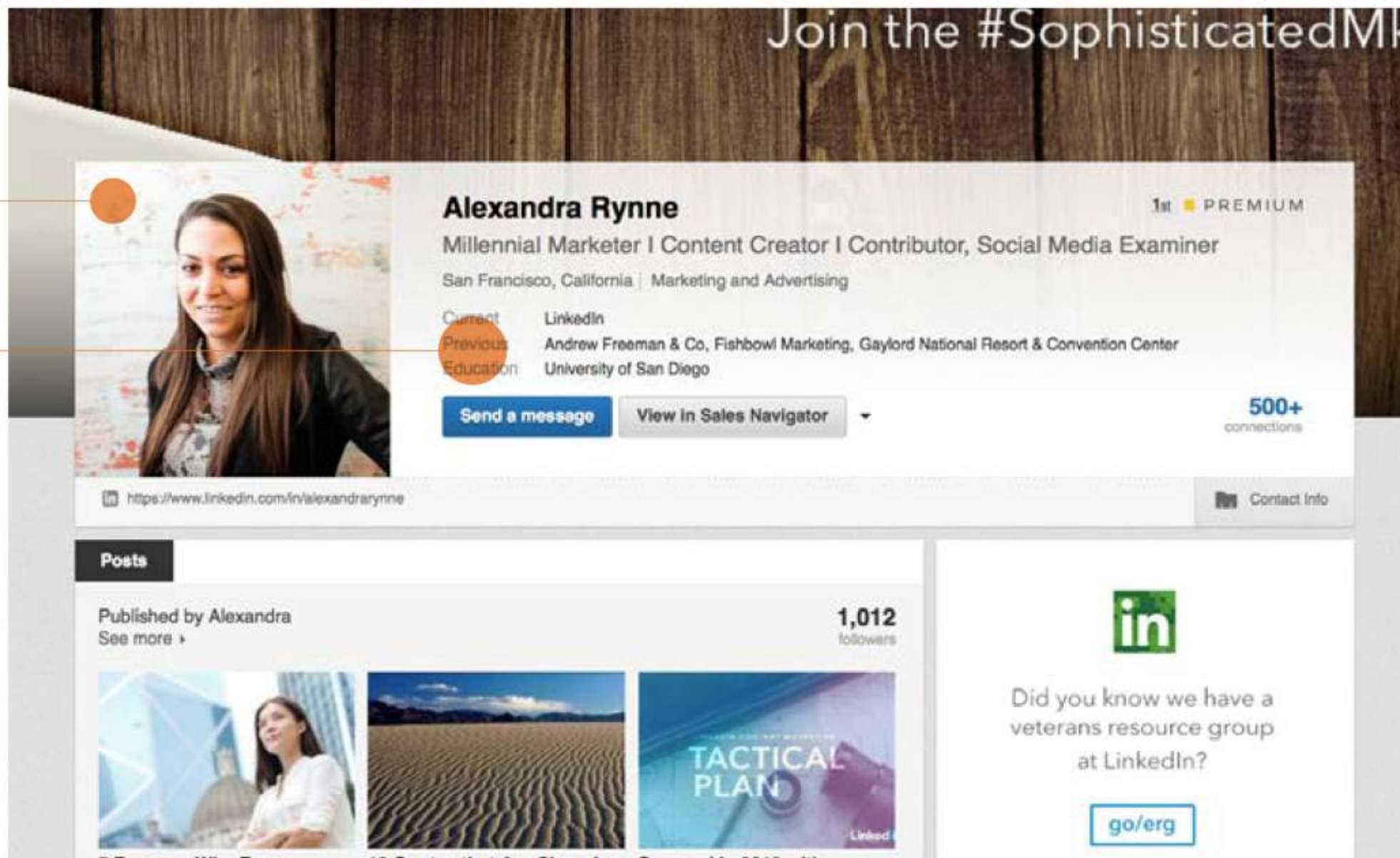


你的职业档案是你领英体验的一个关键部分。档案信息完整，表明你是这个生态系统的积极参与者。

7倍 更有可能被发现

12倍 更有可能被发现

你知道吗？放上头像后，你的档案在搜索中被人发现的机率会提升七倍。展示自己最近的两个职位，你的档案被人发现的机率会提升 12 倍。小更新，大不同。



五大关键元素，让你的领英档案与众不同：

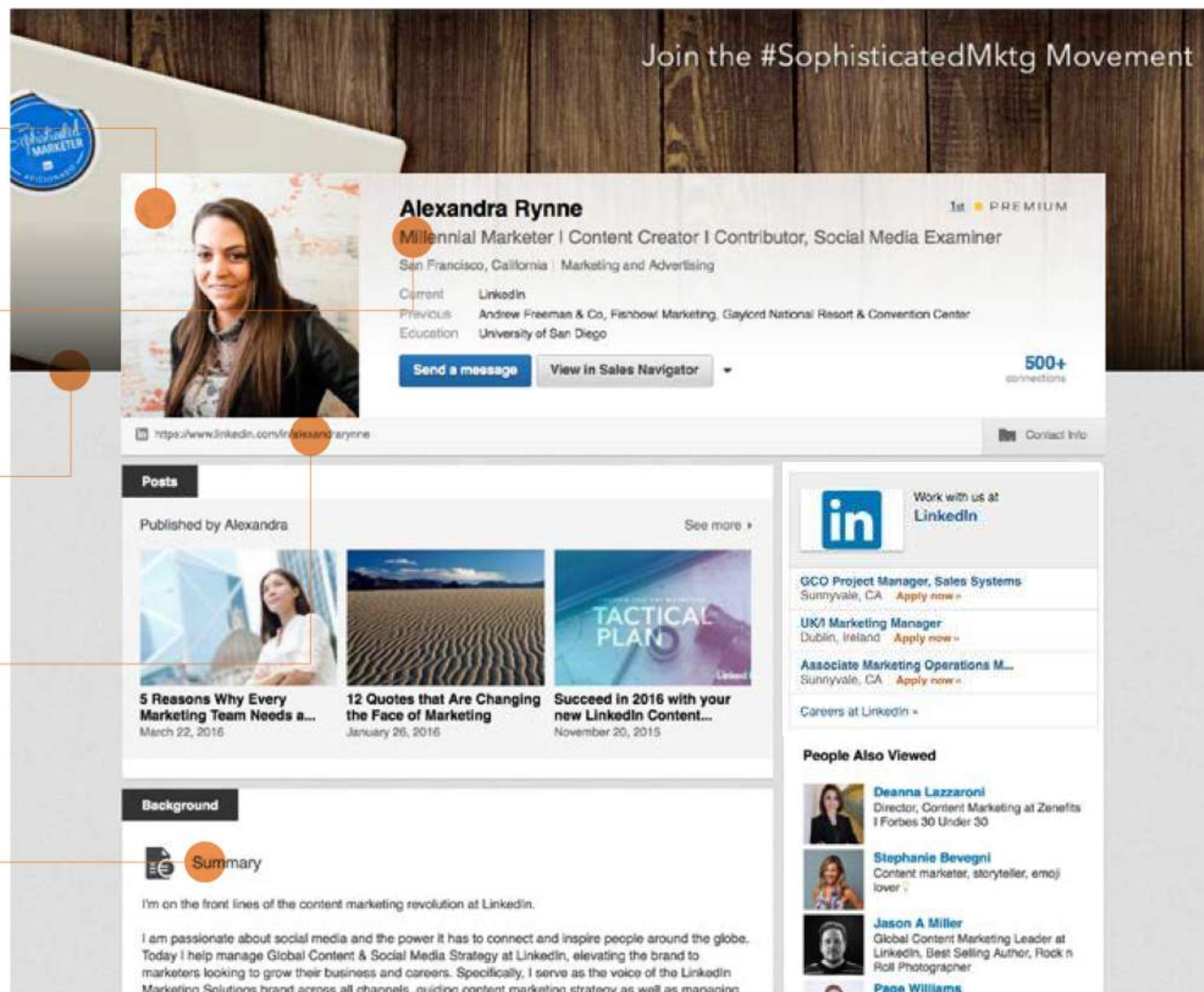
放上一张职业照片。

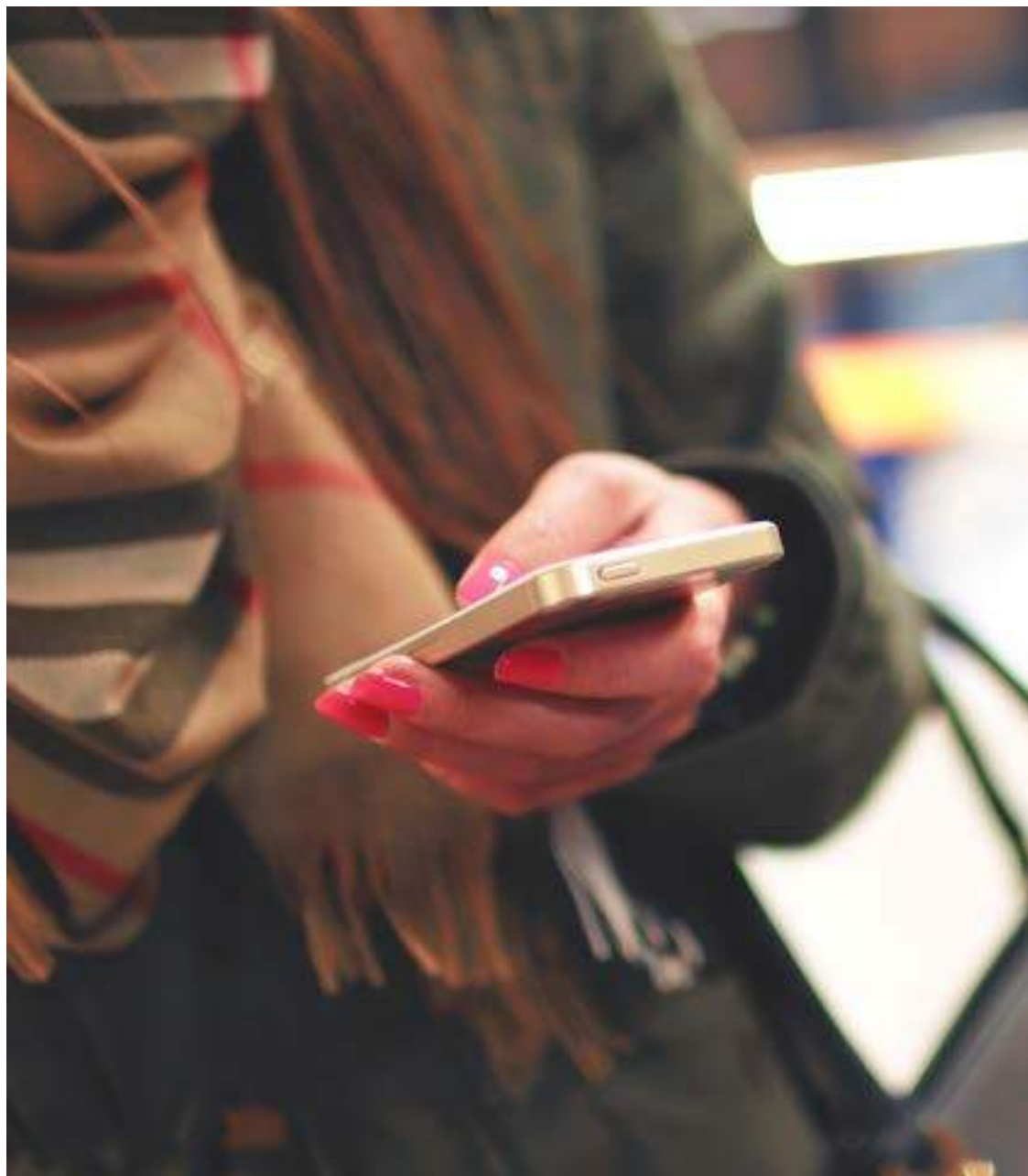
想出一句有个人特色的职业头衔。

找到一张与你相配的背景图片。

定制你的领英网址，并广而告之。

撰写自我简介和工作经历，讲述你的故事。





1. 放上一张职业照片。

职业照是你给人的第一印象。选一张平易近人、与你的职位相符合的照片。

2. 想出一句有个人特色的职业头衔。

默认情况下，职业头衔是你的现任职位。不过你可以，也应该使用个性化的头衔，展现你的专业特长，表达你对自己角色的愿景。就把职业头衔当作自己的一条广告语。这将是许多人看到的第一条关于你的描述，所以一定要抓住机会！

3. 找到一张与你相配的背景图片。

高速公路上，你一定见过空白的广告牌。是不是感觉机会被浪费？你的领英背景图片（显示在你的姓名和头衔上方）也是往往未被开垦的一片天地。许多领英会员拿现成的图库图片、风景照或城市天际线作为自己的背景图片。但是，这片空间可以做的远远不止展示你的家乡。

档案头像攻略

- 照片应为正方形。
- 文件最大 10MB。
- 理想像素尺寸为 400x400。如照片的长或宽超过 20,000 像素，将无法上传照片。

职业头衔攻略

想一想你的朋友和同事会用什么词语和句子来描绘独一无二的你：“值得信赖的 Mac 专家”或“经验丰富的行政助理，从未超过一个截止日期。”

背景图片攻略

- 利用这个空间，推广你的多条内容渠道。
- 以缩影的形式展示你的作品集。
- 展示报导过你的媒体出版物，树立你的可信度。
- 上传一张自己参加行业会议或发表演讲的照片，凸显你的思想领导力。
- 借助一张照片表达你的一种兴趣，这虽然不是简历中最紧要的部分，但可体现你的个人生活或工作态度，有助于建立你的个人品牌。



4. 定制你的领英网址，并广而告之。

为了打造个人品牌，应将自己的全名附在所有与自己相关的网络内容上，尽可能提升自己的搜索排名。领英的个性化网址可以助你一臂之力。领英作为一个热门网站，在谷歌的网页排名很高；将你的领英网址定制成以下格式 `linkedin.com/in/你的全名`——你将会发现自己的名字也会排名很高。

5. 撰写自我简介和工作经历，讲述你的故事。

撰写领英档案，应该不只是简单地复制粘贴你的简历。在自我简介部分中，你可以分享对自己的角色或公司的愿景，也可以写自己在工作之余的兴趣爱好。

在工作经历部分，应清晰地列出你担任过一系列关键职位，并简要描述你发挥的作用。你也可以详细说明自己的教育经历。上传你独立或参与创作的多媒体内容（视频、图像、演示文稿），可使你的档案更为生动立体。

个性化网址攻略

将个性化网址添加到你的所有其他社交平台：博客、电邮签名栏、线上简历、推特、脸书和领英 SlideShare。

自我简介和工作经历攻略

- 在自我简介中多加关键词，让自己的档案更容易被搜索到。
- 尽量避免过度使用以下词语：“积极主动”、“有热情”、“责任心强”、“有创意”、“有干劲”。*
- 可利用你在领英发布平台上的文章，为自己的档案加入多媒体内容。

2. 借助领英，建立有意义的人脉

“创造力只是把各种东西联系在一起。”（……在这里是人）

Steve Jobs



一旦完成了档案的充分优化，你就做好了积极扩大人脉圈的准备工作，可与领英全球五亿会员开始建立战略品牌联盟。领英并不会代替面对面互动，而是帮助你：

善于与人相处的人，往往能获得人们的良好评价。因此，建立领英人脉圈的同时，也是在树立自己的个人品牌。通过领英与信赖的朋友、前同事和同学、业界领袖、供应商和其他职场人士建立联系。对于引荐这件事不必害羞，请你的联系人介绍你认识他们人脉圈里的人。



与人脉保持活跃联系



巩固全球人脉关系



进一步了解已经或即将见面的人

“……你在领英上的所有活动都应该有一个重点，也就是与你的人脉圈内部或外围的人，建立并巩固独一无二的关系。”



KATHERINE LISCIANI

Millenovation® Media 创始人兼全栈营销官

联系人添加邀请攻略

如果你想与一位陌生人建立联系，应该自己写一段话，解释为什么想要建立联系。例如：“我在 X 会议上听了您的演讲，您分享的观点让我深受震撼”，这样对方将更有可能接受你的邀请。

专家问答：Shelly Simmons

Company.com 市场营销经理



对于努力想要胜人一筹的千禧一代，你最重要的建议是什么？

与合适的人建立人脉联系，是树立个人品牌的最佳方式之一。建立人脉可以很简单，比如在领英上发送邀请，也可以加入当地的技术孵化器（如共享办公室），与志同道合的人开展互动。通过社交网络与人脉保持联系也很重要。要保持自己在网上的能见度。常言道：眼不见，心不想。要让粉丝能时刻想到自己，就要让他们能不断在网上见到自己。

还有一种建立个人品牌的方法，就是开始写自己的博客。发布博客文章，展现你的个性和自己热衷的事情。无论是兴趣爱好，还是与工作相关，拥有自己的博客可以帮助你在线上和简历中脱颖而出。

别忘了把自己的博客列在领英上，还有出版物、志愿者经历、获奖情况等。这些都是保持自己领英档案能见度的好方法，可以让你的档案脱颖而出。

千禧一代是具有创业精神的一代人。在你看来，千禧一代通过领英树立个人品牌的最大机会在哪里？

领英提供的最大机会就是帮助你打造个人品牌，建立人脉关系，从而得到好工作、导师，甚至找到投资者。在领英上互动越活跃，你就会发现，有许多人愿意帮助你一步一步实现自己的目标。

在你看来，哪家公司或品牌现在最能打动千禧一代？为什么？

在我看来，面对千禧一代，**优步**做得很不错。千禧一代想让自己有什么愿望都能立即得到满足，而优步就能迎合这种心理，让千禧一代只需动动手指，就能从 A 地到达 B 地。另一家善于抓住这种心理的公司是推出了 Prime Now 的**亚马逊**。谁不想网购当天或次日就收到货？这很激动人心！

在你看来，顶级的千禧一代影响力大咖现在有哪些？

Snapchat 的 **Evan Spiegel** 和 Mashable 的 **Pete Cashmore**。

为了紧跟千禧一代最新趋势，你会关注哪些博客或影响力大咖？

要紧跟千禧一代的趋势，就必须时刻在线。我很喜欢 Mashable 的 Pete Cashmore，还有领英人物 Hootsuite 的 **Ryan Holmes**。**Marketo** 的营销博客真的很棒。个人而言，我最近特别钟爱 **PopSugar** 的博客。我觉得和千禧一代保持同步的最佳方法就是通过社交媒体主动接触他们。人们都说客户永远是对的，而社交媒体为你打开了一扇直接通往客户世界的门。充分利用吧！

3. 在领英上发布内容

“写值得读的东西，做值得写的事情。”

Benjamin Franklin



“在领英上互动越活跃，你就越会发现，有许多人愿意帮助你一步一步实现自己的目标。”

我们生活在一个由资讯推动的世界中。美国人现在通过多种渠道，平均每天接触 7 种不同的信息来源。据Entrepreneur报道，千禧一代每天花在各种内容上的时间有 18 个小时之久，而且他们关注的内容大多数是由同行创作的。鉴于千禧一代每天消费的内容数量之巨，我们创作出大量内容满足其需求也就更理所应当了。

如今，领英已成为全球权威的职场发布平台。已有 100 多万会员在领英发布了超过 300 万篇文章。千禧一代占领英上所有长篇文章发布者的 30%。

30%



SHELLY SIMMONS

Company.com 市场营销经理

但为什么要在领英上发布内容？当然是为了展现思想领导力，向世界说明你关心的话题，吸引人们关注你的博客、电子书，或者任何最令你自豪的工作成果。一旦开始在领英平台上发布内容，你将发现，自己的档案浏览数量会出现激增。

在领英发布长篇文章内容，是触达和培养目标受众、建设个人品牌的极佳方法。发布的文章越多，你能建立的可信度就越高，职业档案就越有竞争力。

“似乎现在所有人都热衷于分享快餐式内容，而真正有价值的机会是如何以长文章内容的形式，在一个成长中的领域树立你的专长，分享经验、观点和思考。”



JON LOMBARDO

领英代理商团队、创意和品牌战略负责人

文章发布攻略

写你最在行的主题，无论是你的职业专长，还是行业趋势，抑或是经验心得。



大约 45% 的领英文章读者在各自行业中拥有较高职位：经理、副总裁、CEO 等。换言之，你的内容可能会被影响力大咖看到。

45%

“为特定受众量身打造文章内容，与人脉圈里的影响力大咖积极互动，表达真情实感，这就完整闭环了。”



ALEX MANN

MediaCom 数字媒体规划师

在领英上发布内容

千禧一代在领英上最关注的内容

正在斟酌应该发布什么内容？来看一看千禧一代在领英上最关注哪些内容话题。



1.

招聘



2.

社交媒体营销



3.

员工敬业度



4.

招聘专员



5.

自信心



6.

欧盟



7.

整合式营销



8.

风险投资



9.

市场营销



10.

精益生产

专家问答：Tara Robertson

Uberflip 入站营销经理



对于努力想要胜人一筹的千禧一代，你最重要的建议是什么？

尽可能多读关于自己所在行业的内容，但与此同时别忘了把该做的工作做好！如果在一天工作中，你容易因为看到的博客文章而分心，那么可以试试 Pocket 或 Evernote 之类的应用，把文章保存起来，留待上下班路上，或休息时再看。

工作中，我个人最爱用的一个小窍门就是在日程表中框定“埋头做事”时间，确保这段时间用在自己计划的任务或项目上。

千禧一代是具有创业精神的一代人。在你看来，千禧一代通过领英树立个人品牌的最大机会在哪里？

我认为，领英这样的社交网络给千禧一代创造了极佳的机会，因为我们这代人一生中大多数时间都在为网上社群做贡献。对于在网上分享所思所想，我们毫不羞涩。

如果你刚开始职业生涯，至少应该先把领英档案的所有部分都填写完整。你也可以尝试贡献内容，发布一篇文章，谈谈你所在的行业，或者你了解到的一则新鲜资讯。在 Uberflip，我们鼓励全公司每个人都来一起写博客，帮助大家建立自己的个人品牌。

请认识的人为自己写推荐信，不要觉得难为情！可能会感觉有一点点尴尬，但这是充实自己档案的极佳途径（推荐人一定要是和你直接共事过的人）。如果你在求职之前就做好了这件事，那么到时候就会少一件担心的事情。

4. 关注最重要的人，定制你的动态汇总

“我没有特殊才能。我只是好奇心十足。”

Albert Einstein

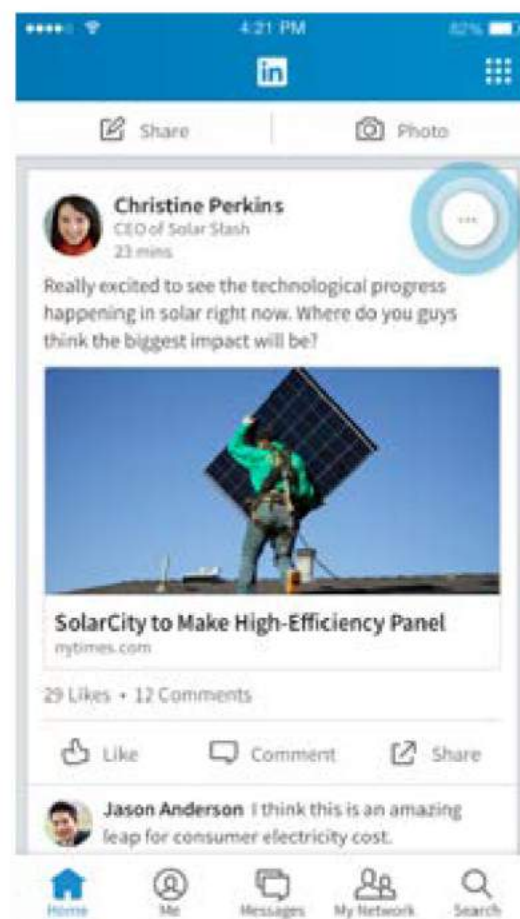


虽然千禧一代领导者的年龄和经验各不相同，但有一点是相同的：都有一种永不停止学习的无尽渴求。通过领英，你可以对自己和自己的终身教育投资。为自己设计一份动态汇总，关注对你而言最重要的人和话题，不再关注无关紧要的内容，让自己随时保持消息灵通的状态。

第一步，先发现优质内容来源，从中获得你关心的洞察。

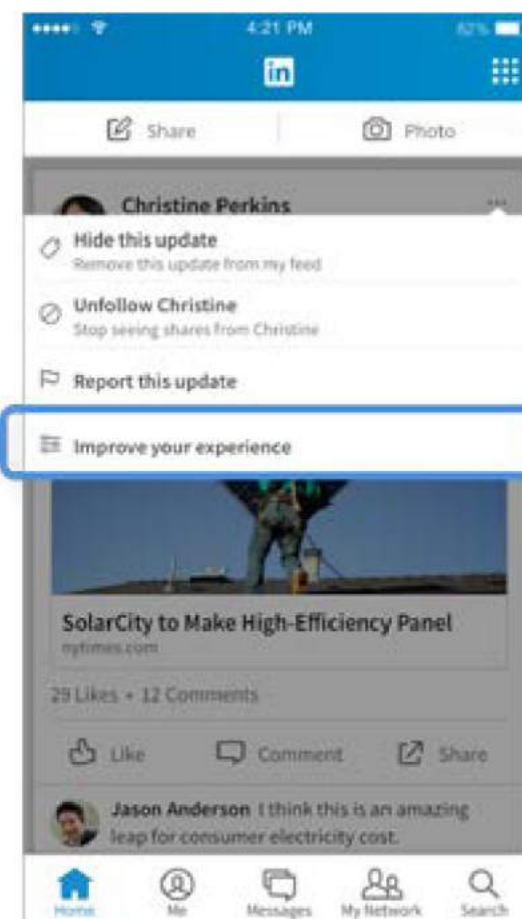
1

轻按动态汇总中任意一条动态右上角的控制菜单。



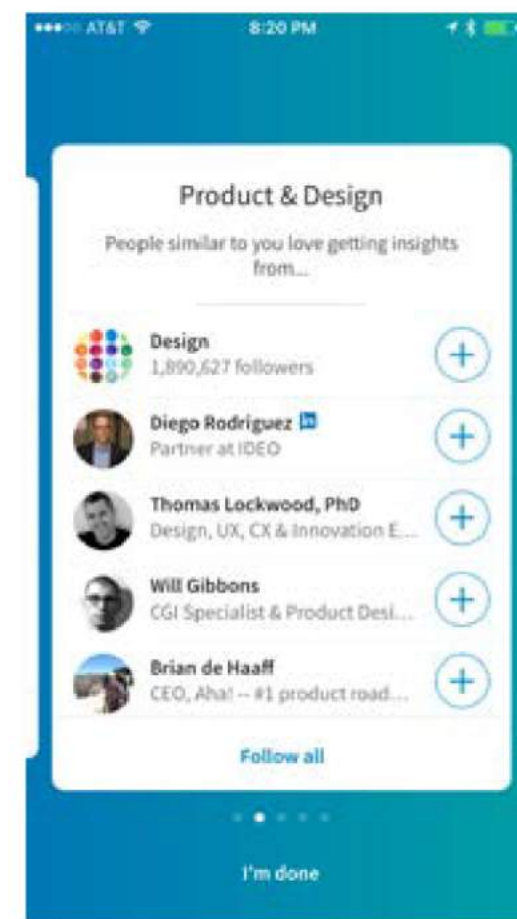
2

然后选择“订阅行业资讯”。



3

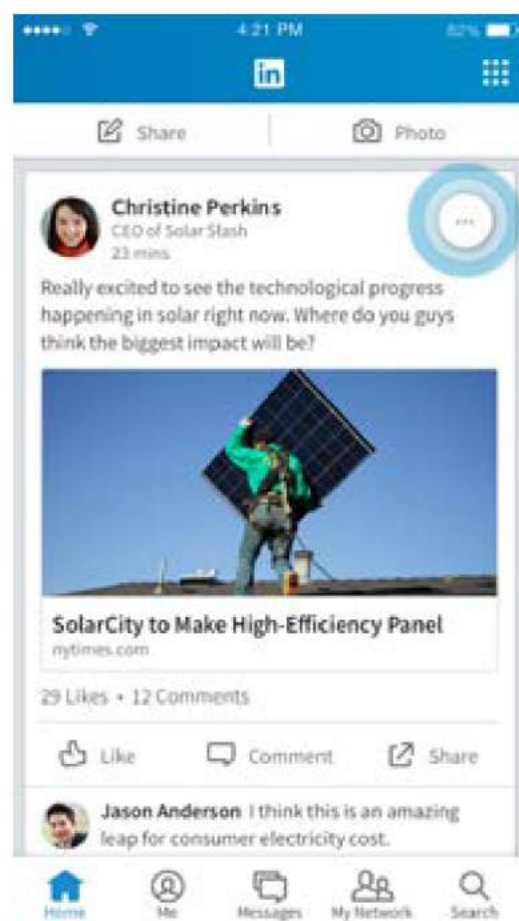
你将看到一份根据你的领英档案量身定制的个性化推荐列表，其中有值得关注的人、出版方和话题。



关注对你而言最重要的新闻和洞察，是很好的一步。然后，对于那些不需要看到其动态的联系人，你还可以取消关注。他们不会知道已被你取消关注，而你们也将继续保持联系人关系。具体方法如下：

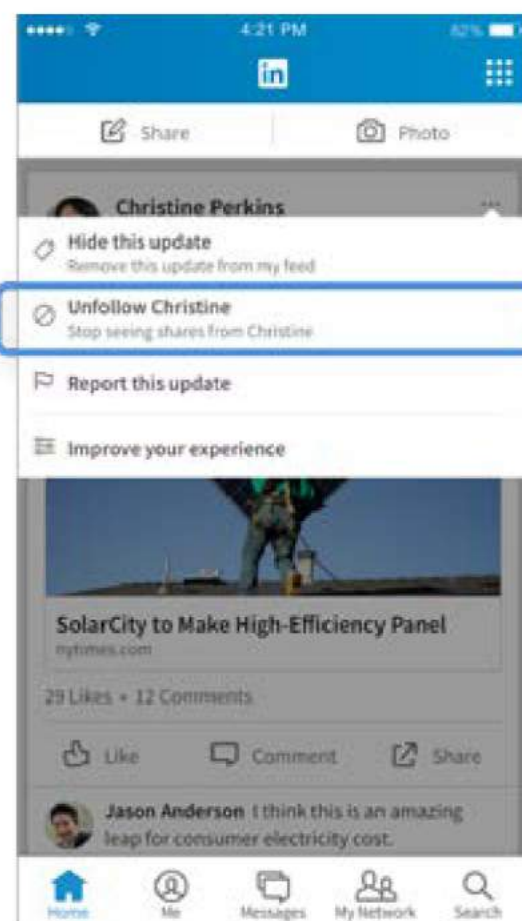
4

若看到来自一位联系人的一则动态，而不需要它出现在你的动态汇总中，只需轻按右上角的控制菜单。



5

然后选择“取消关注[联系人姓名]”。



6

(福利!)有目的地使用领英：让领英自动调整，推送与你相关的内容！领英根据一系列信号决定你的动态汇总中将出现什么内容。领英算法可以根据你采取的行动，自动调整你的动态汇总内容，使其匹配你的职业兴趣。你关注、阅读、分享的主题内容越多，档案中的职业信息填写越全面，并且在领英平台上开展有意义的互动越多，内容匹配度就会越高。

以下是根据参与度和受众覆盖面排名的 2015 年领英影响力人物前十位。

关注领英人物，感受行业脉搏，紧跟业界领袖的洞察力。也可利用领英洞察 APP。以下是根据参与度和受众覆盖面排名的 2015 年领英影响力人物前十位。

1.

**Bill Gates**

盖茨基金会联合主席；
微软联合创始人兼主席

2.

**Richard Branson**

维珍集团创始人

3.

**Mohamed El-Erian**

安联保险首席经济顾问；
总统全球发展委员会主席

4.

**James Altucher**

The Altucher Report 编辑

5.

**Bernard Marr**

Advanced Performance Suite
首席执行官

6.

**Sallie Krawcheck**

Ellevest 联合创始人兼首席执行官

7.

**Ian Bremmer**

Eurasia Group 总裁

8.

**Jill Schlesinger**

CBS News 商业分析师

9.

**Ryan Holmes**

Hootsuite 首席执行官

10.

**Sramana Mitra**

One Million by One Million
创始人

专家问答：Alex Mann

MediaCom 数字媒体规划师



MEDIACOM

对于努力想要胜人一筹的千禧一代，你最重要的建议是什么？

全球最佳品牌让我们学到了什么？真情实感，乐于助人，深入人心。做产品是这样，做人更是如此。打造职业专长是一个目标，但不是终点，因为你永远可以做到更好，学到更多。

千禧一代是具有创业精神的一代人。在你看来，千禧一代通过领英树立个人品牌的最大机会在哪里？

对于个人品牌建设，领英能帮你实现无与伦比的网络效应。以上攻略都有助于在这一平台上取得成功。真情实感、乐于助人、深入人心。你在哪方面是专家？你对自己所写的话题有何高见？能否帮到人？凭什么吸引人？

内容如果能对人有所帮助，就能传播开来。能否深入人心是关键。为特定受众量身打造文章内容，与人脉圈里的影响力大咖积极互动，表达真情实感，这就完整闭环了。

在你看来，哪家公司或品牌现在最能打动千禧一代？为什么？

Innocent Drinks。人们与 Innocent 这一品牌互动的方式，是我从未见过的。他们根据平台特点，制作了相应的出色内容。你知道有多少品牌以为可以直接把电视广告投放到脸书或 YouTube 上吗？说出来你肯定要大吃一惊！Innocent 的偏好是通过免费的社交平台赢得千禧一代的青睐，这是效果最好、最真实的互动，也是唯一一种千禧一代愿意开展的互动。

在你看来，顶级的千禧一代影响力大咖现在有哪些？

PewDiePie、Zoella 和 sbtv 都在 YouTube 上取得了巨大的成功。

Jen Selter 和健身朋友则在 Instagram 上大显身手，可谓千禧一代影响力大咖的典范。但是，我眼中的千禧一代影响力大咖或许年龄稍长，更有可能属于 X 世代：Brian Chesky、Dennis Crowley 和 Mark Suster 给我留下的印象最深，启发最多。

为了紧跟千禧一代最新趋势，你会关注哪些博客或影响力大咖？

我获得消息的来源主要是我自己精选汇总的传媒和技术博客、记者、创始人和媒体人的内容集合，现在已经有超过一个成员了，网址是：<http://nuzzel.com/manna/media-tech>。这帮助我找到在媒体、技术和商业领域最重要的新闻，其中自然也会有影响力大咖的营销内容。



4

千禧一代在行动



领英 China Young - 千禧一代职场人



黄晓靖

YANG DESIGN
合伙人及策略总监



黄俊杰

好奇心日报
联合创始人兼主编



周晨

奥美
战略总监



潘昊

Seedi Technology Inc.
创始人兼 CEO

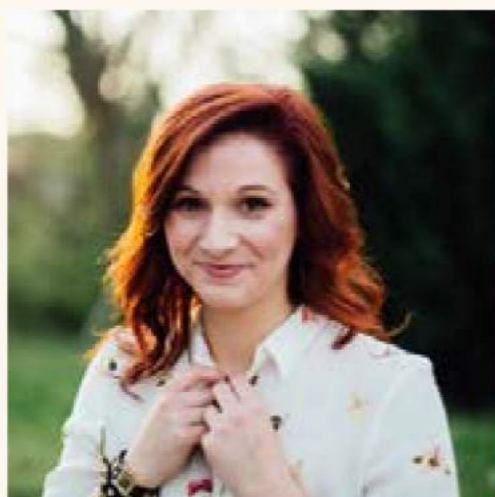


舒丽梅

微软亚太区
人才猎头



值得关注的千禧一代营销业者



Katherine Lisciani

Millenovation® Media
创始人兼全栈营销官



Page Williams

领英会员营销和沟通、社交媒体高级经理



Katie Martell

Cintell 联合创始人兼首席营销官



Shama Hyder

Marketing Zen 创始人兼营销 CEO



Jon Lombardo

领英代理商团队、创意和品牌战略负责人



值得关注的千禧一代营销业者



Everette Taylor

MilliSense 数字营销公司 CEO；
领英 GrowthHackers 营销社群联合创始人



Chelsea Marti

The Chelsea Krost Show 电视/
电台脱口秀主持人；千禧一代
代言人/品牌咨询顾问



Erica Robertson

Uberflip 入站营销经理



Richard Lorenzen

Fifth Avenue Brands 首席执行官；
Entrepreneur 和 Huffington
Post 撰稿人；Forbes 30 位 30
岁以下杰出人物

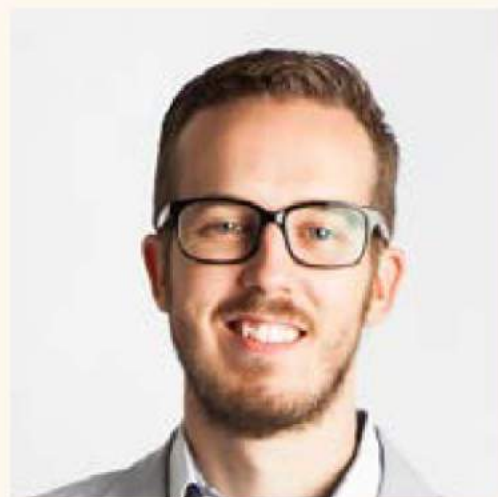


Greg Vodicka

FutureCast 千禧一代咨询顾问
兼客户服务总监



值得关注的千禧一代营销业者



Darrell Keezer

数字营销业者、主旨演讲人、
Candybox Marketing 创始人



Alex Mann

MediaCom 数字媒体规划师



Sarah Dudley

IBM Cloud 战略与沟通
负责人



Sara Davidson

Hello Fearless（女性创业者
学校）首席执行官



Joey Barker

Unfunnel 联合创始人兼董事长

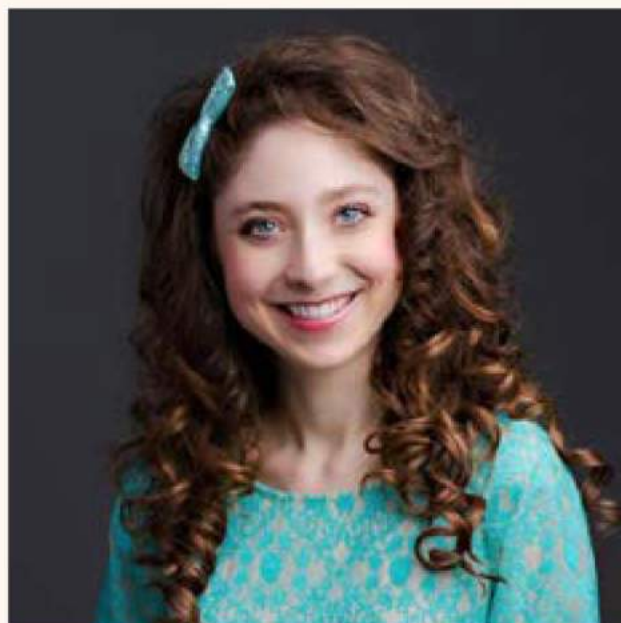


值得关注的千禧一代创业者



Ryan Paugh

Forbes Councils 联合创始人兼 COO;
CommunityCo. 联合创始人兼 COO;
YEC 联合创始人兼 COO



Kelly Lovell

青年组织家、演讲家、Lovell
Corporation 首席执行官



Kim Kaupe

ZinePak 联合创始人;
Forbes 30 位 30 岁以下杰出人物



Brittany Hodak

ZinePak 和 Per Diems Org 联合创始人;
Forbes 和 Huffington Post 撰稿人

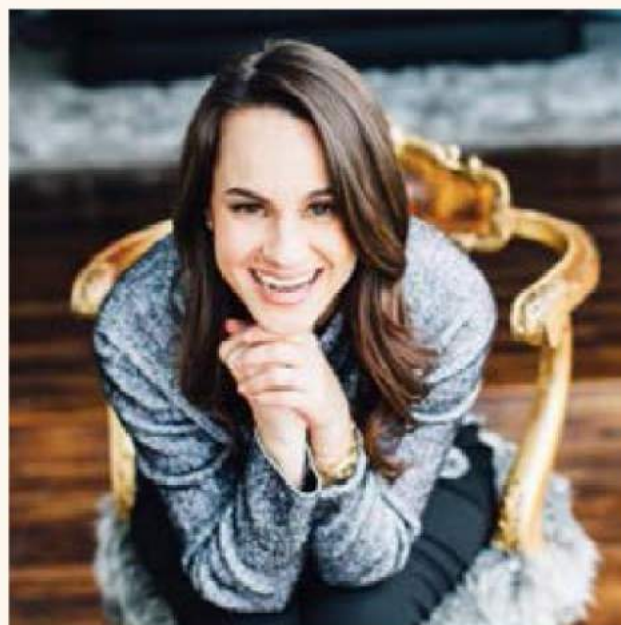


千禧一代职业生涯建议影响力大咖



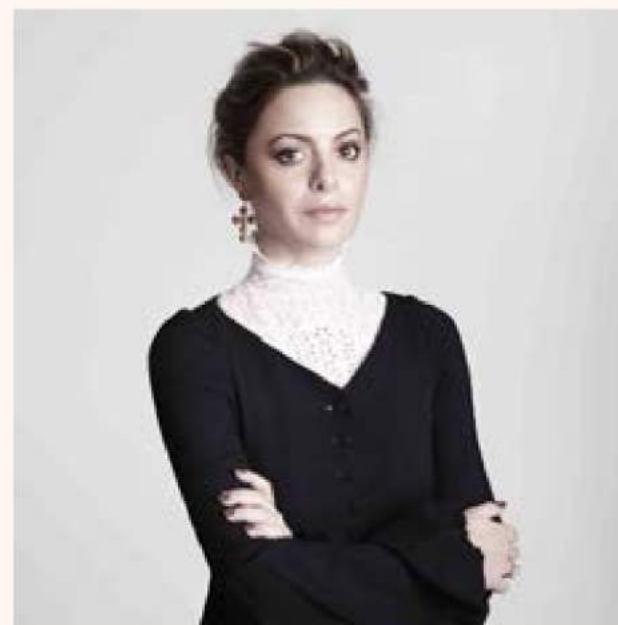
Caroline Beaton

A(d)vantage Point Consulting 千禧一代品牌顾问；Forbes、PsychToday、Huffington Post 撰稿人



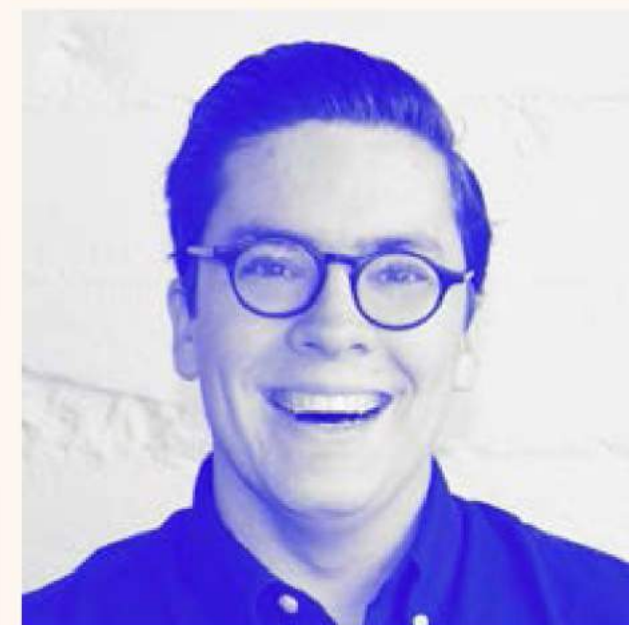
Ashley Stahl

Ashley International, Inc. 职业生涯教练；Forbes 专栏作家



Sophia Amoruso

Nasty Gal 创始人；畅销书 #GIRLBOSS 作家；Girlboss Radio 主持人



Matthew Manos

a verynice design studio 创始人兼董事总经理；艺术中心设计学院兼任教员



千禧一代技术影响力大咖



Vadim Lavrusik

Facebook Live & Facebook Mentions
产品经理



Jessica Mah

inDinero.com 联合创始人兼 CEO



Zach Sims

Codecademy 联合创始人兼 CEO



想要寻找更多值得关注的年轻职场人士？那就关注“**领英新浪潮**”榜单，其中荟萃了 35 岁及以下的职场大咖。通过领英数据，我们发掘了 150 位正在引领 15 个不同行业变革的人们，并将他们列入这张榜单。他们就像你一样有智慧、有才华、有雄心，现在就应该来认识他们。

万事俱备，只欠东风。 在实践中运用这本指南中的攻略和最佳实践，一步一步向社交网络的顶峰迈进。

是时候加入
千禧一代运动了！
你来不来？

成功社交的必备清单

☐ 优化

你的领英档案

☐ 建立

有意义的人脉

☐ 发布

在领英平台上

☐ 定制

你的动态汇总，只关注最重要的人物

☐ 创建

领英 SlideShare 帐号

☐ 主宰

社交网络大局

关于领英营销解决方案

领英在全球拥有超过五亿会员
是全球领先的有影响力、有经济实力、有良好教育的职场人士群体。

了解领英营销解决方案：

cn.marketing.linkedin.com

关注博客最新信息：

LinkedIn Marketing Solutions Blog

关注产品专页：

www.linkedin.com/showcase/13181354

关注微信公众号：

[LinkedInCMO](#)

