

La guida completa per:

L'uso strategico di LinkedIn

Come migliorare il profilo personale e aziendale
per posizionarsi su LinkedIn



Iscriviti ora

Accedi

Ti diamo il benvenuto
nella tua community
professionale

🔍 Trova offerte di lavoro, persone e altro



LinkedIn nel 2022 ha compiuto 19 anni.

(Lancio: 5 maggio 2003)

Ha oltre 15 milioni di iscritti in Italia e siamo la terza community europea dopo il Regno Unito e la Francia. In pratica abbiamo quintuplicato i numeri in sei anni. In Italia è Milano la città più social: è addirittura la quinta città al mondo per numero di utenti connessi tra di loro. **Abbiamo pensato di parlarne.**

*“Abbiamo iniziato sviluppando **siti web**, poi siamo passati a ideare **progetti di comunicazione**, oggi crediamo nel valore che attraverso **la formazione** possiamo offrire ai nostri clienti.*

La nuova sfida è fornire loro i giusti strumenti per raggiungere obiettivi sempre più importanti.”

CAPITOLO1

.5

LinkedIn come strumento di lavoro

Cos'è, a cosa serve e a chi serve.

CAPITOLO2

.8

Le 3 fasi e la valutazione del profilo LinkedIn

Come si aggiorna un profilo.

CAPITOLO3

.10

Stesura e posizionamento

Come scrivere un profilo efficace per il posizionamento.

3.1 La parola degli altri ha più valore della tua

.14

Come si ottiene l'autorevolezza in rete.

3.2 Il Content Marketing: la chiave del successo

.16

Come si dà valore al profilo con contenuti di qualità.

LinkedIn come strumento di lavoro

Cos'è, a cosa serve e a chi serve.

LinkedIn è diverso dagli altri **social network**. Il suo obiettivo è quello di fornire contenuti a **scopo professionale** e rappresentare il punto di incontro fra la domanda di lavoro e l'offerta per dar vita a nuove opportunità e relazioni tra professionisti.

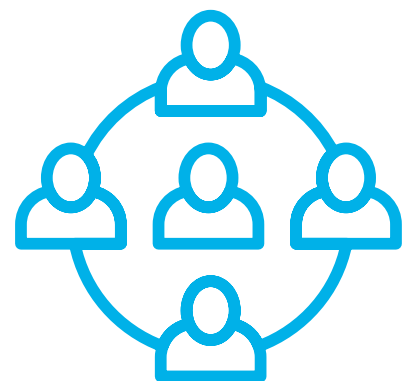
In altre parole, è utile per i professionisti alla ricerca di nuovi business, collaborazioni e offerte di lavoro.

Essere presenti su LinkedIn, oggi, può significare molto: da qui nasce l'idea di una **guida facile da consultare** che consenta ai lettori di **aggiornare e ottimizzare il proprio profilo personale e aziendale**.

È fondamentale curare sia l'aspetto aziendale che quello personale. I due profili sono strettamente connessi:

Un'azienda è fatta di persone

che ne determinano l'autorevolezza, la professionalità, la puntualità e tante altre caratteristiche.



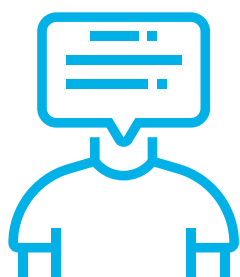
Per fornirvi qualche dato statistico, abbiamo analizzato l'ultimo *Global Digital Report* di We are Social in partnership con Hootsuite. Dal "Digital 2022" emerge un dato molto significativo relativo all'utilizzo dei social network nel mondo. Gli **utenti che usano i social media sono 4,62 miliardi, circa il 58,4% della popolazione mondiale, in crescita di oltre il 10% rispetto all'anno scorso (+424 milioni di persone).**

Ad inizio lockdown avevamo visto crescere il tempo speso online dagli utenti. Attualmente il tempo speso

online dalle persone è appena sotto le 7 ore giornaliere (6:58h, 4 minuti in più rispetto all'anno scorso). Se prima questo tempo era dedicato solamente a contenuti di tipo ludico, **oggi c'è una forte connessione fra social network e lavoro.**

Infatti, nel 2022 gli **utenti che consultano i Social per motivi lavorativi sono circa 1 persona su 4.**

A questo proposito: **LinkedIn** ha vissuto un anno di grazia, con una crescita nel numero di utenti registrati del 11%, crescita che porta il totale di utenti iscritti a oltre **808 milioni a Gennaio 2022.**



CHE TU SIA ALLA RICERCA DI UN ALTRO POSTO DI LAVORO O DI NUOVE COLLABORAZIONI, TI VOGLIAMO AIUTARE NEL **COSTRUIRE UNA PRESENZA SOLIDA ATTRAVERSO L'OTTIMIZZAZIONE DI TUTTE LE POTENZIALITÀ OFFERTE DA LINKEDIN.**

Prima di analizzarle, desideriamo spendere qualche parola sulla **relazione tra social network e pubblicità.**

Le statistiche relative alla crescita di questa piattaforma rappresentano una grande **opportunità per i Social Media Marketer** che

potranno coglierla indirizzando i loro annunci pubblicitari ad un bacino di pubblico sempre più ampio, se si considera che, ad oggi, **chi fa pubblicità su LinkedIn può raggiungere nel mondo più di 600 milioni di utenti. In Italia gli utenti iscritti sono 15 milioni.**

9,8%

degli utenti in Italia usa i
social network per lavoro

+130 milioni

articoli creati su LinkedIn
ogni settimana

808 milioni

totale di utenti iscritti

45%

di chi legge gli articoli ha ruoli di
rilievo in azienda

40%

degli utenti iscritti visita la
piattaforma LinkedIn
OGNI giorno

50% c.a

di visite alla home dei siti aziendali
arriva da LinkedIn

+60%

engagement rate

50%

dei membri LinkedIn è più propenso
a comprare da compagnie con cui
interagisce sui social

Le 3 fasi e la valutazione del profilo LinkedIn

Come si aggiorna un profilo.

Andiamo al sodo e iniziamo con i **consigli pratici per ottenere un profilo LinkedIn efficace** e appealing agli occhi della rete digitale di professionisti.

La presenza su questo canale viene costruita, principalmente, seguendo tre fasi di intervento:

.01

La redazione del profilo **ottimizzato per la SEO**

.02

La costruzione di **autorevolezza** intorno al profilo

.03

L'attribuzione di valore aggiunto con il **content marketing**

Nei prossimi capitoli, approfondiremo le singole fasi analizzando come scrivere un profilo, migliore di quello dei concorrenti, come posizionarlo in ottica SEO, come creare autorevolezza e dare valore aggiunto al tuo canale.

LinkedIn, per incentivarti ad aggiornare continuamente il tuo profilo, lo **analizza in tempo reale**, dopo ogni modifica, fornendo un **feedback** utile per pianificare i prossimi **interventi migliorativi**.

Il punteggio si basa principalmente su quattro fattori:

- ✓ *“La creazione del brand professionale”,* intesa come efficacia del profilo e presenza editoriale;
- ✓ *“La ricerca delle giuste persone per la tua rete”;*
- ✓ *“L’interazione con informazioni rilevanti”;*
- ✓ *“La costruzione di relazioni”.*



Vuoi analizzare il tuo profilo?

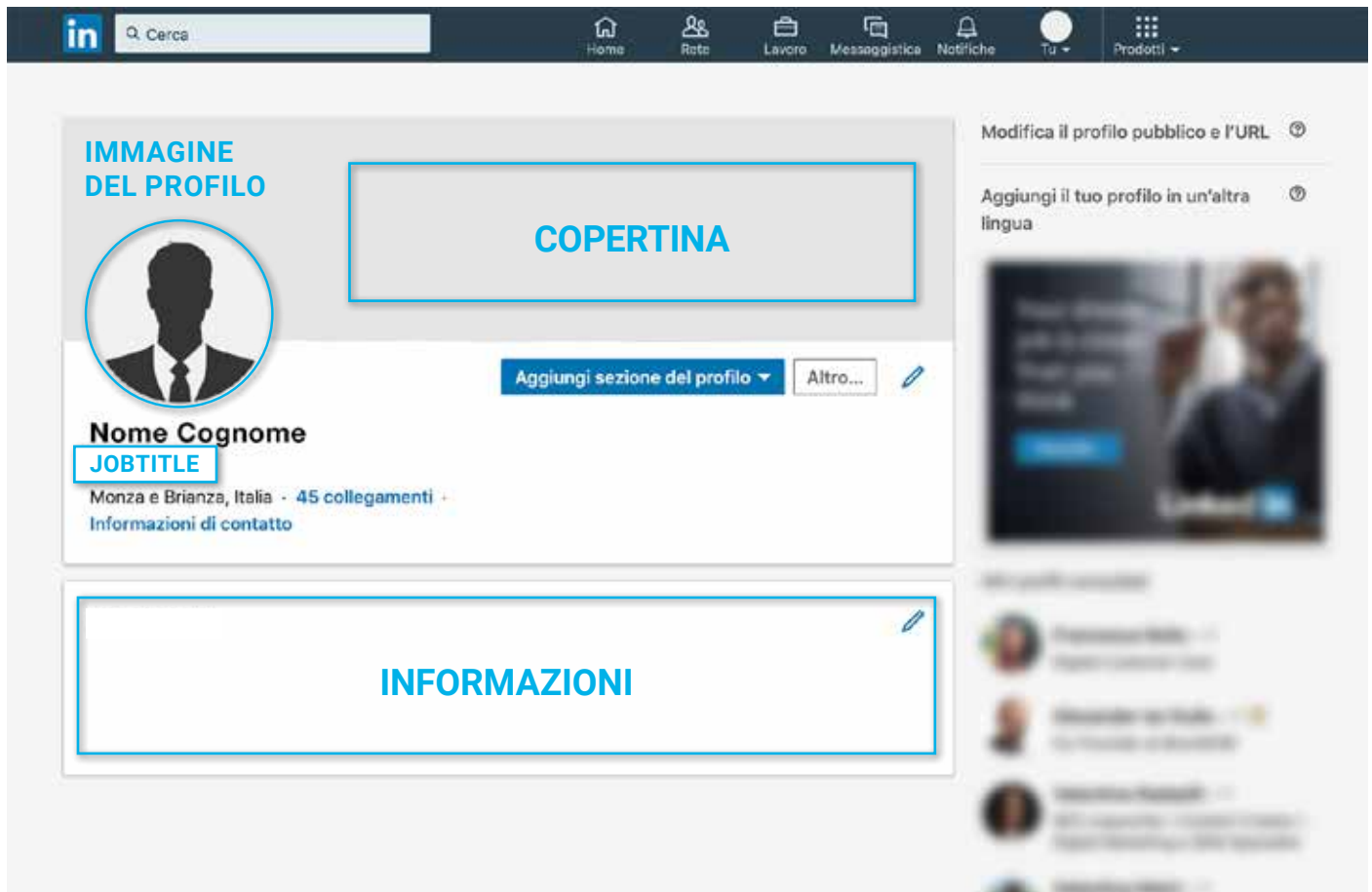
Contattaci per un’analisi gratuita



Esempio di analisi del profilo

Stesura e posizionamento

Come scrivere un profilo efficace per il posizionamento.



Per scrivere il profilo e posizionarlo efficacemente su LinkedIn è necessario presentarsi parlando, non tanto delle cose che sai fare ma dei problemi che sei in grado di risolvere.

Per creare un profilo LinkedIn fondamentale per la tua carriera e per il tuo futuro, ti indichiamo 10 regole da seguire per costruire un profilo professionale efficace.

NUMERO

01

CHI SEI



Spiega chi sei utilizzando un'**immagine** chiara del tuo volto, che deve occupare più del 50% dello spazio, con sfondo omogeneo, che non catturi l'attenzione dell'utente. Inserisci anche una cover, un'**immagine di copertina**, che richiami la tua figura professionale o le tue mansioni così che sia subito chiaro, a colpo d'occhio, di cosa ti occupi.

NUMERO

02

COSA FAI



Compila il campo **Job Title** con una dicitura che non sia banale o comune a tutti quelli che fanno il tuo stesso lavoro.

NUMERO

03

A CHI TI RIVOLGI



Il **target** è fondamentale per far capire fin da subito a chi consulta il tuo profilo se puoi essergli d'aiuto oppure no. Ti conferisce una **specializzazione** e una **caratteristica distintiva** rispetto agli altri.

NUMERO

04

COSA TI DIFFERENZIA



Cosa ti differenzia dagli altri? Questo è quello che interessa a chi guarda il tuo profilo. Se non trovi ciò che ti differenzia, ti sceglieranno solo per il prezzo.

NUMERO

05

LINKEDIN SEO



Fai una **mappatura delle parole chiave** a coda lunga e corta che ti rappresentano, servendoti di strumenti come Google KeywordPlanner e SeoZoom. Questa analisi ti tornerà utile nella stesura della sezione **“Riepilogo”** nella quale **racconterai la tua carriera** dagli albori ad oggi. Per quanto corta o lunga sia, il segreto è trovare una **tecnica di storytelling** accattivante che invogli l'utente a leggere il contenuto fino alla fine.



IL TUO PROFILO VERRÀ POSIZIONATO SULLA BASE DELLE KEYWORD CHE DECIDI DI INSERIRE IN QUESTO TESTO.

Nota bene, nel momento in cui decidi di creare il tuo profilo in un'altra lingua non limitarti alla traduzione letterale delle parole chiave ma concentrati sulla **transcreation**. Questo perché la parola chiave che in italiano ha grande seguito, in un'altra lingua può non essere così significativa e può esistere una parola più adatta.

NUMERO

06

AREE COMPETENZE



Inserisci tutte le tue **skill**, hard ma soprattutto soft per comunicare cosa sai fare e le tue qualità personali, organizzative e relazionali.

NUMERO

07

CHIEDI LE REFERENZE



Chiedi ai tuoi contatti di **confermare le tue competenze** se lo ritengono opportuno attraverso **segnalazioni**. Al loro interno è fondamentale che venga scritto **quale problema sei riuscito a risolvere**.

NUMERO

08

MOSTRA I PROGETTI



Completa e aggiorna la sezione Progetti per comunicare agli altri nel concreto di cosa ti occupi e **quali lavori hai realizzato**.

NUMERO

09

SISTEMA I DETTAGLI



Per far capire a chi legge il tuo profilo che non stai raccontando storie, **presenta i numeri**. Hai realizzato molti progetti? Bene, quale successo hanno avuto?

CONDIVIDI



Il **content marketing** arricchisce il profilo personale e aziendale con contenuti di qualità che possono interessare il tuo target.

Ecco alcune tipologie di contenuto che non possono mancare tra le tue pubblicazioni:



Contenuti di intrattenimento

come video caricati direttamente su LinkedIn



Contenuti educativi

come videotutorial o infografiche



Contenuti persuasivi

come testimonianze dei tuoi clienti



Contenuti di conversione

come white paper, e-book o webinar

La parola degli altri ha più valore della tua

Come si ottiene l'autorevolezza in rete.

Far sapere agli altri quanto tu sia bello e bravo ha poca utilità. Quello su cui puoi concentrarti, invece, è la creazione di autorevolezza intorno al tuo profilo. Come puoi farlo? Un esempio è raccogliere le conferme delle competenze da parte di colleghi e collaboratori o segnalazioni scritte dai tuoi clienti.

Questo può essere lo **strumento** adatto

anche per **rivenderti nei confronti di nuovi clienti**. Se hai risolto un problema ad un cliente è importante che lui lo dica. Chi cerca una soluzione ad un problema simile può così sapere che tu sei in grado di risolverlo.

Quali sono gli elementi del profilo di LinkedIn che possono conferire maggiore autorevolezza al tuo profilo?



[Prenota la Consulenza](#)

e scopri come ottimizzare il tuo profilo LinkedIn

Il Content Marketing: la chiave del successo

Come si dà valore al profilo con contenuti di qualità.

Una volta terminate le prime due fasi, si passa alla terza ed ultima: il **content marketing** per arricchire il profilo personale e aziendale con contenuti di qualità che possono interessare il tuo target. Quest'attività inizia con la **definizione di una strategia**, o piano editoriale. La scelta degli argomenti deve rispecchiare il **funnel di vendita** e deve includere **contenuti di intrattenimento, educativi, persuasivi e di conversione**. Al centro delle pubblicazioni dovresti spiegare il **perché quello che tu stai proponendo potrebbe risolvere una problematica e quali sono i suoi benefici**.

Dopo la pubblicazione dell'articolo sul blog, è fortemente consigliata

la condivisione su LinkedIn. Come? Creando un copy accattivante di accompagnamento che porti gli utenti a fare il clic sul link.

Per creare un copy di successo, utilizza il **modello AIDA**: attenzione, interesse, desiderio e azione.

Esempio: supponiamo che tu sia una web agency e desideri invitare i tuoi collegamenti ad un corso gratuito sulla presentazione di LinkedIn Advertising. Il copy potrebbe essere: "Sei alla ricerca del segreto per una lead generation di successo? Il nostro servizio di LinkedIn Ads è la soluzione che fa per te: partecipa al nostro corso gratuito per scoprire tutti i suoi benefici."

Brand039

Una Web Agency di sarti digitali con il cuore rivolto all'artigianalità e la mente al **futuro**

La nostra formula vincente è il nostro **approccio Taylor Made**. Nulla veste meglio di un abito confezionato su misura.

Negli anni abbiamo formato una **squadra unita e motivata** che ogni giorno si occupa di coccolare i propri clienti. Grazie al giusto mix di competenze tecniche e irrefrenabile creatività, abbiamo ideato e realizzato **progetti di comunicazione** e **siti web unici e personalizzati** con il fine ultimo di valorizzare i punti di forza di ciascuna attività.

Amiamo definirci consiglieri di stile fuori dagli schemi perché crediamo che ogni realtà debba arrivare prima dei competitor ed emergere rispetto al proprio mercato di riferimento. Per questo motivo, prima di dar vita a qualsiasi progetto, lo studiamo a fondo per proporre soluzioni sartoriali innovative e originali nell'ambito dello **sviluppo web, del design** e del **digital marketing**.

POSSIAMO AIUTARTI A INDIVIDUARE, DEFINIRE,
SVILUPPARE, MONITORARE E ANALIZZARE LA TUA
STRATEGIA DI COMUNICAZIONE INTEGRATA.

Oggi abbiamo parlato di **LinkedIn**.

Grazie!

Per aver scaricato la nostra guida

Mettiamo le mani in pasta!

Vuoi il supporto e la consulenza di un esperto?

Contattaci per un'analisi gratuita