



www.bee-biz.it

30
errori
da **NON** fare

su **LinkedIn**

bee
social **bee** professional





bee social. bee professional

30 errori da **NON** fare su **LinkedIn**

Nato nel 2003 con lo slogan "**Relationships Matter**" (*Le relazioni contano*), LinkedIn è diventato in pochissimi anni il **Social Network professionale di riferimento** per tutti gli internauti.

Rewind, cioè riavvolgo ciò che ho appena affermato... basta in effetti guardare con discreta superficialità tra i profili degli utenti per accorgersi che in moltissimi non hanno colto nel segno o meglio non hanno compreso l'ambiente e gli obiettivi di questo social network.

Ecco quindi emergere approcci mistici alla Facebook, con aggiornamenti personali e **book fotografici** privati (in altra sede parleremo anche di Instagram per i cultori dell'immagine), **ipse dixit** (le frasi famose che tutti citano) e **curriculum vitae** altamente fantasiosi, sminuendo completamente le opportunità offerte da LinkedIn quale social network per il marketplace del lavoro...

Oggi, prima di un incontro di lavoro è buona consuetudine "visionare" il profilo LinkedIn del nostro interlocutore, che sia fornitore o potenziale cliente, anche solo per vederne il volto o l'età.

E come ben sappiamo abbiamo una sola occasione per fare buona impressione, quindi non sprechiamola attraverso la costruzione e la gestione di un profilo errato.

Quello che abbiamo voluto fare nelle prossime pagine è una breve "**netiquette**", non tanto con la prerogativa di insegnare a utilizzare tutte le potenzialità di LinkedIn ma con l'obiettivo di far sì che almeno vengano evitati errori grossolani nella gestione del proprio profilo personale-professionale.

Ci auspichiamo che gli esempi presentati e i consigli forniti possano essere d'aiuto... per tutto ciò che poi riguarda il mondo (semi sconosciuto) dei social network rivolti al business to business, basta chiamarci!

Michela Sangalli
CEO & Founder bee-biz



bee-biz



bee-biz è la Business Unit di Sangalli M&C, dedicata al Social Media Marketing.

Unisce le competenze di un team di professionisti attivi da oltre 20 anni nel campo della consulenza strategica di marketing, del brand journalism e del Content Management con attività social e digital specifiche per i mercati B2C, B2B e B2G.

L'autore - Gianluigi Bonanomi

Giornalista professionista specializzato in Internet e hi-tech, è autore di saggi e manuali informatici, consulente aziendale per la comunicazione e i social network e formatore/docente sui temi legati al mondo delle nuove tecnologie.

Da diversi anni tiene corsi sulle nuove tecnologie e aiuta le aziende (B2C e B2B) a sviluppare strategie social.

Tra le diverse pubblicazioni a sua firma, si annoverano titoli sui social media (**Non mi piace, 101 cose da non fare su Facebook**), sul cloud computing (**Vivere nella nuvola**), sul mondo del mobile (**Android App Gallery**) e altre ancora.

Dal 2016 è project manager di **bee-biz**, la business unit di Sangalli M&C dedicata al social media marketing.



Pensi di sapere tutto su
Linked  *?*

*30 errori che facciamo
senza accorgercene
sul social network professionale
numero uno al mondo*

1 LinkedIn non è Facebook

Un errore tipico è confondere i diversi social.

Foto di vacanze, questioni personali, pensieri in libertà non si addicono a un social che ha per oggetto lo sviluppo di relazioni professionali (networking) e, aggiungo io, il personal branding (promozione di sé, per dirla con parole povere).

Non bisogna pubblicare su LinkedIn quello che si riversa su Facebook



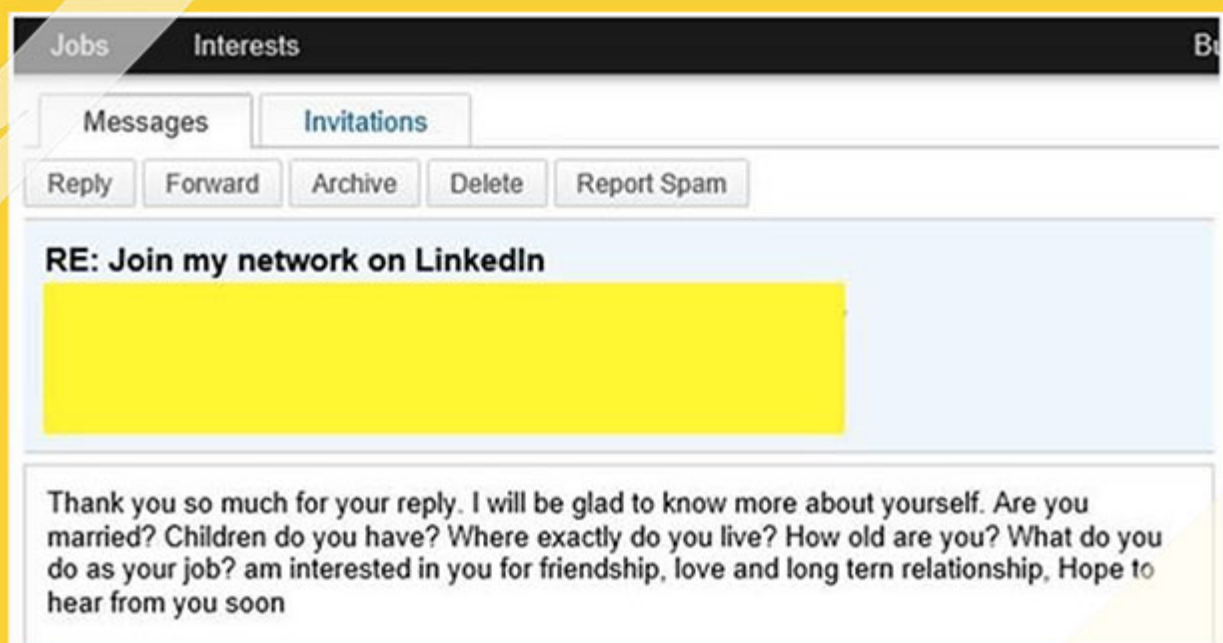
Tutti parlano di social network e social media, come si chiacchiera al bar del tempo o dell'ultimo rigore negato.

Tra parentesi, non sono la stessa cosa:

- i social network sono reti sociali
- i social media sono strumenti per la diffusione dei contenuti.

I "social" però non sono tutti uguali: ognuno ha la propria specificità, nonché modi d'uso, regole e grammatica diversi (Twitter e YouTube sono strumenti di comunicazione completamente differenti, e per questo compatibili).

A fianco di quelli generalisti, come Facebook e Twitter, ci sono i cosiddetti "verticali".



LinkedIn non è un social per trovare l'anima gemella...



2 Non solo recruiting

Molte volte ho incontrato persone che non aprono l'account LinkedIn perché non sono a caccia di un posto di lavoro.

LinkedIn è certamente uno strumento di **social recruiting** e di ricerca del lavoro fondamentale.

Ma non serve solo a questo: prima di tutto un social network professionale serve per fare rete.

Inoltre, ed ecco come guadagna LinkedIn, serve per fare marketing e per vendere di più.

Pensare che LinkedIn serva solo a chi cerca lavoro, vuol dire non aver compreso appieno le potenzialità del mezzo.



LinkedIn serve per fare rete (**networking**), trovare lavoratori e collaboratori (**recruiting**), vendere (**social selling**) e fare pubblicità (**advertising**).

La piattaforma sfrutta tutti i dati che gli iscritti immettono quotidianamente per fare business *(per questo loro possono usarlo gratuitamente)*.

Per esempio, lo strumento **LinkedIn Sales Navigator** (al costo di una sessantina di euro più IVA al mese) consente ai venditori di cercare clienti, sfruttando moltissimi criteri di profilazione.

La piattaforma di **advertising** permette, inoltre, di usare gli stessi criteri e gli stessi dati per raggiungere esattamente l'audience desiderata a cui veicolare i propri contenuti in ottica content marketing e a cui indirizzare i propri messaggi pubblicitari.

Vi pare poco?

Per curare a dovere il proprio
profilo LinkedIn bastano
NOVE MINUTI al giorno



*(9 minuti è lasso di tempo durante il quale si possono
fare un sacco di cose: il calciatore Lewandoski, una
volta, segnò cinque goals...)*



3 Non è un CV

LinkedIn non è un CV perché il curriculum viene spesso considerato un monolite, intoccabile, imm modificabile fino a quando non si cambia lavoro.

Invece bisogna aggiornare il profilo LinkedIn costantemente.

Anche se si usa solo il profilo gratis, si possono comunque fare molte cose: aggiornare il proprio status, cercare nuovi contatti, trasformare i propri biglietti da visita in collegamenti, frequentare i gruppi.



4 Chi cerca, trova!

Il bello di LinkedIn è che può essere usato come un enorme database di potenziali contatti. Per trovarli, bisogna saper smanettare un po'.

Potreste limitarvi a usare il semplice **modulo di ricerca** che si trova in cima a ogni pagina, che consente di trovare persone, aziende, offerte di lavoro, gruppi e così via.

Molto meglio, invece, sfruttare la **ricerca avanzata**, che presenta diverse possibilità di profilazione.

Dopo aver fatto clic su "Avanzata" di fianco al modulo di ricerca standard, vi trovate in una complessa scheda di profilazione dove impostare diversi criteri di ricerca: dalla località al settore, dalla lingua del profilo alla professione.



Le ricerche possono essere salvate.

Con l'account a pagamento si possono usare altri criteri, ancora più specifici e simili a quelli utilizzabili in Sales Navigator, lo strumento di LinkedIn per l'individuazione di potenziali clienti.

Chiaramente non sarete sempre i cacciatori, a volte sarete le prede: per questo dovrete valutare con attenzione quali informazioni condividere: è il caso di inserire tra gli interessi le pratiche sadomaso (è successo davvero)?

Cerca 2.043.419 risultati Salva ricerca

Avanzata <

Collegamenti di 1° grado x Collegamenti di 2° grado x Membri del gruppo x

Ricerca persone avanzata Reimposta Chiudi

Relazione professionale

- Collegamenti di 1° grado
- Collegamenti di 2° grado
- Membri del gruppo
- 3° grado e tutti gli altri

Località

Azienda attuale

Settore

Azienda precedente

Scuola o università

Lingua del profilo

Interessi non profit

Aggiorna il tuo account per accedere a più

- Gruppi
 - HEAD HUNTER ITALIA Lovati&Associati
 - Gli Ebook in Italia
 - LinkedIn Social Selling
 - Iscritti ordine dei giornalisti della Lombardia
 - Find a journalist – around the world
- Anni di esperienza
- Funzione
- Livello di anzianità
- Interessi
- Dimensioni dell'azienda
- Data iscrizione

Cerca Reimposta



5 Horror Vacui

LinkedIn non è solo un CV online, come detto. Però l'elenco delle posizioni lavorative con le mansioni, è una buona base di partenza per costruire la propria rete.

L'errore tipico che si fa è quello di non segnalare tutte le posizioni lavorative: o si segnala solo l'ultima, oppure si omettono quelle che non si ritengono più interessanti.

Questo è particolarmente sbagliato perché tutti noi siamo affetti da **"horror vacui"**, la paura del vuoto.

Se c'è un buco temporale, ci si concentra su quello, si inizia a pensare, rimuginare: ma che cosa avrà fatto in quel periodo?

Non fate venire il dubbio di essere stati in galera....

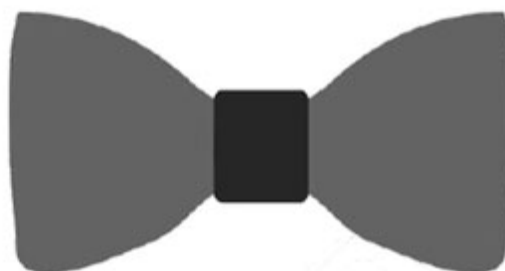
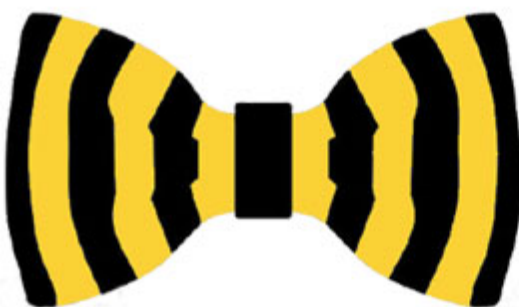
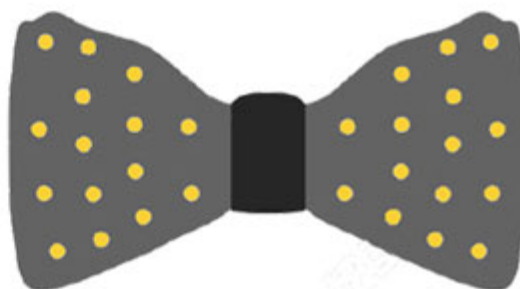
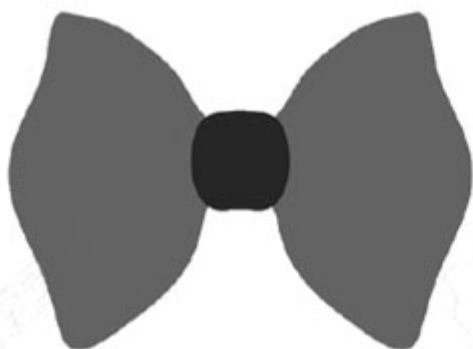
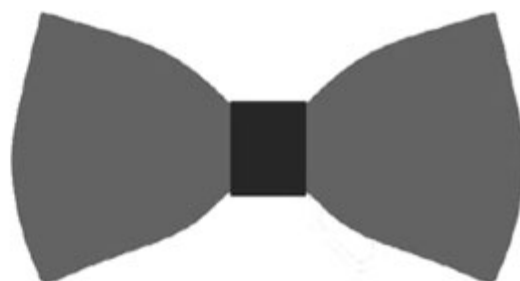
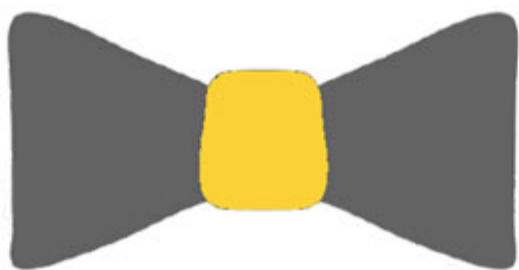
6 Brutto e Disordinato

LinkedIn non è oggettivamente un bel social network. Parlo della grafica, del layout, della usabilità.

Eppure si può fare qualcosa per rendere il proprio profilo più funzionale, personale e accattivante.

Prima di tutto possiamo evitare che il profilo risulti un blocco di testo illeggibile e inguardabile.

Si possono inserire delle immagini (o altri **contenuti multimediali**) in diverse sezioni.



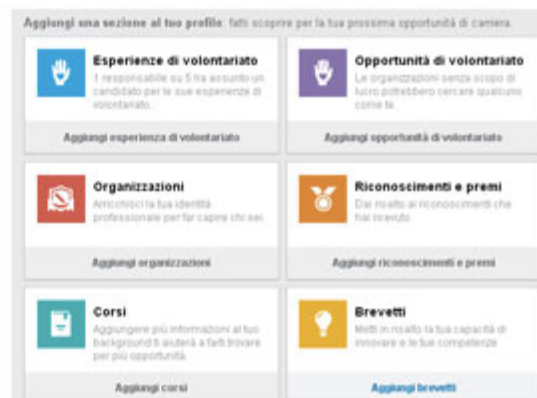
Fate clic su “Profilo/Modifica profilo”, poi, in corrispondenza della sezione da arricchire, fate clic sul pulsante di aggiunta di contenuti multimediali che si trova in alto.



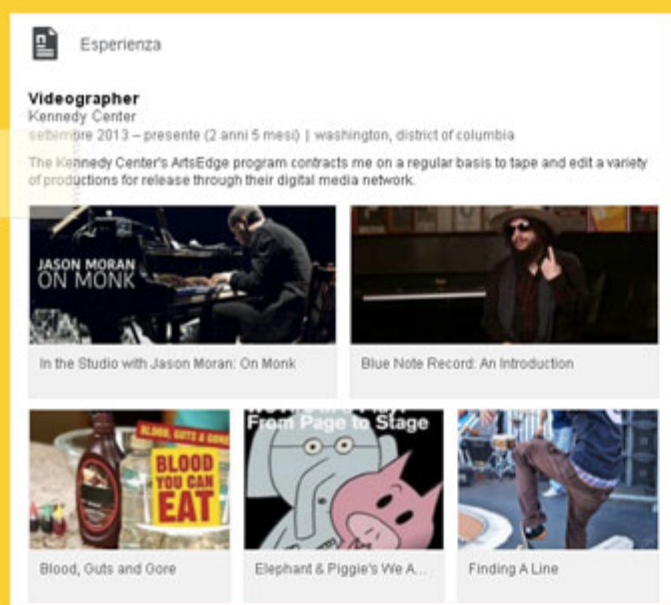
Si possono segnalare link o caricare file dal proprio computer.

Si possono ordinare le sezioni del profilo.

Basta trascinare su e giù le diverse sezioni, per disporle in modo strategico.



Sono molte le sezioni che si possono aggiungere, dalle esperienze di volontariato ai premi ricevuti e ai corsi seguiti.



L'artista e produttore multimediale Aram Vartian ha arricchito la sezione Riepilogo con contributi ad hoc.





7 Contatti

Fare networking con LinkedIn può portare, nel giro di qualche mese, a costruire un importante e **prezioso database di contatti**.

Un database organizzato con i contatti classificati anche in base a tag.

A che cosa servono tutti questi collegamenti?

Tra le altre cose, sono utili, nella **ricerca di lavoro**: in Italia due lavori su tre si trovano per conoscenze, sfruttando anche i collegamenti deboli (*weak ties*).

E se uno di questi collegamenti fosse su LinkedIn?



*Forse non tutti sanno che questi dati
possono essere scaricati
da LinkedIn in diversi formati,
come foglio di Excel, e usati anche al
di fuori del social network*

I collegamenti
possono essere esportati
anche in formati
compatibili con
l'importazione in
rubriche in ambiente
PC o Mac

Come fare? Esistono due strade. Si può andare in **Rete/Collegamenti** e, in fondo alla pagina selezionare il comando **"Esporta collegamenti"**.

La via più semplice è un link diretto: www.linkedin.com/people/export-settings.



8 Selezione dei contatti

Chi inizia a usare LinkedIn ha la smania di veder accrescere in modo esponenziale la propria rete di contatti.

Per questo invita e accetta chiunque.

Questo è un errore strategico, per almeno tre motivi diversi.



- 1 Una rete fuori target, troppo eterogenea, risulta scarsamente efficace, se non dannosa; troppe persone creano tanto rumore. Per nulla.
- 2 Venite giudicati anche in base alla vostra rete. Collegamenti sbagliati possono compromettere la vostra reputazione.
- 3 Se accettiamo la richiesta di contatto anche delle persone che non conosciamo, rischiamo di fare delle figuracce. Pensate se un conoscente vi chiede una referenza su una persona della vostra rete e non sapete che cosa rispondere...

Che cosa succede se abbiamo accettato inviti fuori target?

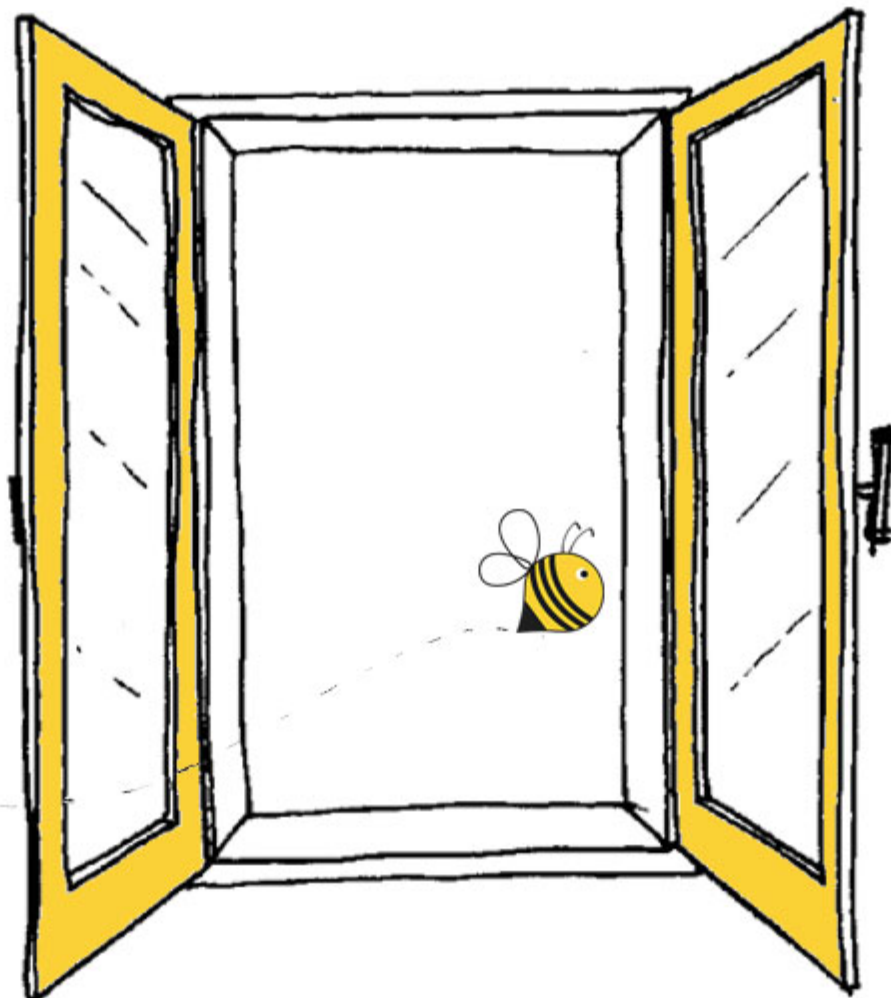
Basta andare in **Rete/Collegamenti/Rimuovi Collegamenti** o collegarsi direttamente all'indirizzo Web www.linkedin.com/people/conn-break-selection.

Nella finestra che si apre occorre selezionare il contatto o i contatti da eliminare, quindi premere il pulsante "Rimuovi i collegamenti".

Senza pietà!

I collegamenti rimossi non riceveranno alcuna notifica. Verranno aggiunti nuovamente al tuo elenco di contatti se deciderai di invitarli nuovamente in futuro.





Un profilo troppo aperto

Quando parlo di personal branding suggerisco, a chi può permetterselo (perché ha un ruolo adatto e contenuti sufficienti), di aprire un sito Web.

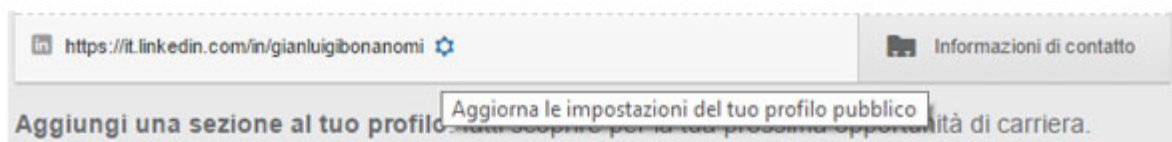
25 euro all'anno di investimento possono essere ben ripagati. In caso contrario, si può puntare molto sul profilo

LinkedIn: è **molto ben indicizzato dai motori di ricerca.**

Non ci credete? Fate il cosiddetto **egosurfing** (*ego=io, surfing=navigazione in Rete – in pratica cercare sé stessi online*) e ne avrete una dimostrazione: **il vostro profilo LinkedIn è certamente ben posizionato.**



Rovescio della medaglia: anche chi non è un vostro collegamento può vedere alcune informazioni del vostro profilo. Quali? Per scoprirle andare in Profilo/Modifica profilo. Concentratevi sul vostro “vanity URL” e fate clic sulla rotella che si trova di fianco all’indirizzo.



Sulla destra vedrete apparire una nuova sezione. Qui potete scegliere da un elenco predefinito, grazie a dei semplici segni di spunta, quali informazioni mostrare e quali nascondere.

Personalizza il tuo profilo pubblico

Gestisci le modalità di visualizzazione del tuo profilo pubblico per le ricerche effettuate su Google, Yahoo!, Bing, ecc.

[Per saperne di più >](#)

- Rendi il mio profilo pubblico visibile a nessuno
- Rendi il mio profilo pubblico visibile a tutti
 - Elementi base
 - Immagine
 - Sommario
 - Siti Web
 - Riepilogo
 - Posizioni lavorative attuali
 - Dettagli
 - Posizioni lavorative precedenti
 - Dettagli
 - Pubblicazioni
 - Lingue
 - Competenze
 - Formazione
 - Dettagli
 - Votazione esame
 - Progetti
 - Gruppi

Salva

Annulla

Per esempio potete nascondere la foto del profilo, le posizioni lavorative, la sezione della formazione, i gruppi frequentati e così via.



C'è anche la possibilità di rendere un profilo pubblico invisibile, ma questo, a mio parere, è un ossimoro.





10


Vanity Url

Il vostro profilo come ogni risorsa che si trova in Rete, ha un indirizzo di riferimento, un URL, che può essere personalizzato.

Seguite il percorso Profilo/Modifica Profilo.

Fate clic sulla rotella che si trova di fianco all'indirizzo, quindi spostate lo sguardo sulla destra. Trovate la sezione *"URL del tuo profilo pubblico"*.

Personalizzate l'indirizzo seguendo le indicazioni di LinkedIn su lunghezza e caratteri non consentiti. Eviterei i soprannomi... scrivereste "bomber" sul vostro biglietto da visita?



11 Visibilità delle rete

Durante una consulenza, una signora mi chiese se fosse possibile evitare che i suoi competitor vedessero tutta la lista dei suoi contatti.

Dentro c'erano i suoi fornitori: **informazione strategica** e, per lei, **riservata**.

Per evitare che tutti vedano la vostra rete di contatti, basta andare nelle impostazioni della privacy, poi in "Profilo". Qui si trova la voce "Seleziona chi può vedere i tuoi collegamenti".

Le scelte sono solo due: li potete vedere solo voi oppure tutta la rete di contatti.

Va bene la "rete sociale", ma a volte il business è asociale.

The screenshot shows a social media profile settings page. On the left, there is a navigation menu with icons for 'Profilo', 'Comunicazioni', 'Gruppi, aziende e applicazioni', and 'Account'. The main content area is divided into three columns: 'Gestione privacy', 'Impostazioni', and 'Link utili'. In the 'Gestione privacy' column, the option 'Seleziona chi può vedere i tuoi collegamenti' is circled in red. A tooltip points to this option with the text 'Chi può vedere i tuoi collegamenti?'. Other options in 'Gestione privacy' include 'Attiva/disattiva la diffusione della tua attività', 'Seleziona chi può vedere il feed dell'attività', 'Seleziona le informazioni che gli altri vedono quando visiti il loro profilo', 'Modifica la foto del profilo e la tua bio', 'Mostra/nascondi il modulo "Gli utenti che hanno visualizzato questo profilo hanno anche visualizzato..."', and 'Gestisci gli utenti bloccati »'. The 'Impostazioni' column includes 'Gestisci le tue impostazioni Twitter', 'Link utili', 'Modifica nome, sede e settore »', 'Modifica il tuo profilo »', 'Modifica il tuo profilo pubblico »', and 'Gestisci le tue segnalazioni »'.



12 Selezione all'ingresso

Nell'ottica di costruire una rete utile, non bisogna accettare tutte le richieste di amicizia che arrivano.

In alcuni casi sarebbe meglio proprio non ricevere richieste fuori target, per evitare imbarazzi o perdite di tempo. Per questo LinkedIn consente di fare una sorta di **selezione all'ingresso**, permettendo ai potenziali contatti di invitarvi solo a determinate condizioni.



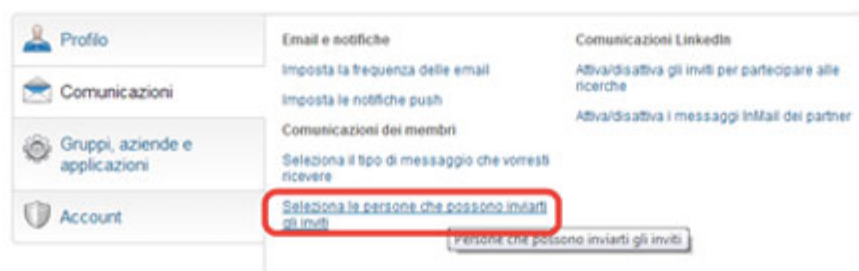
Per esempio a patto che conoscano il vostro indirizzo di posta: in tal caso avete la certezza che si tratti di qualcuno del vostro entourage.



Come fare?

Andate nella gestione della privacy e delle impostazioni che si trova nella sezione Comunicazioni, quindi fate clic su "Seleziona le persone che possono inviarti gli inviti".

Oltre a stabilire che può contattarvi solo chi conosce la mail, potete decidere di limitare questa possibilità a chi compare nell'elenco dei contatti importati (per esempio dalla rubrica di Outlook o di Gmail).



Se non usate questi filtri, potrebbero arrivarvi richieste assurde o imbarazzanti: da loschi figure che vi propongono una partnership in qualche crimine a escort che offrono i propri servizi (anche se le prostitute sono ufficialmente bannate da LinkedIn da qualche anno).

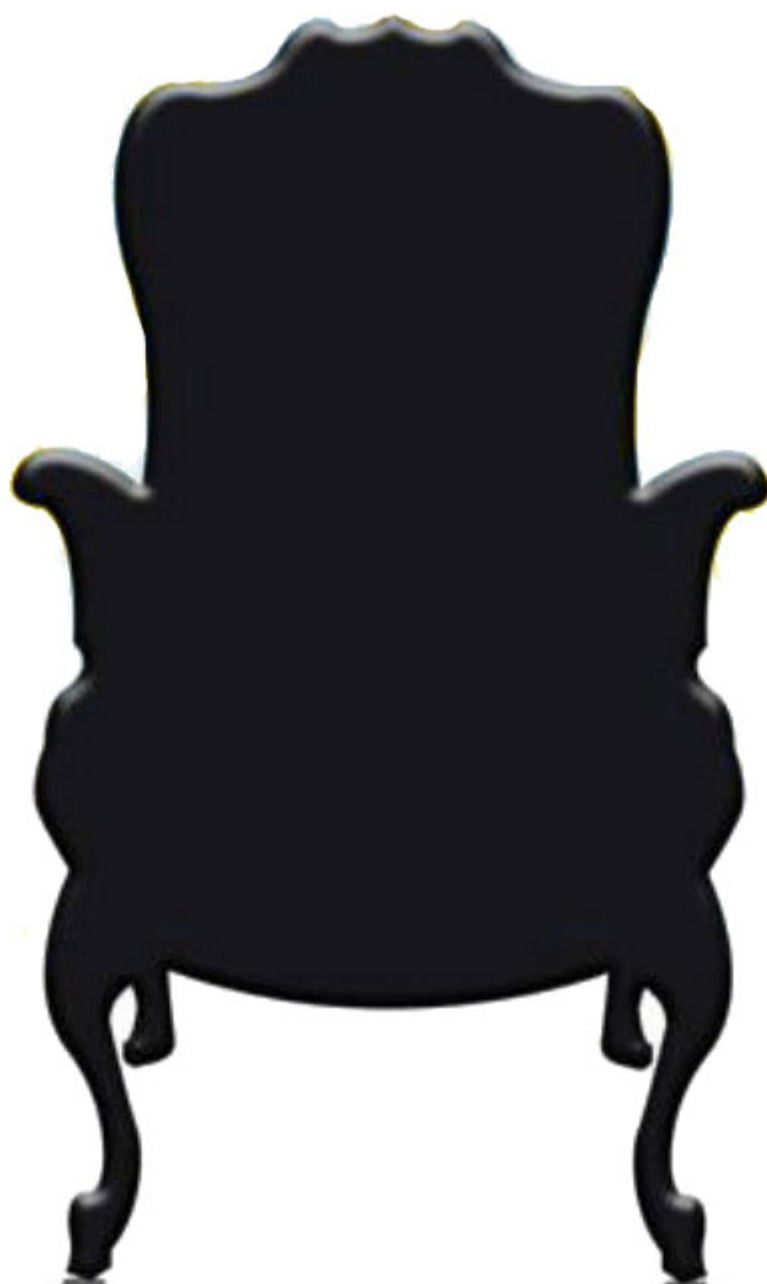


13 Non bloccare il capo...

Se non volete che qualcuno sappia che siete su LinkedIn o non volete che si faccia i fatti vostri, dovete bloccarlo.

Fare in modo, quindi, che se vi cerca su LinkedIn non trovi nulla.

Come fare? Dovete andare sul suo profilo e aprire il menu a tendina in corrispondenza della voce *"Invia un messaggio"* e scegliere *"Blocca o segnala"*. La persona non sarà avvertita del blocco, ma sarete semplicemente spariti.



14 Sicurezza

In "Balle spaziali" a un certo punto si parla di una combinazione. Senza farla tanto lunga, viene fuori che la combinazione è 12345 (scusate lo spoiler): grasse risate!

Peccato che, secondo una ricerca di SplashData la password più diffusa al mondo anche nel 2015 era "123456", seguita dalle solite "iloveyou", "qwerty" e così via.

Usare una password debole è folle. Ci sono programmi ad hoc che tentano automaticamente attacchi cosiddetti "a forza bruta", provando tutte le password più diffuse.

Non solo scegliere una password debole è pericoloso (anche i nomi dei figli o del cane non vanno bene), ma anche non cambiarla mai è sbagliato.



Per modificare l'“aperti-sesamo” di LinkedIn andate in gestione privacy e impostazioni, poi in “Account” dove trovate la voce “Cambia password”.

Sia chiaro, anche usare la parola “password” come password non è una buona idea...

The screenshot shows the LinkedIn account settings interface. On the left, a navigation menu includes 'Profilo', 'Comunicazioni', 'Gruppi, aziende e applicazioni', and 'Account' (highlighted with a red box). The main content area is divided into three sections: 'Gestione privacy', 'Impostazioni', and 'Email, telefono e password'. Under 'Impostazioni', there are several options like 'Modifica la foto del profilo e la visibilità', 'Mostra/nascondi le foto del profilo di altri membri', etc. Under 'Email, telefono e password', there are options like 'Aggiungi e cambia indirizzi email', 'Gestisci i numeri di telefono', and 'Cambia password' (highlighted with a red box). A tooltip for 'Cambia la tua password' is visible next to the 'Cambia password' link.

Anzi, la password non basta più. Ora si parla di **2 step verification**. Per attivarla anche su LinkedIn, andate in Impostazioni/Account e fate clic su “Gestisci le impostazioni di sicurezza”. Nella schermata che appare non resta che attivare il servizio, inserendo il vostro numero di cellulare. In questo modo **riceverete un SMS** ogni qual volta il sistema lo riterrà necessario.

Impostazioni di sicurezza

Processo di verifica in due passaggi per l'accesso

L'attivazione di questa funzionalità, causerà automaticamente la disconnessione laddove è stato effettuato l'accesso. La prima volta che sarà effettuato l'accesso con un nuovo dispositivo o con l'applicazione LinkedIn per dispositivi mobili, sarà necessario inserire un codice di verifica. [Per saperne di più >](#)

Attualmente **DISATTIVATO** • [Attiva](#)

Nota: alcune applicazioni LinkedIn non saranno disponibili quando selezionati questa opzione.

Fine

tu is megl che uan





15

Farsi trovare

Siamo tutti schiavi dei motori di ricerca. Per farci trovare online, dobbiamo ragionare come fa un esperto di **SEO** che brama le attenzioni di Google.

Anche su LinkedIn?

Absolutamente sì.

Un'ottima strategia per farsi trovare su LinkedIn consiste nell'uso consapevole e ottimizzato delle **keyword**, le parole chiave.

Non ha alcun senso inserire come posizione lavorativa "impiegato", perché nessuno cerca un impiegato generico, piuttosto si cerca *impiegato commerciale, impiegato amministrativo, impiegato tecnico, impiegato bollettazione, impiegato contabile* etc.



Dove si piazzano le keyword? Innanzitutto nella headline, ovvero nel titolo che compare sotto al proprio nome. Qui vanno inserite le proprie qualifiche.

Vale la pena inserire più posizioni? Se si hanno più specializzazioni, senza passare per "tuttologi", perché no?

Le keyword vanno piazzate anche nel **sommario**, quello spazio da (massimo) 2000 battute dove descrivete la vostra vita lavorativa.

Vanno distribuite anche in ogni posizione lavorativa – attuale e precedente – così come possono diventare singole voci della sezione "Competenze ed esperienze" (**le skill**).

Volendo si possono mettere anche nella sezione interessi o tra i progetti, ma senza esagerare.

16 C'è Posta per te

Ricevete una email da LinkedIn tra le tante: vi chiede di congratularvi con Gino perché sono già quattro anni che lavora nella sua azienda.

Non siete su LinkedIn per questo, anzi la cosa diventa fastidiosa nel momento in cui le notifiche che vi arrivano in e-mail sono molte, quasi a livello di spam.

Per ridurre il numero di comunicazioni ricevute, dovete andare nella gestione della privacy e delle impostazioni, quindi in Comunicazioni/Imposta la frequenza delle email. Potete scegliere cosa ricevere e ogni quanto tempo.

Poi congratulatevi con Gino: tenersi un lavoro, di questi tempi, è effettivamente un evento.





17

Interazioni nei gruppi

LinkedIn è, prima di tutto, un social network. Dà molte possibilità di interazione: la più interessante è certamente quella dei gruppi.

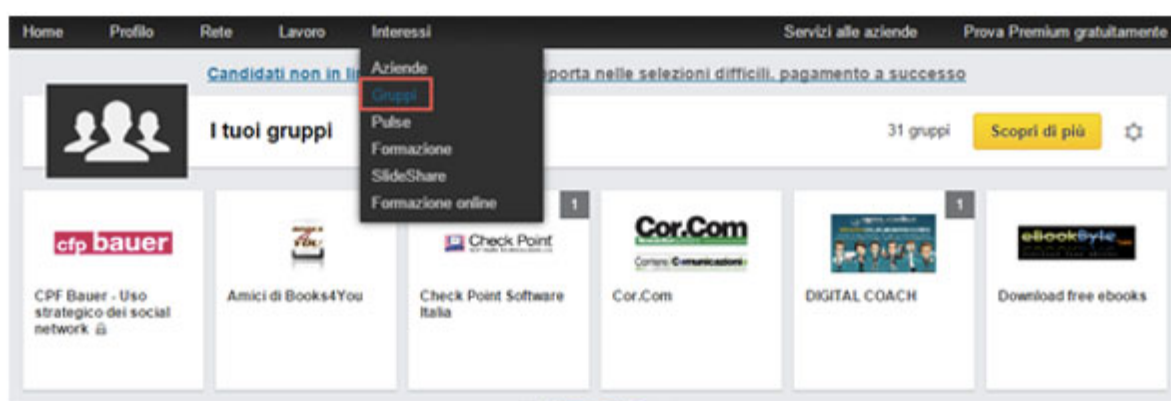
Si tratta di gruppi di discussione monotematici, pubblici o privati, e ce n'è per tutti i gusti: del resto chiunque può aprirne uno, anche voi.



I gruppi rappresentano un'opportunità eccezionale da molti punti di vista: in ottica *personal branding*, potete mostrarvi esperti del vostro settore o, meglio, della vostra nicchia; potete seguire *le ultime novità* su un tema confrontandovi con altre teste; potete contattare, con *messaggi privati*, tutti i membri del gruppo.

In ambito *social media marketing*, soprattutto B2B, il presidio dei gruppi rappresenta un'attività fondamentale al fine dell'*ascolto della rete* e, se fatto senza esagerare, della *promozione del brand*.

Per accedere alla sezione dedicata, andate in Interessi/Gruppi.

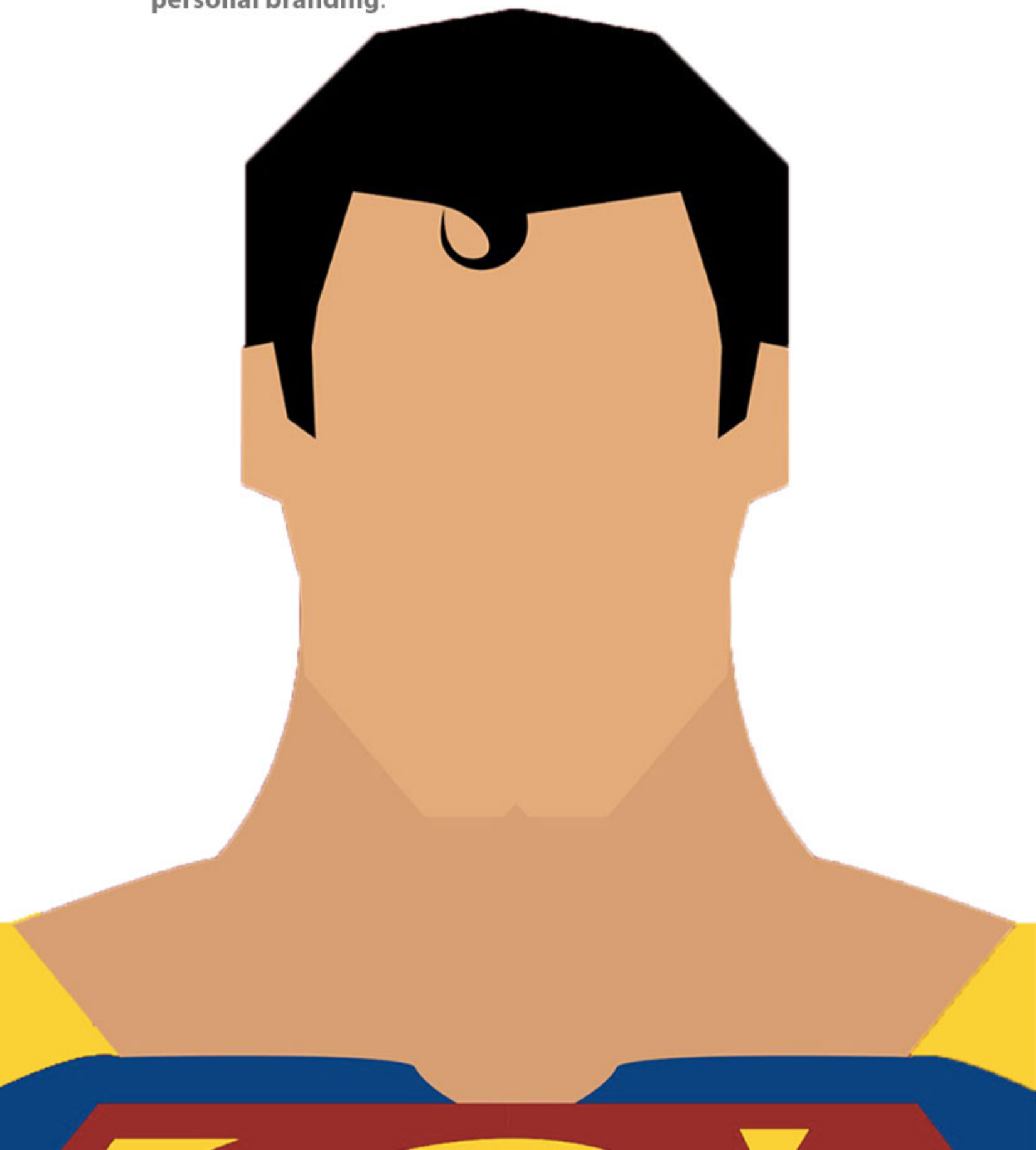


18

Personal Branding

Per dirla all'americana: **siamo tutti CEO di noi stessi**. Ognuno è un'azienda, qualcuno preferisce dire: una start-up.

Dobbiamo saper promuovere noi stessi, vendere le nostre competenze, anche metterci in mostra. Da questo punto di vista, LinkedIn è uno strumento fondamentale per fare **personal branding**.



LinkedIn consente infatti, come visto, di avere un'ottima visibilità online, ma anche di valorizzare le competenze.

Questo si può fare curando il profilo con tutte le keyword al posto giusto, frequentando i gruppi giusti oppure, da qualche tempo, anche facendo **social blogging**.

Sto parlando di **Pulse**.

Si tratta di uno strumento di publishing, acquisito da LinkedIn e ora integrato nella sua piattaforma, che permette di **pubblicare dei post e di associarli al profilo, con tanto di foto e nome in bella evidenza**. La pubblicazione di ogni articolo viene notificata automaticamente a tutta la propria rete.

Al momento Pulse è utilizzabile solo con interfaccia in inglese (andate in Impostazioni/Lingua – Cambia), anche se poi gli articoli risultano visibili anche a chi usa l'interfaccia in italiano.



CONTENT
IS THE
KING

19 Profilo Personale & Profilo aziendale

In LinkedIn non esistono solo i profili personali dei professionisti: anche le aziende possono avere una pagina di riferimento.

Le pagine, che possono essere aperte solo da personale interno all'azienda, servono come punto di riferimento per diversi motivi, non solo perché tutti i dipendenti si possono "agganciare".

Si possono diffondere news ufficiali, pubblicare annunci di lavoro, farsi seguire da persone interessate, controllare le statistiche di accesso ai contenuti, aprire pagine vetrina per singoli prodotti o servizi e - last but not least - lanciare, gestire e monitorare campagne di advertising. Tutte cose che con un profilo personale non sono possibili: ecco perché è sbagliato intestare un profilo personale a un'azienda.

Ci sono professionisti che si identificano totalmente con la propria azienda, il contrario non è contemplato





20 Gli errori

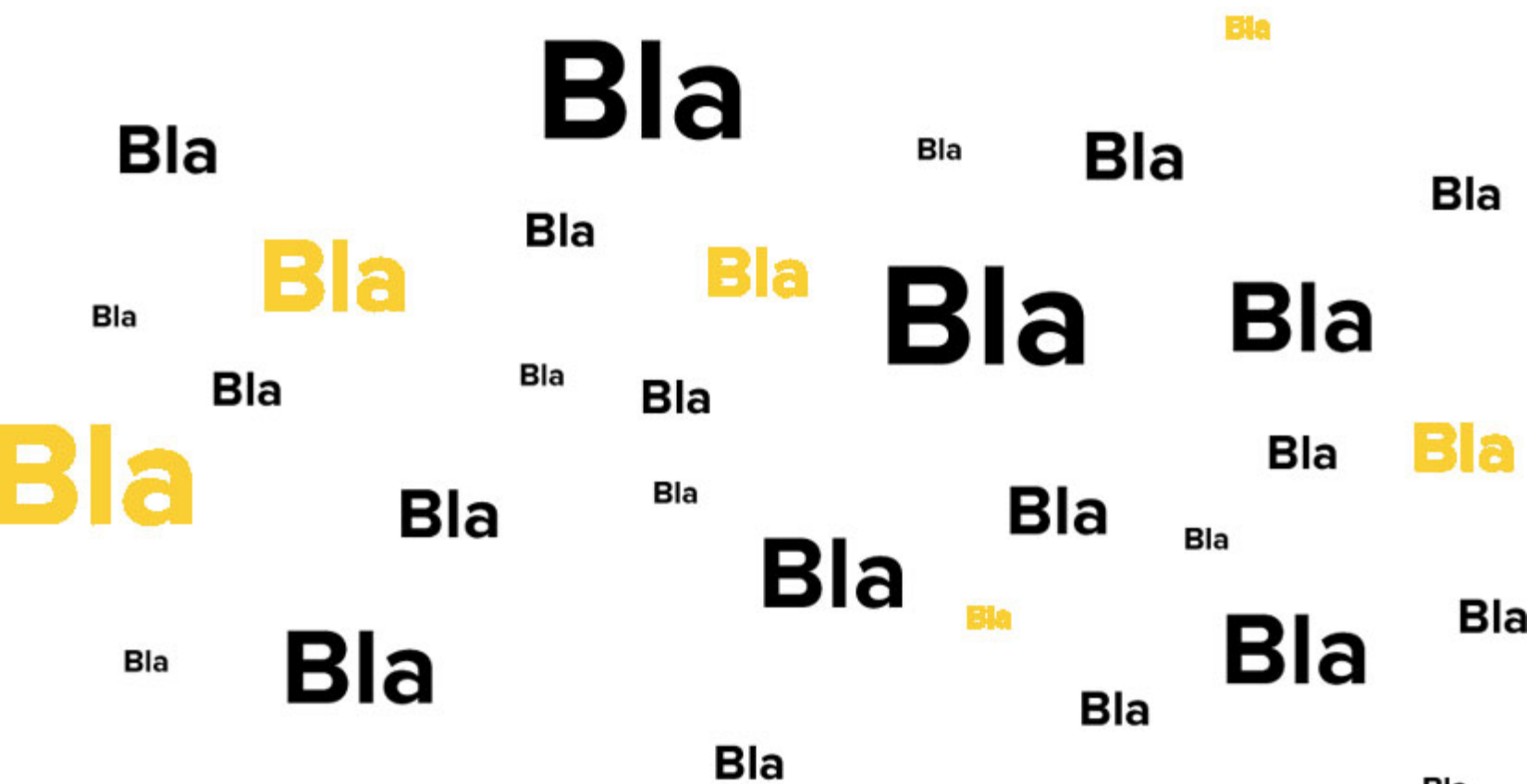
Piccolezze: un refuso, un apostrofo al posto di un accento, sviste grammaticali posso cambiare il giudizio su di noi.

Online, in particolare, siamo quello che scriviamo. Siamo giudicati (anche) da come articoliamo e scegliamo le parole, perché spesso non si hanno altri elementi di giudizio (linguaggio non verbale, tono, abbigliamento, ecc.).

Il consiglio è scrivere i testi in Word, con il correttore ortografico attivato, e di copiarli poi nel profilo LinkedIn.

*Com'era la vecchia storia
delle travi negli occhi?
Siamo bravissimi a
trovare gli errori,
ma solo quelli altrui.*





21 Parole, parole parole

Nessuno ha voglia di leggere troppo online, a maggior ragione adesso che lo si fa su schermi più piccoli.

I testi di accompagnamento a immagini e link online devono essere ancora più corti (i post con 40 caratteri fanno registrare quasi il doppio di engagement in più rispetto ai post più lunghi).

Non scrivete troppo, soprattutto nel riepilogo e nelle singole posizioni lavorative.

Qualcuno, addirittura, abbandona la prosa per darsi agli elenchi puntati.

Per gli aggiornamenti di stato bisognerebbe limitarsi a scrivere una ventina di parole al massimo.

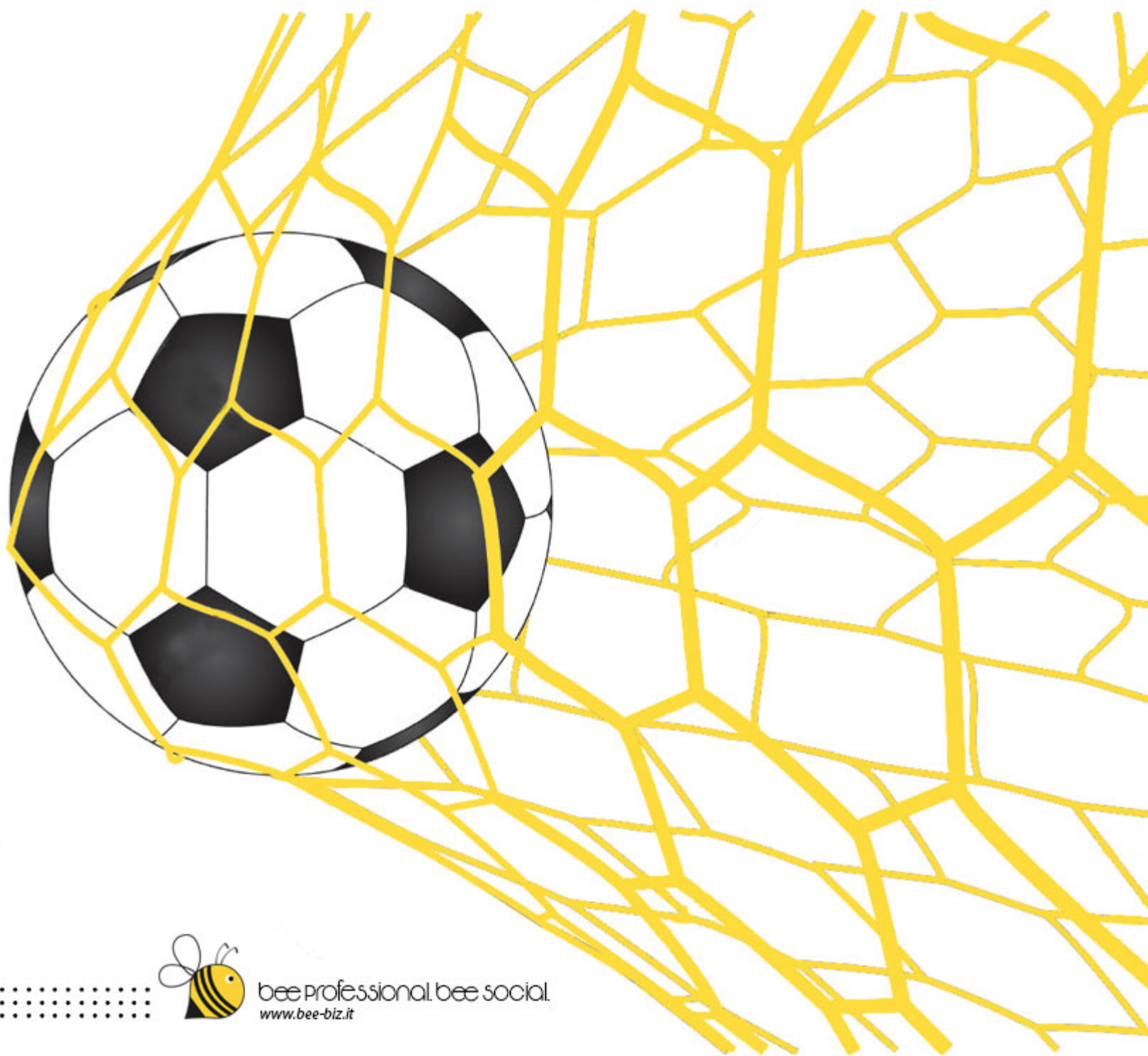


22 Fare rete

Un'altra delle differenze tra un CV e un profilo LinkedIn: online si possono sfruttare le potenzialità della Rete, **linkando delle risorse esterne** utili a completare il proprio profilo: un sito Web personale, quello aziendale, il profilo Twitter, un canale YouTube e via dicendo.

Per inserire questi link andate in Profilo/Modifica profilo, fate clic su "Informazioni di contatto" (*sezione che si trova sotto alla vostra foto*) e modificate la sezione "Siti Web".

LinkedIn permette di inserire fino a tre link in uscita, oltre al profilo Twitter.





23 Non barate

Un tempo era prassi diffusa fare un piccolo lifting al CV, tanto chi volevate vi beccasse?

Ora tutto è online: è molto più facile essere colti in castagna con veloci controlli incrociati.

Ruoli, posizioni, esperienza, skill: sono tutti dati che devono essere riportati con la massima cura, onde evitare figuracce irrecuperabili.



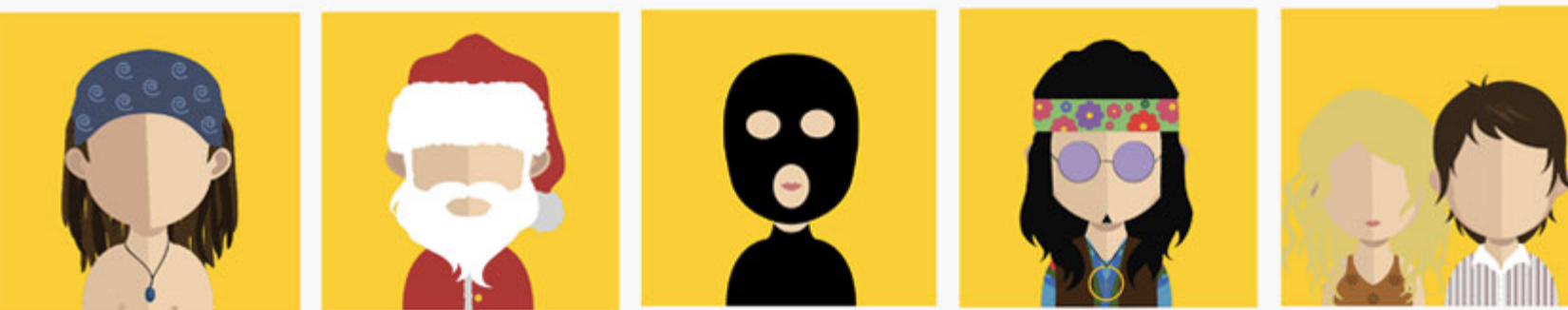
24 Foto Profilo

La foto contribuisce alla prima impressione che gli altri si fanno di voi: lo sapevate che bastano 100 millisecondi, un decimo di secondo, per farsi un'idea su qualcuno?



*Mettereste una vostra foto in costume sul CV?
Allora non dovrete metterla nemmeno come immagine del profilo LinkedIn.*





Una vera e propria galleria degli orrori!

Esistono delle **regole** per scegliere l'immagine giusta. Prima di tutto dovrebbe essere un'immagine recente, non un residuo, un reperto vintage: quando qualcuno vi incontra di persona, dovrebbe riconoscervi subito; pazienza per i chili in più e i capelli in meno.

La foto dovrebbe essere funzionale allo scopo di permettere agli altri di vedere il vostro volto; quindi parliamo di un primo piano (no figure intere o piani americani alla film western) e soprattutto di uno sfondo omogeneo (no, non si deve

vedere l'ombrellone alle vostre spalle).

Sorridete - non guasta mai - ma soprattutto guardate in camera: gli sguardi persi verso l'infinito leopardiano non vanno bene.

Anche il vestiario conta: in un social network professionale meglio evitare le magliette degli Iron Maiden.

La foto non deve essere troppo scura, né troppo chiara.

La foto, insomma, dovrebbe essere come quella del passaporto, ma non quella del passaporto: lì, di solito, sembrate degli zombie.

Del resto l'immagine è piccola (basta un quadrato da 400 per 400 pixel) ma deve permettere di farvi riconoscere anche su schermi da tre pollici o poco più.



25 Sbagliare tono

In un social network, e quindi in una rete sociale, si comunica.

Sbagliare il tono della comunicazione è un errore marchiano, ma è anche facile correggersi.

Sbagliare tono, su LinkedIn, può voler dire approcciarsi a uno sconosciuto in modo troppo diretto, non commisurare le richieste al grado di conoscenza oppure, caso tipico, utilizzare i messaggi preimpostati di LinkedIn per chiedere un contatto: senza personalizzare e soprattutto contestualizzare la richiesta, questa suona impersonale, fredda, standardizzata.



Eravate colleghi?

Rimembrare i bei vecchi tempi.

Avete conosciuto quella persona a un evento, a una fiera, a una conferenza stampa?

Scrivetelo.

Avete delle conoscenze in comune?

Elencatele.

Lavorate nello stesso settore e potreste avere occasioni per collaborare?

Partite col piede giusto.



Ricordate sempre, però, che si parla di comunicazioni online: devono essere dirette, senza giri di parole; bisogna andare subito al dunque, come del resto bisognerebbe fare nelle e-mail di lavoro.

Ultima cosa: un po' di bon ton; usare LinkedIn in modo "concreto" e scrivere in modo stringato va bene, ma cosa costa aggiungere un saluto o un ringraziamento?



26 Skill

Che peso possono avere le segnalazioni (io le definirei "endorsement") nell'economia del proprio profilo?

Non sottovalutatele: è vero che sono tutte testimonianze positive (quant'è bello, quant'è bravo), anche perché si possono censurare quelle critiche, ma è anche vero che rendono il **profilo più completo e interessante.**

In ogni caso – cosa da non sottovalutare – una persona si è presa la briga di parlare di voi, in qualche modo esponendosi.

Il consiglio quindi è di non trascurare questo mezzo, di richiedere le segnalazioni e di lasciarle a vostra volta.

Lo stesso vale per la conferma delle skill (come visto, parole chiave strategiche fatte e finite), ormai proposto insistentemente dal sito e nell'app.



Come si scrive una segnalazione?

Prima di tutto si deve spiegare brevemente perché si conosce la persona, poi si fa cenno alle qualità che contano per un lavoratore *(per esempio attenzione ai dettagli, focus sugli obiettivi, lavoro in team...)*.

Meglio se si racconta una breve "storia di successo".

Infine si dovrebbe rendere memorabile la segnalazione con una chiusura forte: basta anche un "Mi piacerebbe lavorare ancora con lui".

Competenze e conferme

Competenze principali

68	Social Networking	
57	Digital Marketing	
41	Social media marketing	
38	formazione	
33	LinkedIn	
29	Web 2.0	
18	Event Management	
22	Blogging	
9	New Business Development	
18	Digital Strategy	

Altre competenze di Alessandro

7	Video Production	14	Marketing communication	26	Email Marketing
21	Advertising	9	E-commerce	4	Training
				3	Business networking

Una curiosità:
inizialmente le segnalazioni su LinkedIn si chiamavano "raccomandazioni".

Poi hanno capito che in Italia non era il caso...



27 Share or Die

C'è un libro che circola da tempo negli Usa: si chiama "Share or die", condividi o muori.

Il libro racconta la sharing economy, il mondo al tempo dei social network, l'importanza di mettere in condivisione più risorse possibile, fosse anche solo qualche link scovato in Rete.

Si può fare in diversi modi.

Su LinkedIn, una vetrina dove mettere in mostra le proprie competenze, condividere è fondamentale.





Gli aggiornamenti di stato (pensieri, suggerimenti, documenti, immagini, video, link) sono il modo più semplice e diretto.

Tra l'altro, se si usano più social, esistono sistemi di automatizzazione della distribuzione dei contenuti, come **Hootsuite** e **Buffer**.

Negli ultimi anni LinkedIn ha acquisito anche il sistema di cloud storage **Box** e il paradiso delle slide **SlideShare**, facile quindi condividere file e presentazioni.

Chi invece vuole realizzare veri e propri post ha a disposizione, come visto, il social blogging di **Pulse**.

Ma il modo in assoluto più importante è certamente quello di iscriversi ai gruppi o, *perché no?*, creare un proprio gruppo.

Lo scopo è sempre lo stesso: farsi accreditare come esperti del proprio settore, meglio se della propria nicchia.

Un obiettivo condivisibile.



28 Spiare senza essere beccati



*Va bene il networking,
va bene il personal
branding, ma sapete qual
è il motivo principale per
il quale la gente usa
LinkedIn?*

*È sapere chi ha visitato il
proprio profilo...*

Come al solito, però, si vorrebbe fare agli altri quello che non si vuole subire. In pratica: *è possibile visitare il profilo altrui senza essere beccati?*

La risposta è sì.

Basta andare nelle impostazioni della privacy e, nella sezione Profilo, accedere a "Seleziona le informazioni che gli altri vedono quando visiti il loro profilo". Qui avete tre scelte: mostrare tutto, rendersi parzialmente o completamente anonimi. Rovescio della medaglia: se vi rendere completamente anonimi "navigazione in modalità privata", non avrete più accesso alle informazioni su chi visita il vostro profilo.

Sicuri di voler perdere il bello?

29 Profilo multilingua



Che senso ha avere il profilo con interfaccia in italiano ma con i testi in inglese? Molto meglio, a questo punto, avere due profili; tanto costano come uno solo: zero.

Come fare?

Basta fare clic sul menu "Visualizza profilo" e scegliere "Crea il tuo profilo in un'altra lingua".

Una curiosità:

Si possono creare più profili in più lingue, fino a un massimo di 41, tutte associate a un unico account.

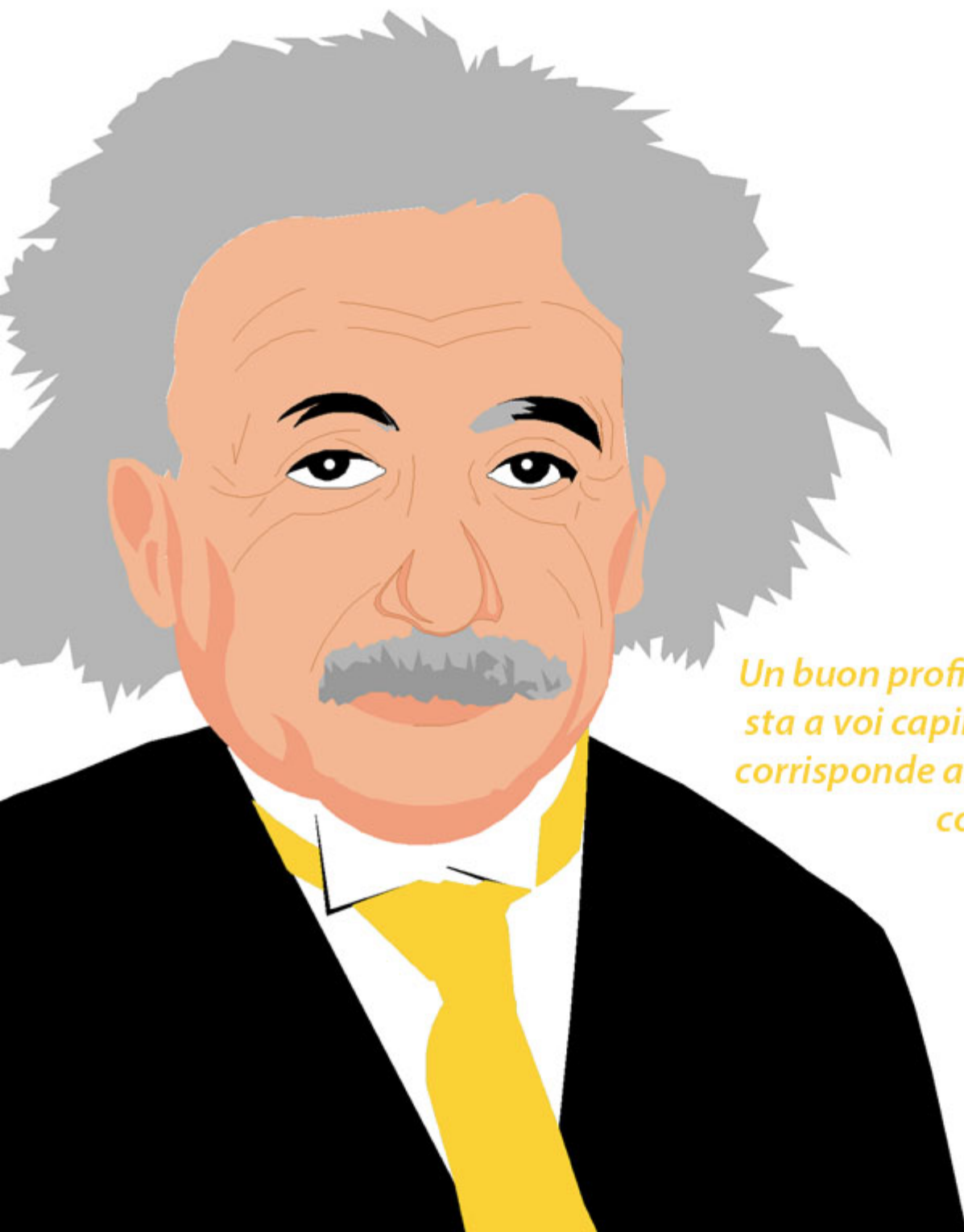
A meno che non siate babilonesi, sono un po' troppe.

30 'Avere i numeri'

Tutto, sul Web, è misurabile.

L'analisi di un paio di dati accessibili a tutti, anche a chi ha solo un profilo LinkedIn base e gratuito, può essere utile per misurare l'efficacia della propria presenza online.

Mi riferisco, in particolare, alle visite al proprio profilo.



*Un buon profilo macina numeri,
sta a voi capire se alla quantità
corrisponde anche la qualità dei
contatti*

bee
-biz

social media marketing



un marchio SANGALLI M&C