

# Prøv at google dig selv

Måden, hvorpå man fremstår på internettet, har afgørende betydning for ens karriere. Den gode nyhed: Man kan selv gøre noget for at fremstå korrekt og opdateret.

**Når du** skal møde en ny samarbejdspartner, forbereder du dig godt. Du googler ham, du ser, om han har en artikel på Wikipedia, du kigger på hans firmas webside og finder hans personlige webside, hvis han da har en.

Det samme gør kunder og andre potentielle samarbejdspartnere, inden de skal møde dig. De googler dit navn.

Prøv lige at google dig selv, det tager 10 sekunder. Kig ned over søgeresultaterne: Hvilket indtryk får man af dig? En flere år gammel tilfældig avisartikel? Omtalen, da du blev fyret fra en tidligere arbejdsplads? En navnebror med et blakket ry?

Og billederne: Betyder det noget, hvordan du fremtræder online? Er det ligegyldigt, om du ligner en stjerne eller en andenrangs person?

**Min erfaring** er, at det betyder mere, end vi tror. Du ville aldrig møde op til et vigtigt møde usøigneret og i krøllet tøj, og hvis din modpart gør det, så er han eller hun automatisk sat tilbage. Tænk bare, hvis du skulle til samtale om et nyt job – så ville du helt sikkert gøre dig umage.

Hvorfor interesserer du dig så ikke for din onlineprofil? Hvorfor har du ingen strategi for, hvordan andre skal finde dig på nettet, og hvilket indhold de skal se? Hvilke nøgleord skal lede frem til netop dig? Hvilke artikler, interview, blogindlæg, videoer, fotos, præsentationer og andet indhold skal fortælle, hvem du er, og hvad du står for?

Du kan i høj grad påvirke din onlin profil, og hvis ikke du gør det, kan du være næsten 100 pct. sikker på, at du fremstår lige så mudret som andre. Er du tilfreds med det, så kan du roligt stoppe her.

**Jeg var** ikke tilfreds, og derfor har jeg valgt at gøre noget ved det. Jeg var træt af, at historien om 40 pct. skat på Fyn dukkede op hver eneste gang, nogen ville vide noget om mig. Jeg måtte bruge flere minutter på at forklare, at historien var en and, og at jeg i øvrigt aldrig har boet på Fyn.

Jeg var også træt af, at folk stadig troede, at jeg var ansat i Oticon, selv om jeg forlod firmaet for 15 år siden. Jeg syntes, at det var mere relevant, at folk vidste, at jeg har været med til at starte 25 nye virksomheder, at jeg er professor ved et akademi i Kina, at mine bøger er udkommet på mange sprog, og at jeg fortsat er aktiv i dansk og internationalt erhvervsliv.

**Min profil** på internettet skal afspejle den person, jeg er i dag – ikke noget glansbillede, men et reelt billede, og det gør den. Se selv!

Den indsats har gjort stor forskel for mig. Jeg får til stadighed interessante tilbud om at være med i dette og hint både herhjemme og i udlandet (desværre siger jeg nej til det meste, fordi jeg

allerede har for travlt). Når jeg mødes med potentielle samarbejdspartnere, ved de, hvem jeg er, og hvad jeg står for, og det forkorter vejen til et godt resultat.

**Som nævnt** bruger jeg megen tid sammen med direktører for kinesiske virksomheder. Jeg holder *master classes* og andre programmer for at lære dem, hvordan de driver en moderne viden- og servicevirksomhed.

Jeg gør det som professor ved DeTao Masters Academy i Shanghai. Akademiet er hjemsted for 100 såkaldte *"thought leaders"* inden for en lang række fagområder. Mit fag er ledelse og strategi. Vi har to andre professorer fra Danmark: designeren Timothy Jacob Jensen og arkitekten Arne Kvorning, som bl.a. har designet udstillingerne på Den Blå Planet.

Hvordan tror du, at jeg blev udpeget til det job? Selvfølgelig er det ikke på grund af en god onlineprofil, men den hjalp. Man får ikke et sådant professorat uden substans, og den havde jeg. Men havde min onlineprofil været lige så mudret og provinsiel som de fleste andre danske topledere, ville kineserne have opgivet.

Rettidig omhu betaler sig: Da kineserne skulle researche min baggrund og nuværende aktiviteter, var jobbet let: Søgeresultaterne på Google viste det, de skulle. Ikke kun på side 1 og selvfølgelig ikke kun på dansk. Wikipedia-profilen var opdateret på dansk, engelsk og kinesisk (og på andre sprog), og min personlige hjemmeside, [www.larskolind.dk](http://www.larskolind.dk), indeholdt yderligere information på engelsk.

**Måske vil** du sige, at en direktør først og fremmest skal *brande* virksomheden frem for sig selv. Tænk om igen: Anders Dam og Peter Straarups image har hver på deres måde haft afgørende betydning for Jyske Bank og Danske Bank. En CEO med et godt og konsistent image er et stort aktiv for virksomheden; ikke mindst i krisetider, og når krisen først er en realitet, er det for sent.

Din onlineprofil er en del af pakken, når virksomheden udnævner dig til direktør, og ligesom virksomheden betaler for din efteruddannelse, kan du roligt også lade den betale løbende opdatering af din onlineprofil.

Hvordan jeg konkret har trimmet min onlineprofil hører til privatlivets fred. Men vil du vide, hvordan andre gør det, så kan jeg anbefale en rigtig god lille e-bog af Isabella Lo, der lige er kommet på Saxo: *"Google Yourself, CEO"*. Der står det hele sort på hvidt. Bogen har sin egen hjemmeside: [www.googleyourselfCEO.com](http://www.googleyourselfCEO.com).

Start med at google dig selv.



## LARS KOLIND

[erhverv@jp.dk](mailto:erhverv@jp.dk)

Lars Kolind er erhvervsmand, professor ved DeTao Masters Academy i Shanghai og forfatter til *"Kolind Kuren"* og en række andre bøger, der er udkommet på flere sprog