

LINKEDIN STARTER PACK

링크드인을 내 편으로 만드는 실전 가이드

사람을 만나고, 생각을 나누고, 다음 기회를 준비하는 방법

저자 유준영 대표 | Brian JY Yoo

LinkedIn Branding · Career Strategy · Global B2B

프로필을 꾸미는 데서 멈추지 말고, 나와 세상을 연결하는 데 활용해 보자.

이 가이드는 링크드인을 처음 시작하거나, 계정은 있지만 어떻게 써야 할지 막막한 사람을 위한 실전 가이드다. 읽는 순서보다 먼저 할 일은 목적을 정하는 것이다. 이직, 전문성 브랜딩, 고객 발굴, 글로벌 네트워킹, 새로운 분야 학습 중 지금 내게 가장 중요한 목표를 하나 고르자. 목적이 없으면 링크드인도 그저 피드를 넘기는 SNS 가 되기 쉽다. 스레드나 인스타그램의 문법을 그대로 가져오기보다, 전문적인 맥락과 신뢰, 배움, 관계 형성에 맞는 방식으로 활용하자. 모든 내용을 한 번에 실행할 필요는 없다. 목표에 맞는 한 가지 행동을 정하고 일주일씩 반복하면서 이 가이드를 워크북처럼 사용하면 된다.

01-A. 익숙한 사용법을 바꾸려면 의도된 개입이 필요하다

사람은 대체로 익숙한 방식으로 살아간다. 늘 보던 콘텐츠를 보고, 편한 사람들과 이야기하고, 시간이 날 때만 새로운 시도를 한다. 이런 방식이 잘못됐다는 뜻은 아니다. 다만 지금의 방식으로 원하는 변화가 일어나지 않았다면, 같은 행동을 반복하면서 결과만 달라지기를 기대하기는 어렵다. 변화가 필요할 때는 일상에 작은 '개입(intervention)'을 설계해야 한다. 여기서 개입은 거창한 결심이나 의지력 테스트가 아니다. 평소와 다른 행동을 하도록 환경과 규칙을 바꾸는 일이다. 운동을 시작하려고 운동복을 미리 꺼내 두거나, 책을 읽기 위해 휴대전화 알람을 끄는 것처럼 말이다. 링크드인도 마찬가지다. 계정은 있지만 눈에 띄는 변화가 없었다면, 링크드인을 더 오래 보는 것만으로는 충분하지 않을 수 있다. 다른 사람의 게시물을 읽고 지나가는 습관에서 벗어나, 내가 배우고 싶은 사람을 찾고, 내 생각을 한 문단으로 정리하고, 작은 결과물을 공개하고, 대화를 이어가는 행동을 의도적으로 넣어야 한다.

이 가이드는 링크드인을 완전히 새롭게 시작하라고 말하려는 것이 아니다. 이미 사용하고 있는 방식을 점검하고, 원하는 방향에 맞게 조금씩 바꾸자는 제안이다. 평소 링크드인을 채용 공고를 확인하거나 다른 사람의 성과를 구경하는 데 주로 썼다면, 이제는 학습과 관계 형성, 전문성의 기록을 위한 공간으로도 활용해 보자.

작은 개입의 예시

- 월요일 아침 15 분 동안 목표 분야의 실무자 5 명을 찾아 최근 게시물을 읽는다.
- 매주 한 번, 업무나 학습에서 얻은 인사이트를 5~8 문장으로 정리해 게시한다.
- 누군가의 글에 '좋아요'만 누르는 대신, 실제로 도움이 된 지점을 짚어 댓글을 남긴다.
- 매주 3 명에게 개인화된 연결 요청을 보내고, 상대의 글이나 프로젝트 중 관심을 가진 이유를 구체적으로 적는다.
- 한 달에 한 번 프로필과 콘텐츠를 돌아보며 어떤 대화와 배움이 생겼는지 기록한다.

중요한 것은 모든 행동을 한꺼번에 하려는 것이 아니다. 한 가지 행동을 정해 반복하고, 익숙해지면 다음 행동을 더하면 된다. 처음부터 좋은 글을 쓰거나 많은 사람과 연결될 필요는 없다. 변화는 대개 작지만 반복 가능한 행동에서 시작된다.

이번 주에 바꿀 행동을 하나만 정해 보자. '링크드인을 열심히 해야겠다'보다 '금요일까지 관심 분야의 글 하나를 읽고, 배운 점을 내 말로 정리해 게시하겠다'가 훨씬 실행하기 쉽다. 의도된 개입은 막연한 바람을 구체적인 행동으로 바꾸는 장치다.

01-B. 링크드인은 비즈니스 에티켓과 어큐먼을 키우는 플레이그라운드

링크드인은 이미 전문가인 사람들만 사용하는 무대가 아니다. 오히려 전문가가 되어가는 사람들이 업계의 언어와 관행을 배우고, 생각을 나누고, 관계를 연습하는 플레이그라운드에 가깝다. 여기서 말하는 비즈니스 어큐먼(business acumen)은 단순히 사업 지식을 많이 아는 것이 아니라, 고객과 시장, 조직과 이해관계자의 관점을 이해하고 상황에 맞는 판단을 내리는 감각이다.

비즈니스 에티켓도 책으로만 익히기 어렵다. 상대에게 처음 연락할 때 어떤 맥락을 설명해야 하는지, 질문을 얼마나 구체적으로 해야 하는지, 도움을 받았을 때 어떻게 후속 소식을 전하는지, 공개적인 댓글에서 어떻게 의견을 달리할 수 있는지 등을 실제로 보고 연습해야 한다. 링크드인은 이런 행동을 비교적 낮은 부담으로 연습할 수 있는 공간이다.

예를 들어 업계 전문가가 시장 변화에 관한 글을 올렸다면, 단순히 '좋은 글 감사합니다'라고 쓰는 데서 한 걸음 더 나아가 보자. '유통 채널보다 현지 파트너의 실행 역량이 중요하다는 관점이 인상적이었습니다. 최근 관련 프로젝트를 살펴보면 저도 같은 질문을 갖게 됐습니다'처럼 무엇을 이해했고 왜 의미가 있었는지 설명하면 대화의 질이 달라진다.

반대로 링크드인을 개인 일상을 공유하는 공간으로만 사용하면 전문성을 보여줄 기회를 놓칠 수 있다. 음식 사진, 여행, 운동, 모임 사진 자체가 문제라는 뜻은 아니다. 중요한 것은 게시물의 목적과 맥락이다. 그 경험에서 무엇을 관찰했고, 어떤 배움을 얻었으며, 독자가 왜 관심을 가져야 하는지를 연결할 수 있다면 일상도 충분히 좋은 콘텐츠가 된다.

목적과 의도가 약한 사용 예시 20 가지

1. 먹은 음식 사진만 올리고, 누구와 왜 만났는지 또는 어떤 인사이트를 얻었는지 설명하지 않는다.
2. 커피숍에서 찍은 사진만 올리고, 대화에서 배운 점이나 업무와의 연결점을 남기지 않는다.
3. 만난 사람들과 단체 사진을 올리지만, 만남의 맥락과 논의한 주제가 없다.
4. 등산 사진을 올리면서 링크드인에서 어떤 이야기를 나누고 싶는지 전혀 드러내지 않는다.
5. 여행 사진을 여러 장 올리지만, 현지 시장·문화·고객에 대한 관찰은 없다.
6. 행사장 배너 앞에서 찍은 사진만 올리고, 세션이나 업계에서 발견한 변화는 공유하지 않는다.
7. 명함을 많이 받았다는 사실만 강조하고, 이후 어떤 관계를 이어갈지 기록하지 않는다.
8. 누군가와 만났다고 알리면서 상대의 이름과 직함만 나열하고 실질적인 대화 내용은 없다.
9. '좋은 시간이었습니다', '뜻깊은 만남이었습니다' 같은 표현만 반복한다.
10. 매번 동기부여 문구나 유명인의 명언을 공유하지만 자신의 관점이나 적용 사례는 없다.
11. 종ായ오와 팔로워 수를 자랑하지만 어떤 전문 분야의 대화를 만들고 싶은지는 분명하지 않다.
12. 업계와 관계없는 유행성 밈을 반복해서 올리면서 프로필의 전문 분야와 연결하지 않는다.
13. 제품이나 서비스를 홍보하면서 고객이 겪는 문제와 해결 방식은 설명하지 않는다.
14. 회사 소식을 그대로 복사해 올리고, 자신의 역할이나 배운 점을 덧붙이지 않는다.
15. 채용 공고를 공유하지만 어떤 후보자에게 적합한지, 어떤 역량이 중요한지 설명하지 않는다.
16. 다른 사람의 글을 공유하면서 출처나 자신의 해석 없이 '공감합니다'만 남긴다.
17. 댓글에 '축하합니다', '멋집니다'만 반복하고 상대의 구체적인 성과를 언급하지 않는다.
18. 처음 연결한 사람에게 바로 제품 구매, 채용 추천, 무료 자문을 요청한다.
19. 도움을 요청한 뒤 답변을 받았는데도 감사 인사나 실행 결과를 전하지 않는다.
20. 게시물을 올린 뒤 반응이 적다고 삭제하거나 중단하고, 독자와 목적을 점검하지 않는다.

일상을 올리지 말라는 뜻이 아니다. 음식 사진도 '고객 미팅에서 제품보다 먼저 확인해야 할 것은 고객의 구매 과정이라는 점을 배웠다'는 이야기로 이어질 수 있다. 등산도 '장기 프로젝트에서는 속도보다 페이스 조절이 중요하다는 걸 다시 느꼈다'처럼 일과 연결할 수 있다. 단, 억지로 모든 경험을 교훈으로 포장할 필요는 없다. 링크드인에서 전문적인 이미지를 만들고 싶다면, 게시하기 전에 '이 글을 본 사람이 나를 어떤 사람으로 기억하면 좋을까?'를 한 번만 물어보자.

게시 전 3 초 점검: 목적이 있는가? 맥락이 전달되는가? 독자에게 남는 관찰이나 정보가 있는가? 세 가지 모두가 완벽할 필요는 없지만, 적어도 하나는 분명하게 담아 보자.

01. 내가 링크드인을 가치 있게 생각하는 이유

나는 링크드인을 이력서 올리는 사이트보다 훨씬 큰 가능성을 가진 공간이라고 생각한다. 이곳에서는 내가 이미 아는 사람뿐 아니라, 아직 만나지 못한 업계 전문가와 창업자, 채용 담당자, 해외 파트너, 교육자와 연결될 수 있다. 예전에는 새로운 분야로 이동하려면 주변 인맥이나 우연한 소개에 의존하는 경우가 많았다. 지금은 내가 관심 있는 분야를 공부하고, 그 과정에서 얻은 생각을 공유하고, 관련된 사람들과 꾸준히 연결되면서 새로운 길을 만들어 갈 수 있다.

링크드인의 매력은 기회가 반드시 내가 예상한 모습으로 오지 않는다는 데 있다. 당장 이직을 목표로 시작했더라도 업계 전문가와의 대화가 프로젝트로 이어질 수 있고, 콘텐츠를 꾸준히 올리다 보면 강연이나 자문, 해외 협업 제안이 올 수도 있다. 내가 어떤 사람인지 온라인에 차곡차곡 남겨 두면 누군가 나를 발견했을 때 확인할 수 있는 기록이 생긴다.

나 역시 링크드인을 통해 다양한 제안을 받았다. 유타대학교 송도캠퍼스 커리어센터 디렉터, 미네르바대학교 서울캠퍼스 커리어코치 리드, 뉴질랜드 크림슨아카데미 한국 총괄, 스위스 나스닥 상장기업의 한국 총괄, 스웨덴 국제기구 취업 플랫폼의 한국 앰버서더, 제네바 국제기구 관련 아프리카 창업자 코칭, 미국 커리어코칭 기업, 최근에는 틱톡코리아 Head of Partnerships 제안까지 있었다. 일부는 거절했고, 일부는 최종 합격했다.

이 기회들이 모두 링크드인 하나 때문에 생겼다고 말하고 싶지는 않다. 다만 링크드인에서 내가 어떤 일을 고민하고, 어떤 분야를 알고, 어떤 가치를 나눌 수 있는지 꾸준히 보여주지 않았다면 이런 제안 중 상당수는 내게 도착하지 않았을 것이다. 나에게 링크드인은 구직 사이트가 아니라 내가 해 온 일과 앞으로 하고 싶은 일을 세상에 연결하는 창구다.

이 가이드에서 권하고 싶은 것

링크드인을 잘 쓰는 사람은 반드시 말을 잘하거나 외향적인 사람이 아니다. 자신이 가고 싶은 방향을 조금씩 드러내고, 다른 사람의 이야기를 읽고, 배운 것을 적용하고, 관계를 이어가는 사람이다. 지금 역량이 부족해도 괜찮다. 시작할 때부터 모든 답을 알고 있을 필요도 없다. 지금 배우는 과정부터 기록해 보자.

02. 한국에서는 왜 링크드인을 잘 활용하지 못할까?

한국에서 링크드인이 익숙하지 않은 이유를 개인의 능력 탓으로만 돌리고 싶지는 않다. 우리는 오랫동안 정해진 이력서 양식과 공개 채용, 학교나 회사 안에서 만들어지는 인맥에 익숙했다. 자기 생각을 공개적으로 말하기보다 겸손하게 기다리는 편이 안전하다고 배운 사람도 많다. 그래서 온라인에서 자신의 전문성을 설명하거나 모르는 사람에게 먼저 연결을 요청하는 일이 어색하게 느껴질 수 있다.

또 다른 이유는 링크드인을 인스타그램이나 페이스북처럼 사용하는 경우가 있다는 점이다. 일상과 취미를 나누는 것 자체가 잘못된 아니다. 다만 링크드인을 통해 전문성을 알리고 싶다면 게시물마다 독자가 나를 어떤 사람으로 기억할지 생각해 볼 필요가 있다. 떡볶이 사진이나 등산 사진도 업무와 연결되는 이야기가 있다면 콘텐츠가 될 수 있다. 예를 들어 등산 사진만 올리는 대신 팀원들과 목표를 맞추는 과정에서 배운 점을 적으면 업무와 연결되는 이야기가 된다.

세 번째는 반응이 적을 때 느끼는 민망함이다. 처음 글을 올리면 좋아요가 거의 없을 수 있다. 아는 사람이 많지 않고, 내 글을 기다리는 독자도 아직 없기 때문이다. 그때 '역시 나는 안 되나 보다'라고 결론 내리면 시작한 지 얼마 되지 않아 멈추게 된다. 하지만 관계와 콘텐츠는 서로 영향을 준다. 내가 다른 사람의 좋은 글을 읽고 진심 어린 댓글을 남기며 관계를 만들어 갈수록, 내 글을 읽어 줄 사람도 조금씩 늘어난다.

마지막으로 목적 없이 계정만 만들어 두는 경우가 많다. 이직하고 싶은지, 새로운 산업을 배우고 싶은지, 고객을 만나고 싶은지 정하지 않으면 누구와 연결해야 할지, 무슨 글을 써야 할지 결정하기 어렵다. 링크드인이 어렵게 느껴진다면 기능부터 외우기보다 먼저 '이곳에서 어떤 변화를 만들고 싶은가?'를 정해 보자.

이렇게 바꿔 보자

- '인맥을 늘려야지' 대신 '관심 산업의 실무자 20 명을 찾아 글을 읽어 보자.'
- '전문가처럼 써야지' 대신 '이번 주에 배운 것 하나를 내 말로 설명해 보자.'
- '좋아요가 없네' 대신 '이 글이 누구에게 도움이 될 수 있을까?'를 점검하자.
- '낯선 사람에게 연락하기 어렵다' 대신 상대의 글을 먼저 읽고 구체적인 이유를 적어 보자.

03. 목표와 생태계를 먼저 정하자

링크드인을 시작할 때 가장 먼저 할 일은 프로필을 예쁘게 꾸미는 것이 아니다. 내가 들어가고 싶은 생태계를 이해하는 것이다. 예를 들어 웹 3 분야로 이동하고 싶다면 웹 3 기업만 검색하지 말고 창업자, 개발자, 투자자, 제품 담당자, 커뮤니티 운영자, 전문 미디어, 채용 담당자와 행사 주최자까지 살펴보자. 산업은 기업 목록만으로 이루어져 있지 않다. 사람과 콘텐츠, 행사와 커뮤니티가 함께 생태계를 만든다.

새로운 분야로 이동하려는 사람에게 링크드인은 특히 유용하다. 내부자가 자연스럽게 알고 있는 용어, 주요 기업, 업계에서 중요하게 여기는 경험을 외부자는 모를 수 있다. 실무자의 글을 꾸준히 읽고, 관련 행사를 찾아보고, 질문을 정리하면 그 분야를 이해하는 속도가 빨라진다. 연결 요청은 그 다음이다. 상대가 어떤 일을 하는지 알고, 왜 그 사람의 관점이 필요한지 설명할 수 있을 때 대화의 출발점이 좋아진다.

나만의 생태계 지도

- 목표: 6~12 개월 안에 얻고 싶은 결과를 한 문장으로 쓴다.
- 기업과 기관: 가고 싶은 곳, 협업하고 싶은 곳, 관심 있는 고객사를 20 곳 적는다.
- 사람: 실무자, 팀 리더, 채용 담당자, 업계 전문가 등 30 명을 찾는다.
- 정보: 뉴스레터, 전문 매체, 팟캐스트, 협회, 커뮤니티를 10 개 적는다.
- 용어: 채용 공고와 업계 콘텐츠에서 반복되는 키워드를 10 개 뽑는다.

목표 문장 예시

- 취업: '6 개월 안에 SaaS 세일즈 직무로 이동하기 위해 관련 기업과 실무자를 이해하고 프로젝트 결과물을 만들겠다.'
- 사업: '동남아 유통 파트너를 찾기 위해 타깃 국가의 유통사와 업계 전문가를 연결하겠다.'
- 전문가 브랜딩: '성인 학습과 커리어 전환에 관한 실무 사례를 매주 공유해 관련 분야의 대화를 만들겠다.'

인맥 숫자를 늘리는 것 자체가 목표가 되어서는 안 된다. 1 초이 100 명 이하라면 업계 대화와 콘텐츠 반응을 경험할 기회가 제한될 수 있지만, 숫자만 많고 관련성이 없다면 기대한 결과를 얻기 어렵다. 목표와 관련된 사람을 조금씩 늘리고, 그들의 활동에 관심을 보이는 편이 더 도움이 된다.

04. 프로필은 나를 소개하는 랜딩페이지

프로필은 채용 담당자나 잠재 고객이 나를 처음 확인하는 페이지다. 방문자가 짧은 시간 안에 네 가지를 이해할 수 있어야 한다. 나는 누구인지, 어떤 문제를 해결하는지, 누구와 일하고 싶은지, 그걸 보여줄 만한 경험이나 결과물이 있는지도.

먼저 확인할 항목

- 프로필 사진: 실제 얼굴이 선명하게 보이고 업무 관계를 시작하기에 자연스러운 사진을 사용한다.
- 배경 이미지: 전문 분야나 제공할 가치를 한눈에 이해할 수 있게 한다.
- 헤드라인: 현재 직함만 나열하지 말고 직무, 전문성, 산업, 대상 고객을 조합한다.
- 소개글: 경력을 길게 나열하기보다 해결하는 문제와 경험을 먼저 설명한다.
- 경력: 맡은 업무와 함께 결과, 도구, 협업 대상, 배운 점을 적는다.
- 추천 영역: 포트폴리오, 발표자료, 프로젝트, 기사, 콘텐츠를 배치한다.
- 연락 경로: 협업이나 채용, 강연 문의를 어떻게 받을지 안내한다.

헤드라인 예시

- 대학생: Business Student | Exploring Digital Marketing and Consumer Insights | Building Practical Projects
- 주니어 데이터 분석가: Junior Data Analyst | SQL, Excel, Power BI | Turning Business Questions into Insights
- 해외영업: Global Business Development | B2B Sales | Distributor Partnerships | Southeast Asia
- 경력 전환자: Operations Professional Transitioning into SaaS Sales | Customer Success | Business Analysis
- 마케터: B2B Content Marketing | LinkedIn Strategy | Demand Generation | Marketing Analytics
- 커리어코치: Career Coach | LinkedIn Personal Branding | Global Career Strategy | Career Transition

헤드라인에는 앞으로 가고 싶은 방향을 담아도 된다. 다만 이미 갖고 있지 않은 경력이나 자격을 보유한 것처럼 표현하지는 말자. 목표 직무의 언어를 익히고, 관련 프로젝트와 학습으로 그 방향을 증명하면 된다.

소개글 첫 문장 예시

"I help B2B teams turn complex products into clear messages that customers can understand."

"I am building my career in data analytics by combining business experience with practical projects in SQL and Power BI."

"I work with people navigating career transitions, helping them turn their experience into a clear and credible professional story."

05. 경력과 소개글을 실제 경험으로 채우기

소개글은 자기소개서처럼 모든 경력을 빠짐없이 담는 곳이 아니다. 상대가 나를 이해하고 다음 대화를 시작할 수 있도록 돕는 공간이다. 어떤 문제에 관심이 있는지, 어떤 경험을 바탕으로 일하는지, 앞으로 누구와 연결되고 싶은지를 자연스럽게 적으면 된다.

소개글 예시: 직무 전환을 준비하는 사람

"I have experience in operations, customer communication, and cross-functional coordination. I am now expanding my skills in SaaS sales and customer success, with a focus on understanding customer needs and translating them into practical solutions. I am building this transition through hands-on projects, industry research, and conversations with practitioners. I welcome connections with people working in SaaS, B2B sales, and customer success."

소개글 예시: B2B 전문가

"I help B2B companies make their expertise easier to discover and their global growth efforts more systematic. My work focuses on LinkedIn positioning, industry-specific content, partner discovery, and personalized outreach. I am interested in connecting with teams exploring new markets, distribution partnerships, and global B2B growth."

경력란을 쓰는 방법

"마케팅 업무 담당"이라고만 쓰면 어떤 일을 했는지 알기 어렵다. 대신 "월간 캠페인 성과를 분석하고 고객 반응에 따라 메시지를 조정했다"처럼 실제 행동을 보여주자. 수치가 있다면 기간과 기준을 함께 적는다. 공개할 수 없는 고객 정보는 비식별화하고, 성과를 과장하지 않는다.

경력 공백이 있다면

경력 공백을 숨기려고 애쓰기보다 그 기간에 실제로 한 일을 정리해 보자. 자격 과정, 개인 프로젝트, 봉사, 프리랜서 업무, 돌봄과 병행한 학습 등 사실에 맞는 활동을 적고 다음 역할과 어떻게 연결되는지 설명한다.

예시: "After a career break, I have been refreshing my skills in digital marketing and analytics. I recently completed a small project analyzing customer reviews and turning the findings into content recommendations. I am now looking for opportunities to apply this learning in a collaborative team."

프로필의 목적은 완벽해 보이는 것이 아니라 대화의 문을 여는 것이다. 모든 문장을 멋지게 쓰기보다 실제 경험을 구체적으로 적는 데 집중하자.

06. 직무별·직급별 콘텐츠 아이디어

어떤 콘텐츠를 써야 할지 모르겠다면 직급과 직무에 따라 독자가 궁금해할 내용을 생각해 보자. 신입은 학습과 실행력을 보여주고, 경력자는 문제 해결 과정을 보여주며, 리더는 판단 기준과 팀이 배운 점을 공유할 수 있다. 누구나 자신의 경험에서 시작할 수 있다.

직급별 예시

- 대학생·신입: “이번 프로젝트에서 처음으로 고객 인터뷰를 해 봤습니다. 제가 예상한 문제와 실제 고객이 말한 문제가 달랐습니다. 다음에는 질문 순서를 바꿔 보려고 합니다.”
- 주니어: “이번 주에는 반복 업무를 줄이기 위해 Excel 템플릿을 수정했습니다. 시간이 얼마나 줄었는지 다음 주까지 확인해 보겠습니다.”
- 중간 경력자: “프로젝트 일정이 늦어진 원인은 담당자의 속도보다 초기 합의가 부족했던 데 있었습니다. 이후에는 시작 단계에서 결정권자와 완료 기준을 먼저 확인하고 있습니다.”
- 팀장·임원: “팀의 성과를 높이기 위해 회의 수를 줄이는 것보다 회의마다 결정할 내용을 명확히 하는 데 집중했습니다. 한 달 뒤 어떤 변화가 있었는지 공유하겠습니다.”
- 창업자: “고객이 제품을 쓰지 않는 이유를 기능 부족으로 생각했는데, 실제 인터뷰에서는 도입 과정이 복잡하다는 의견이 많았습니다. 이번 달에는 온보딩을 먼저 개선하려 합니다.”

직무별 주제

- 영업: 고객의 반대 의견, 첫 미팅 준비, 파이프라인 관리, 전시회 후속 연락
- 마케팅: 타겟 세분화, 캠페인 가설, 메시지 실험, 콘텐츠 성과 해석
- 인사·채용: 후보자 경험, 온보딩, 역량 기반 면접, 인재 유지
- 데이터: 지표 정의, 대시보드 개선, 데이터 오류, 분석 결과를 의사결정으로 연결한 사례
- 개발·제품: 사용자 문제, 기술적 선택, 제품 개선, 배포 후 관찰
- 교육·코칭: 학습자가 막히는 지점, 수업 설계, 피드백 반영, 성인학습 사례

전문가처럼 보이려고 어려운 말을 쓸 필요는 없다. 실제로 겪은 문제와 내가 내린 판단을 이해하기 쉽게 설명하는 편이 더 오래 기억된다.

07. 경력단절과 직무전환도 콘텐츠가 된다

경력단절이나 직무전환을 준비하는 사람은 자신이 부족한 부분부터 떠올리기 쉽다. 하지만 프로필과 콘텐츠에는 부족한 점만 적을 필요가 없다. 과거에 쌓은 경험, 최근의 학습, 지금 진행 중인 프로젝트, 앞으로 해결하고 싶은 문제를 함께 보여주면 된다.

경력단절 콘텐츠 예시

- “복귀를 준비하며 최근 3 개월 동안 다시 익힌 업무 도구와 실제로 적용한 사례를 정리했습니다.”
- “이전 직무에서 배운 일정 관리와 이해관계자 조율이 프로젝트 운영에서도 어떻게 쓰일 수 있는지 작은 사례로 정리해 봤습니다.”
- “돌봄과 학습을 병행하면서 매주 2 시간씩 포트폴리오를 만들고 있습니다. 이번 주에는 고객 리뷰를 분류해 인사이트를 도출했습니다.”

직무전환 콘텐츠 예시

“유통 영업관리에서 SaaS 세일즈로 이동하기 위해 고객 대응, 매출 분석, 이해관계자 조율 경험을 다시 정리했습니다. 부족한 부분은 CRM 실습과 제품 데모 프로젝트로 보완하고 있습니다. 이번 달에는 실제 SaaS 기업의 고객 여정을 분석해 개선안을 작성했습니다.”

중장년 경력전환 콘텐츠 예시

“오랫동안 쌓은 고객 관리와 팀 운영 경험을 새로운 산업에서도 활용할 수 있을지 고민하고 있습니다. 현재는 목표 직무의 채용 공고를 분석하고, 필요한 도구를 익히며, 기존 경험을 새로운 산업의 언어로 정리하고 있습니다. 경력 전환을 준비하는 분들과 서로 배운 점을 나누고 싶습니다.”

30 일 실험

- 1 주 차: 목표 직무 공고 15 개를 읽고 반복 키워드 10 개를 정리한다.
- 2 주 차: 관련 실무자 10 명을 찾아 콘텐츠를 읽고 질문을 기록한다.
- 3 주 차: 목표 직무와 연결되는 미니 프로젝트를 시작한다.
- 4 주 차: 결과물과 배운 점을 포스팅하고 피드백을 요청한다.

링크드인은 경력 전환을 보장하지는 않는다. 하지만 무엇을 준비하고 있는지 보여주고, 업계 사람들에게 질문하고, 실제 결과물을 공유할 기회를 제공한다. 이 과정을 반복하면 막연한 희망을 구체적인 행동으로 바꾸는 데 도움이 된다.

08. 콘텐츠 주제 100 가지 (1~50)

1. 내 직무에서 매주 반복되는 문제와 해결법
2. 최근 업무에서 바꾼 작은 프로세스
3. 실패한 실험과 수정한 점
4. 고객이 자주 오해하는 개념
5. 초보자가 처음에 알았으면 좋았을 것
6. 업계에서 자주 쓰는 용어 설명
7. 업무에 사용하는 도구와 이유
8. 업무 체크리스트 공개
9. 좋은 결과를 만든 질문 하나
10. 프로젝트 시작 전 세운 가설
11. 가설과 실제 결과의 차이
12. 성과를 판단하는 지표와 한계
13. 업무 자동화 전후 비교
14. 팀 협업에서 배운 점
15. 동료에게 배운 실무 팁
16. 좋은 회의와 나쁜 회의의 차이
17. 보고서 작성 과정
18. 데이터를 잘못 해석할 뻔한 순간
19. 업무 우선순위를 정하는 기준
20. 새로 배운 기술을 적용한 사례
21. 최근 읽은 업계 보고서의 핵심
22. 뉴스 한 건을 실무 관점에서 해석
23. 경쟁사 사례에서 배운 점
24. 우리 산업의 혼란 오해
25. 앞으로 바뀔 것 같은 업무 방식
26. 직무를 선택하게 된 계기
27. 첫 직장에서 배운 교훈
28. 커리어에서 방향을 바꾼 순간
29. 이전 직무 경험을 새 직무에 적용하는 법
30. 아직 준비 중 발견한 역량 격차
31. 면접 질문을 실무 관점에서 해석
32. 이력서에 쓰기 어려웠던 성과를 정리한 방법
33. 경력 공백을 설명하는 나만의 방식
34. 나의 업무 원칙 세 가지
35. 후배에게 알려주고 싶은 기본기
36. 리더에게 기대하는 지원
37. 좋은 피드백을 주고받는 방법
38. 팀 갈등을 해결한 경험
39. 프로젝트에서 맡은 역할과 결과
40. 내가 바꾼 의사결정 기준
41. 업무 실수를 줄이는 방법
42. 고객 불만에서 배운 점
43. 전문가에게 질문할 때 준비하는 것
44. 커피챗 전후에 하는 일
45. 행사에서 만난 사람과 관계를 이어가는 법
46. 컨퍼런스에서 얻은 핵심 인사이트
47. 전시회에서 발견한 시장 변화
48. 세션 내용을 실제 업무에 적용한 결과
49. 업계 전문가의 주장에 동의하거나 반대하는 이유
50. 좋은 발표자료의 공통점

09. 콘텐츠 주제 100 가지 (51~100)

51. 우리 고객의 구매 결정 과정
 52. 고객이 제품을 선택하지 않는 이유
 53. B2B 구매자와 대화하며 알게 된 점
 54. 해외 시장 조사에서 확인한 가설
 55. 국가별 비즈니스 관행 차이
 56. 해외 파트너를 평가하는 기준
 57. 유통사와 협업할 때 확인할 항목
 58. 전시회 리드 후속 연락 사례
 59. 영업 미팅 준비 체크리스트
 60. 제안서에서 자주 빠지는 요소
 61. 시장 진입 실패 사례에서 얻은 교훈
 62. 제품 메시지를 바꾼 이유
 63. 고객 세그먼트별로 달라지는 콘텐츠
 64. 리드 발굴에 활용한 검색 방법
 65. 파트너십 제안서 구성
 66. 회사 페이지를 운영하며 바꾼 점
 67. 기업 콘텐츠와 개인 콘텐츠의 역할 차이
 68. 고객 사례를 콘텐츠로 바꾸는 방법
 69. 브랜드 신뢰를 만드는 증거
 70. 산업별 구매자가 궁금해하는 질문
 71. AI로 업무 초안을 만들고 검증한 과정
 72. AI가 만든 결과에서 수정한 부분
 73. AI 활용 시 지켜야 할 검증 원칙
 74. 바이브 코딩으로 만든 작은 도구
 75. 자동화로 절약한 시간과 한계
 76. 자주 쓰는 프롬프트와 개선 과정
 77. 나의 산업 생태계 지도
 78. 팔로우하는 전문가와 그 이유
 79. 업계에서 충분히 다뤄지지 않는 주제
 80. 새로운 분야를 공부하는 방법
 81. 커뮤니티에서 얻은 인사이트
 82. 멘토에게 받은 조언과 적용 결과
 83. 다른 사람의 성장을 도운 경험
 84. 기버가 되되 경계를 지키는 방법
 85. 내가 먼저 제공할 수 있는 도움
 86. 감사 인사를 전하고 싶은 사람
 87. 개인 프로젝트 진행 기록
 88. 포트폴리오 제작 과정
 89. 프로젝트 결과물을 개선한 전후
 90. 작은 실험의 비용과 결과
 91. 내가 만든 템플릿이나 체크리스트
 92. 독자가 따라 할 수 있는 3 단계 방법
 93. 흔한 조언에 대한 나의 다른 생각
 94. 내가 틀렸다고 인정한 생각
 95. 업계의 미래를 보는 관점
 96. 앞으로 90일 동안 학습할 주제
 97. 월간 회고: 시도한 것과 배운 점
 98. 목표를 달성하지 못한 이유와 다음 실험
 99. 독자에게 묻고 싶은 구체적인 질문
 100. 협업 파트너를 찾는 프로젝트 소개
- 100 개를 전부 한 번씩 쓸 필요는 없다. 관심 분야에 맞는 주제 3 개를 고르고, 경험과 사례를 바꿔 가며 꾸준히 다뤄 보자.

10. 바로 활용할 수 있는 포스팅 예시

포스팅을 쓸 때는 상황, 내가 한 판단, 실행, 결과, 배운 점을 차례로 정리하면 된다. 처음부터 멋진 글을 쓰려고 하기보다 다른 사람이 이해할 수 있을 정도로 구체적으로 적어 보자.

전시회 후기

“이번 [전시회명]에서 가장 인상적이었던 것은 제품보다 구매자의 질문이었습니다. 여러 바이어가 반복해서 확인한 항목은 [인증], [납기], [현지 유통 방식]이었습니다. 이를 보며 해외 시장 진출은 제품 소개자료를 잘 만드는 것만으로 충분하지 않다는 점을 다시 확인했습니다. 다음 전시회에서는 미팅 전 바이어별 유통 채널과 취급 브랜드를 조사하고, 질문에 맞춰 자료를 다르게 준비할 계획입니다. 전시회에 참가하는 팀이라면 부스 운영만큼 사전 조사와 후속 연락에도 시간을 배분해 보시길 권합니다.”

커피챗 후기

“오늘 [분야]에서 일하는 [직무]와 대화를 나눴습니다. 가장 기억에 남은 조언은 [구체적인 조언]이었습니다. 특히 제가 당연하게 생각했던 [가정]을 다시 확인하게 됐습니다. 대화 후에는 조언을 행동으로 옮기기 위해 [실행 항목]을 정했습니다. 시간을 내어 경험을 나눠 주신 [이름]님께 감사드립니다. 오늘 들은 내용을 실제로 적용해 보고 배운 점도 나중에 공유하겠습니다.”

프로젝트 회고

“처음에는 [문제]를 해결하기 위해 [가설]을 세웠습니다. 실행 결과 [관찰된 결과]가 나왔고, 예상과 달랐던 부분은 [차이]였습니다. 이번 실험에서 배운 점은 [인사이트]입니다. 다음에는 [수정할 행동]을 검증하려고 합니다. 완성된 성공 사례만 공유할 필요는 없습니다. 시행착오를 기록하는 과정도 누군가에게는 도움이 될 수 있습니다.”

배운 내용을 공유하는 글

“최근 [주제]를 공부하면서 가장 먼저 바꾼 것은 [행동]입니다. 처음에는 [기존 생각]이라고 생각했지만, [사례나 자료]를 살펴보면 [새롭게 알게 된 점]을 확인했습니다. 아직 배우는 중이지만 이번 주에는 [작은 실행]을 해 보려고 합니다. 같은 주제를 공부하고 계신 분들의 경험도 듣고 싶습니다.”

좋은 포스팅의 기본 흐름

독자가 공감할 질문 → 내가 실제로 겪은 상황 → 선택한 행동과 이유 → 결과 또는 배운 점 → 독자가 적용할 수 있는 제안. 마지막에 무조건 질문을 넣을 필요는 없다. 자연스럽게 대화를 이어갈 수 있을 때만 구체적인 질문을 덧붙이면 된다.

11. ChatGPT 프롬프트와 썸네일

AI 활용 콘텐츠 생산 전략: AI 는 내 경험을 대신 만들어 주는 도구가 아니라, 실제 경험을 더 선명하게 정리하고 꾸준히 발행하도록 돕는 편집 파트너다. 먼저 원재료를 직접 기록하자. 이번 주에 한 일, 예상과 달랐던 점, 내린 판단, 얻은 결과, 다음에 바꿀 점을 짧게 메모한다. 그다음 AI 에게 독자와 목적을 알려주고 구조화, 문장 다듬기, 제목 후보, 짧은 버전과 긴 버전을 요청한다. 마지막에는 사실 확인, 나다운 어조, 기밀 정보, 상대방의 동의 여부를 직접 점검한다. 실제로 겪지 않은 일을 경험담처럼 쓰거나 확인되지 않은 숫자를 넣어서는 안 된다.

추천 워크플로: ① 주중에 음성 메모나 메모 앱에 사례를 쌓는다. ② 주말에 AI 로 주제 2~3 개를 뽑는다. ③ 실제 경험 하나를 골라 초안을 만든다. ④ 내 관점과 구체적인 사례를 보강한다. ⑤ 사실과 개인정보를 확인하고 게시한다. ⑥ 게시 후 댓글과 질문에서 다음 콘텐츠 아이디어를 찾는다. 한 번에 완벽한 글을 만들기보다 실제 경험을 중심으로 지속 가능한 생산 루틴을 만드는 것이 중요하다.

AI 에게 말하기 좋은 일은 아이디어 확장, 글의 구조화, 표현 다듬기, 번역 초안, 제목 후보, 캐러셀 구성이다. 반면 경험의 진위, 전문적 판단, 민감한 정보 공개 여부, 최종 메시지의 책임은 작성자에게 있다. 프롬프트에 '제공한 사실만 사용하고 모르는 정보는 질문하라'는 조건을 넣어 두자.

포스팅 초안 프롬프트

"너는 B2B 링크드인 콘텐츠 에디터야. 아래에 제공하는 실제 경험만 사용해서 한국어 포스팅 초안을 작성해 줘. 과장된 표현과 흔한 자기계발 문구는 피하고, 첫 문장은 독자가 공감할 구체적인 상황으로 시작해. 본문은 상황, 판단, 실행, 결과, 배운 점 순서로 구성해 줘. 문장은 자연스럽게 쓰되 지나치게 감성적으로 만들지 마. 새로운 사실이나 성과를 추가하지 말고, 정보가 부족한 부분은 먼저 질문해 줘. 실제 경험: [입력] 대상 독자: [입력] 글의 목표: [입력]"

기존 글 개선 프롬프트

"아래 글을 링크드인에 맞게 편집해 줘. 의미는 바꾸지 말고 번역투와 과장된 표현을 줄여 줘. 문단을 짧게 나누고 핵심을 앞부분에 배치해. 실제 경험과 실무적 가치를 살리고, 새로운 사실을 추가하지 마. 수정한 이유를 세 가지로 설명해 줘. 글: [붙여넣기]"

썸네일 이미지 생성 프롬프트

"Create a clean, professional LinkedIn document-cover visual for a B2B audience. Topic: [topic]. Use a white background, restrained navy typography, generous whitespace, and one simple visual metaphor. Keep the title readable and avoid stock-photo clichés, excessive icons, gradients, tiny text, and decorative clutter. Do not add logos or fabricated data. Portrait 4:5 composition suitable for a LinkedIn PDF carousel."

PDF 캐러셀은 체크리스트, 단계별 가이드, 프레임워크, 사례 요약에 잘 맞는다. 첫 장에는 주제와 독자가 얻을 가치를 분명하게 보여주고, 본문은 한 장에 한 가지 메시지만 담아 보자. 파일을 올릴 때는 게시물 본문에 핵심 내용을 짧게 소개하고, 마지막에 독자가 활용할 수 있는 포인트를 덧붙이면 좋다.

12. 1 초 신청과 관계를 이어가는 메시지

연결 요청은 상대방에게 왜 연락했는지 알려주는 짧은 인사다. 무작정 인맥을 넓히려 하기보다 상대의 활동을 읽고, 내가 관심을 갖는 이유를 한두 문장으로 설명해 보자. 처음부터 채용 추천이나 무료 자문을 요청할 필요는 없다.

실무자에게

“안녕하세요, [이름]님. [분야] 관련해 공유해 주신 [구체적인 글이나 활동]을 읽었습니다. 특히 [구체적인 인사이트]가 인상적이었습니다. 저는 현재 [나의 경험 또는 목표]를 공부하고 있어 연결을 요청드립니다. 앞으로 올려 주시는 내용도 배우겠습니다.”

관심 산업 전문가에게

“안녕하세요, [이름]님. 저는 [목표 산업]으로 커리어를 확장하기 위해 관련 사례와 실무 동향을 공부하고 있습니다. [이름]님이 [구체적인 분야]에서 공유하신 내용이 도움이 되어 연결을 요청드립니다. 관련 프로젝트를 진행하면서 제 관점도 함께 나누고 싶습니다.”

행사에서 만난 사람에게

“안녕하세요, [이름]님. [행사명]에서 [주제]에 관해 대화를 나눴던 [내 이름]입니다. 말씀해 주신 [구체적인 포인트]가 기억에 남았습니다. 이후 [후속 행동]을 해 보려고 합니다. 링크드인에서도 연결되어 소식 나눌 수 있으면 좋겠습니다.”

조언을 받은 뒤

“안녕하세요, [이름]님. 지난번에 말씀해 주신 [조언]을 적용해 [실행 내용]을 진행했습니다. 특히 [결과 또는 새롭게 알게 된 점]이 도움이 됐습니다. 시간을 내어 조언해 주셔서 감사합니다. 이후 결과가 더 정리되면 다시 공유드리겠습니다.”

메시지의 핵심은 개인화와 존중이다. 상대의 글을 읽지 않은 채 이름만 바꿔 보낸 메시지는 금방 드러난다. 답변이 없다고 반복해서 압박하지 말고, 상대가 거절하거나 답하지 않을 여지를 존중하자. 연결 요청 메시지 제공량과 유료 플랜 기능은 계정과 시점에 따라 달라질 수 있으니 결제 전 현재 조건을 확인하면 된다.

공감과 인게이지먼트 옹호자 전략

링크드인에서 관계를 만드는 사람은 자기 글을 올리는 사람에 그치지 않는다. 다른 사람의 전문성과 성장을 알아보고, 구체적인 반응으로 대화에 참여하며, 좋은 정보가 더 많은 사람에게 닿도록 돕는 사람이다. 여기서 '옹호자'는 무조건 칭찬하거나 모든 의견에 동의하는 사람이 아니라, 공감할 만한 가치를 발견했을 때 이유를 들어 지지하고 대화를 확장하는 사람을 뜻한다.

좋아요는 시작일 뿐이다. 도움이 된 지점을 구체적으로 짚는 댓글은 작성자에게 더 큰 의미가 있고, 다른 독자에게도 새로운 관점을 준다. 예를 들어 '좋은 글입니다'보다 '고객 인터뷰에서 기능보다 구매 과정의 마찰을 먼저 확인해야 한다는 부분이 인상적입니다. 저도 최근 프로젝트에서 이 질문을 먼저 던지며 접근을 바꿨습니다'처럼 반응해 보자.

실천 루틴은 단순하게 시작할 수 있다. 매주 목표 분야의 게시물 5 개를 읽고, 그중 실제로 배운 글 2 개에 구체적인 댓글을 남긴다. 유용한 자료는 출처를 밝히고 자신의 관점과 함께 공유한다. 새로운 직책이나 프로젝트를 맡은 사람에게는 무엇이 인상적이었는지 짚어 축하한다. 질문이 올라오면 아는 범위에서 답하고, 잘 모르면 더 잘 아는 사람이나 자료를 연결한다.

공감은 아부가 아니다. 진심이 없는 칭찬을 반복하거나 댓글을 연결 요청의 미끼로 쓰면 신뢰가 쌓이지 않는다. 실제로 읽고 이해한 부분에 반응하고, 의견이 다를 때는 사람을 평가하지 말고 주장과 근거를 이야기하자. 공개 댓글은 작성자뿐 아니라 그 대화를 지켜보는 잠재적 동료와 고객에게도 나의 사고방식과 태도를 보여준다.

매주 확인할 지표: 내가 남긴 의미 있는 댓글 수, 댓글에서 시작된 대화 수, 다른 사람의 글을 통해 배운 점, 내가 공유한 자료가 누군가에게 도움이 됐다는 피드백. 좋아요 숫자만 목표로 삼지 말자. 인게이지먼트는 관심을 모으는 기술이기도 하지만, 더 중요한 목적은 신뢰를 쌓고 서로의 전문성을 키우는 데 있다.

댓글 예시: '이 관점이 특히 와닿았습니다. [구체적인 이유]라는 부분이 제가 경험한 [관련 상황]과 연결됩니다. 다음에는 [실행할 행동]을 확인해 보려 합니다.' 이처럼 공감의 이유와 실제 적용을 함께 남기면 짧은 댓글도 의미 있는 전문적 대화가 될 수 있다.

13. 기버가 되되, 나의 시간도 존중하기

좋은 네트워킹은 서로에게 작은 도움을 주고받는 과정이다. 상대의 콘텐츠에 진심 어린 댓글을 남기고, 도움이 되는 자료를 발견하면 공유하고, 조언을 받았다면 실제로 적용해 보자. 기념일이나 생일에 짧은 안부를 전하는 것도 관계를 기억하고 있다는 따뜻한 표현이 될 수 있다.

다만 기버가 된다는 것은 모든 부탁을 무료로 들어주라는 뜻이 아니다. 내가 기꺼이 도울 수 있는 범위와 전문적인 시간과 비용이 필요한 범위를 구분하자. 상대가 계속 도움만 요청하고 상호적인 관계를 만들 의지가 없다면 정중하게 경계를 세워도 된다.

내향적인 사람도 연습할 수 있다

처음부터 네트워킹을 편하게 느낄 필요는 없다. 메시지를 보내기 전에 상대의 프로필과 최근 게시물 하나를 읽고, 질문을 미리 적어 두고, 짧은 인사부터 시작해 보자. 행사에서 만난 사람에게 다음 날 감사 메시지를 보내는 것도 좋은 연습이다. 관계를 만드는 기술은 작은 행동을 반복하면서 익힐 수 있다.

커피챗 전 체크리스트

- 상대의 경력과 콘텐츠를 읽었는가?
- 질문이 구체적이고 상대가 답하기 쉬운가?
- 요청 목적과 예상 시간을 명확히 했는가?
- 상대가 거절하거나 답하지 않을 여지를 존중하는가?
- 대화 후 실행하거나 공유할 계획이 있는가?

상대의 시간을 존중하는 것도 전문성이다. 처음부터 긴 미팅을 요청하기보다, 공개된 자료를 충분히 살펴본 뒤 짧고 구체적인 질문을 해 보자. 도움을 받았다면 실행 결과를 전하고, 다음에는 내가 제공할 수 있는 도움도 찾아보자.

14. 기업 페이지와 포트폴리오로 전문성을 보여주기

개인 프로필이 사람의 관점과 경험을 보여준다면 기업 페이지는 회사의 공식 정보와 사업 활동을 보여준다. 기업 페이지에는 제품과 서비스만 올리지 말고 고객이 겪는 문제, 해결 사례, 산업 인사이트, 행사와 채용 소식을 함께 담아 보자. 개인 계정과 기업 페이지는 서로 경쟁하는 채널이 아니라 역할이 다른 채널이다.

기업 페이지 운영 예시

- 회사 소개: 누구의 어떤 문제를 해결하는지 한 문장으로 설명한다.
- 콘텐츠: 제품 소개, 고객 사례, 업계 인사이트, 팀의 전문성, 행사 소식을 균형 있게 다룬다.
- 운영: 담당자를 정하고 월 4 회 정도를 출발점으로 꾸준히 발행한다.
- 연결: 창업자와 임직원은 각자의 관점으로 회사의 활동을 설명한다.
- 전환: 문의 방법, 데모 신청, 행사 등록 등 다음 행동을 명확히 안내한다.

예를 들어 기업 페이지에 “저희는 혁신적인 솔루션을 제공합니다”라고 쓰는 대신, “수출을 처음 시작하는 중소기업이 해외 유통 파트너를 찾고 후속 연락을 관리할 수 있도록 돕습니다”라고 설명하면 고객이 자신과 관련된 서비스인지 판단하기 쉽다.

포트폴리오를 만드는 방법

프로필에 '문제 해결 능력'이라고 적는 것보다 문제를 해결한 결과물을 보여주는 편이 설득력이 있다. 실무 경험이 부족하다면 공개 데이터 분석, 업계 문제를 다룬 제안서, 고객 리뷰 분석, 간단한 웹페이지나 대시보드 등 작은 프로젝트를 시작할 수 있다. AI 와 바이트 코딩 도구를 활용해도 좋지만, 무엇을 왜 만들었고 어떻게 검증했는지 직접 설명할 수 있어야 한다.

프로젝트 설명 템플릿

- 문제: 누구의 어떤 문제를 해결하려 했는가?
- 접근: 어떤 자료와 도구를 사용했는가?
- 결과물: 보고서, 대시보드, 웹페이지, 프로토타입 등
- 검증: 누구에게 피드백을 받고 무엇을 수정했는가?
- 한계: 데이터, 시간, 가정에서 어떤 한계가 있었는가?
- 다음 단계: 실제 환경에서 무엇을 더 확인할 것인가?

완성작만 한 번 공개하지 말고 문제 정의, 중간 결정, 수정 과정, 최종 결과를 나눠 공유해 보자. 이런 기록은 결과물뿐 아니라 일하는 방식도 보여준다. 실제 고객 프로젝트와 개인 실습은 분명하게 구분해야 한다.

15. 전시회·글로벌 네트워킹·90 일 실행 계획

전시회와 컨퍼런스는 명함을 모으는 장소가 아니라 사전 조사, 현장 대화, 후속 조치가 이어지는 프로젝트다. 행사 전에 참가 기업과 연사를 조사하고 만날 사람과 질문을 정한다. 현장에서는 상대의 관심사와 대화 내용을 기록하고, 행사 후에는 개인화된 메시지로 약속한 자료를 전달한다.

행사 전·중·후

- 행사 전: 우선순위 20 명을 정하고 최근 활동과 사업 모델을 살핀다. 소개 문장과 질문 2~3 개를 준비한다.
- 행사 중: 상대가 말한 문제와 우선순위를 기록한다. 즉시 판매하기보다 적합성부터 확인한다.
- 행사 후: 개인화된 연결 요청을 보내고, 약속한 자료를 전달한다. 다음 행동과 연락 날짜를 기록한다.

글로벌 기회를 원한다면 영어도 중요한 도구다. 나 역시 21 살에 대학교에서 영어 회화를 시작했다. 수능 영어는 7 등급이었다. 처음부터 영어를 잘했던 것은 아니지만, 이후 꾸준히 사용하면서 해외 전문가와 대화하고 글로벌 프로젝트에 참여할 수 있게 됐다. 영어가 완벽해질 때까지 기다리기보다 업계 글을 읽고, 짧은 메시지를 쓰고, 실제 대화에 사용하면서 조금씩 익혀 가면 된다.

90 일 실행 계획

- 1~30 일: 목표를 한 문장으로 정하고, 프로필을 정리하고, 목표 기업 20 곳과 인물 30 명을 찾는다. 일주일에 한 번 이상 콘텐츠를 올린다.
- 31~60 일: 콘텐츠 주제를 3 개 축으로 좁히고, 매주 3~5 명에게 개인화된 연결 요청을 보낸다. 작은 프로젝트를 시작해 결과물을 공개한다.
- 61~90 일: 반응이 좋았던 콘텐츠를 개선해 다시 올리고, 새로 쌓은 관계에 실행 결과를 공유한다. 프로필 조회, 관련 대화, 프로젝트 문의 등 목표에 맞는 변화를 확인한다.

브라이언과 연결하기

링크드인을 혼자 시작하기 어렵거나, 지금의 경력을 어떻게 보여줘야 할지 고민된다면 1:1 전략 세션을 신청할 수 있다. (유료)

- ➔ 90 분 동안 프로필 완성, 3 개월 분량 콘텐츠 10 개 기획, 브랜딩 및 네트워킹 전략 수립을 목표로 한다. 선착순 10 명 한정 50% 할인
- ➔ 신청 및 문의: yooharmonizer@gmail.com

*기업 및 기관의 링크드인 교육과 워크숍 문의가능

마지막으로 링크드인 레벨업 챌린지 디스코드에 참여해 질문을 남기고, 실행 경험을 나누며 함께 성장해 보자. 가입 후에는 자기소개와 함께 링크드인을 사용하는 목적, 지금 막힌 지점, 해결하고 싶은 질문 한 가지를 남겨 주면 된다. 예: '해외 고객 발굴이 목표인데, 제품 홍보 외에 어떤 콘텐츠로 전문성을 보여줄 수 있을까요?'

더불어 매월 1 회 무료 온라인 코칭 세션을 열어 참여자들의 질문과 공통 관심사를 다룰 예정이다. 질문을 미리 남겨 주면 세션 주제를 준비하는 데 도움이 된다. 공통으로 도움이 될 질문을 중심으로 진행하며, 모든 질문에 개별 상담을 제공하는 방식은 아니다.

Discord: <https://discord.gg/pWrjnSAB>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/junyoungyoo/>

학습 영상: https://www.youtube.com/watch?v=Q8WPCcSmieE&list=PL_51Z3Dy9AuknhTJVVCZ3rl-zf003oVP

저자 유준영 대표 | Brian JY Yoo

링크드인을 잘 활용한다는 것은 남들보다 더 자주 글을 올리거나 많은 사람과 연결되는 것만을 뜻하지 않는다. 내가 가고 싶은 방향을 이해하고, 다른 사람의 이야기에 귀 기울이고, 내 경험을 조금씩 나누고, 관계를 이어가는 일이다. 지금 당장 큰 변화가 생기지 않아도 괜찮다. 이번 주에 한 사람의 글을 읽고 진심 어린 댓글을 남기거나, 배운 점 하나를 기록하는 것부터 시작해 보자.

마지막 장. 실행 체크리스트: 읽고 끝내지 않기

링크드인 전략은 계획을 많이 세우는 것보다 실제 행동을 반복할 때 작동한다. 아래 체크리스트에서 지금 할 수 있는 항목부터 표시하자. 처음부터 전부 완료할 필요는 없다. 이번 주에 실행할 핵심 행동 3 개를 고르고 캘린더에 시간을 예약하자.

- ☐ 목적을 한 문장으로 정했다: 이직 / 전문성 브랜딩 / 고객 발굴 / 글로벌 네트워킹 / 학습 중 우선순위가 분명하다.
- ☐ 내 프로필 사진, 헤드라인, 소개글이 목표 분야와 일치한다.
- ☐ 프로필에 실제 경험, 프로젝트, 결과물 또는 포트폴리오를 반영했다.
- ☐ 내가 연결하고 싶은 업계와 사람을 정하고, 목표 인물 20 명 이상을 찾아봤다.
- ☐ 최근 게시물과 프로필을 살핀 뒤 개인화된 연결 요청을 보냈다.
- ☐ 이번 주에 공유할 실제 경험이나 배움을 최소 1 개 메모했다.
- ☐ 게시물의 목적과 독자에게 줄 가치를 확인하고, SNS 식 일상 나열이나 스레드 문법을 그대로 복사하지 않았다.
- ☐ AI 를 활용했다면 사실, 어조, 개인정보, 기밀 정보를 직접 검토했다.
- ☐ 다른 사람의 콘텐츠에 구체적인 댓글을 남기고, 공감한 이유를 설명했다.
- ☐ 대화나 조언을 받았다면 감사 인사와 실행 결과를 후속으로 전했다.
- ☐ 한 달에 한 번 프로필 조회, 관련 대화, 문의, 학습 결과 등 목표에 맞는 지표를 돌아본다.
- ☐ 디스코드에 가입하고, 현재 고민이나 질문 한 가지를 남겼다.

이번 주 실행할 3 가지

1. _____
2. _____
3. _____

나의 점검 질문: '내가 링크드인에서 원하는 변화는 무엇이며, 이번 주에 그 변화에 가까워지기 위해 실제로 할 행동은 무엇인가?'

작게 시작해도 괜찮다. 목표를 정하고, 좋은 관계에 참여하고, 내 경험을 기록하고, 약속한 후속 행동을 하는 것. 이 네 가지를 반복하면 링크드인은 단순히 콘텐츠를 소비하는 공간에서 전문성과 기회를 함께 만들어 가는 공간으로 바뀔 수 있다.