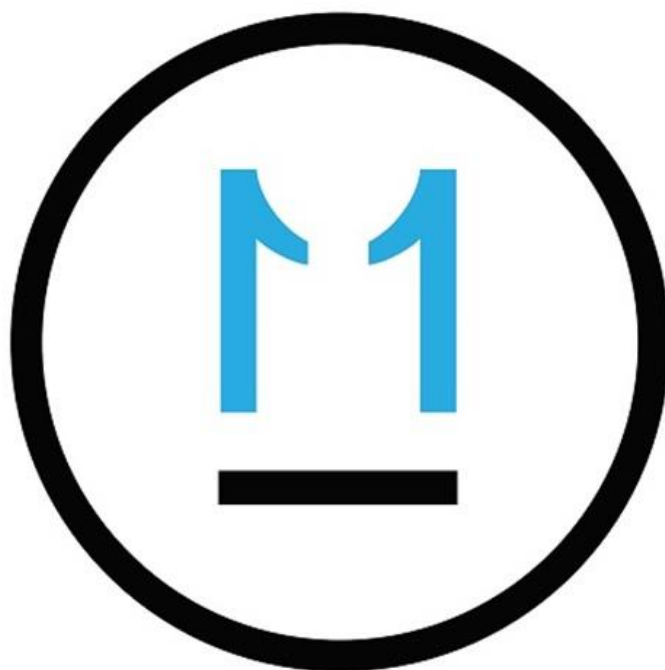


# GUIDA OTTIMIZZAZIONE SEO PROFILO LINKEDIN

MIGLIORA IL TUO PROFILO, ACQUISISCI PIU' CONNESSIONI!



In questa Guida sull'“Ottimizzazione SEO profilo [LinkedIn](#)” ti diamo alcuni consigli per migliorare l'efficacia del tuo profilo sul famoso social network, in modo da allargare la tua rete di contatti e trovare nuove opportunità di business.

Grazie all'analisi di **8 punti fondamentali**, potrai avviare il tuo primo “LinkedIn Audit”, verificando se ci sono eventuali aree di miglioramento per rendere più performante il tuo profilo!

## 1) OTTIMIZZA FOTO E COVER DEL TUO PROFILO

Posizionamento Business Online e Offline

- Differenziati dalla concorrenza.
- Attiva più contatti qualificati.
- Acquisisci più clienti.

+39 338 280 2359 elio@11marketing.it

**Elio Castellana**  
Digital Marketing & Key Account Manager, SEO SEM Specialist, ELEVEN MARKETING (Owner)  
Roma, Italia

Aggiungi sezione del profilo ▾ Altro...

ELEVEN MARKETING, Consulenza Marketing Rom...  
Sapienza Università di Roma  
Vedi informazioni di contatto  
Vedi collegamenti (395)

### Come ottimizzare "esteticamente" il tuo profilo:

Uno degli aspetti più importanti per l'ottimizzazione del tuo profilo LinkedIn è l'ottimizzazione "estetica" del tuo account .

Per il tuo profilo devi utilizzare una **foto professionale**, mentre per l'**immagine di sfondo** – "cover", devi scegliere un'immagine che rimandi direttamente alla professione che ricopri e ai servizi che offri ai tuoi clienti.

### Foto del tuo profilo: consigli

Secondo noi, una **foto "appropriata"** per LinkedIn è una foto che rispetta i seguenti "requisiti":

- Foto di alta qualità: chiara, non pixelata.
- Foto che mostri chiaramente il tuo viso.
- Foto con sfondo semplice.
- Foto con abbigliamento appropriato.
- Foto in cui sorridi!

Ricorda che in determinati settori, l'"**abito fa il monaco!**"

Ad esempio, se ti occupi di Consulenza Aziendale, una foto con camicia e abito potrebbe essere più appropriata di un'immagine che ti ritrae con cappellino e la t-shirt.

Viceversa, se ti occupi di grafica multimediale o di fotografia, un abbigliamento più sportivo o "casual" potrebbe essere più coerente con l'immagine che vuoi trasmettere ai tuoi contatti potenziali.

Ma soprattutto: **lascia perdere i selfie!**

### Immagine di copertina: consigli

L'immagine di copertina di "default" di linkedin prevede uno sfondo blu con delle forme geometriche.

Perchè sprecare spazio?

Se vuoi lavorare correttamente per l'ottimizzazione SEO del tuo profilo linkedin, è meglio che arricchisci la tua immagine di copertina con dei "titoli" o degli "slogan" che valorizzino la tua professione o la tua Azienda.

Queste le integrazioni che potresti fare:

- Aggiungi un titolo che mostra ai tuoi visitatori le tue competenze o il tuo business.
- Aggiungi l'URL del sito Web.
- Includi dei riferimenti "call to action" che consentano agli utenti di contattarti.



Nell'esempio qui sopra, io ho deciso di ottimizzare la copertina del mio profilo LinkedIn con:

- Cover personalizzata: con immagine che fa riferimento ad una delle mie specializzazioni: la SEO.
- Titolo/Pay Off rappresentativo: "Posizionamento Business online e offline".
- Invito al "call to action" con telefono ed email.

Grazie all'ottimizzazione "estetica" del tuo profilo (foto + cover) i tuoi potenziali clienti capiranno a "colpo d'occhio di" cosa ti occupi e potranno contattarti immediatamente!

## 2) SCRIVI UN PROFILO CONVINCENTE!

**Scrivi un profilo convincente!** Tieni presente che linkedin non deve essere semplicemente uno strumento online per "riassumere" in maniera "asettica" il tuo Curriculum Vitae.

Cerca di "spremere" questo importante social, scrivendo ed ottimizzando correttamente anche:

- L'"**Headline**" (il titolo del tuo profilo),
- Il "**Summary**" (il riassunto del tuo profilo).

### "**Headline**": il titolo del tuo profilo

Linkedin da la possibilità di descrivere il titolo del tuo profilo utilizzando **120 caratteri**.

Questo campo è importantissimo! Ti consiglio di inserire al suo interno le **parole chiave più importanti relative alla tua professione e ai servizi che offri**.

Ovviamente, la minore o maggiore presenza di parole chiave dipende dal "tono" che vuoi dare al tuo profilo e al messaggio che vuoi veicolare al tuo target.




Se preferisci, puoi valorizzare il tuo titolo **inserendo i vantaggi che puoi offrire** ai tuoi clienti/partner potenziali. Nell'immagine in basso trovi un esempio di "Titolo" che ho scelto per il mio profilo.

LinkedIn

## Elio Castellana

Digital Marketing & Key Account Manager, SEO SEM Specialist, Marketing Consultant for ELEVEN MARKETING (Owner)

Roma, Italia

-  ELEVEN MARKETING, Consulenza Marketing Rom...
-  Sapienza Università di Roma
-  Vedi informazioni di contatto
-  Vedi collegamenti (395)

[Aggiungi sezione del profilo ▾](#)

[Altro...](#)

### "Summary": il riassunto del tuo profilo

"Summary" (il riassunto del tuo profilo) è un'altra importantissima sezione di LinkedIn; in quest'area hai la possibilità di **inserire fino a 100 parole...** un'opportunità da non trascurare!

Dopo aver ottimizzato il tuo "Headline", in questa sezione non devi comunicare al tuo target non solo i servizi che offri, ma anche e soprattutto **i vantaggi che puoi dare ai tuoi clienti.**

Questo "campo" è molto simile alla pagina "chi siamo" del tuo sito web; compilando questa sezione devi **coinvolgere il tuo target** con servizi e soluzioni che soddisfano le loro necessità.

[Aggiungi sezione del profilo ▾](#)

[Altro...](#)

---

I offer Marketing & Digital Marketing Services for Professionals and small medium companies. My Marketing Consultancy is aimed at promoting business client through: Marketing Plans, Web Design, SEO SEM & Qualifies Appointments with potential partners and clients. ELEVEN MARKETING Strategies and instruments will help your business find new customers with the best value for your money!

---

[Meno dettagli ^](#)

## "Experience" Section: sezione esperienze professionali

La sezione "esperienze professionali" è la sezione più simile ad un Curriculum Vitae.

Il mio consiglio è non limitarti, semplicemente, ad elencare le tue esperienze professionali; **cerca di valorizzare ogni singola esperienza con i risultati che hai portato alla tua Azienda/tuo cliente**, inserendo anche le competenze/conoscenze acquisite. In questo modo, "coinvolgerai" maggiormente il tuo lettore.

### > Consiglio:

- 1) Non inserire le collaborazioni che sono poco rilevanti per il tuo profilo!
- 2) Inserisci le esperienze professionali e le collaborazioni che sono più in linea con le tue competenze, in modo da creare maggiore "coerenza" con il posizionamento della tua professione!

### 3) SCEGLI LE "KEYWORDS" PIU' EFFICACI

Se sei registrato su LinkedIn e desideri ricevere più visite possibile da contatti che potrebbero essere interessati ai tuoi prodotti o servizi, devi **ottimizzare il tuo profilo con delle keywords efficaci**.

Quali parole chiave scegliere per posizionarti efficacemente su LinkedIn?

Innanzitutto, devi sapere, che la maggior parte degli utenti di questo Social, utilizza linkedin, non come fosse un motore di ricerca (tipo Google), digitando parole chiave tipiche della **"Long Tail"** (esempio: "*web marketing per piccole medie aziende*" ) ma lo impiega digitando parole chiave del tipo:

- *"Digital Marketing"*.
- *"Esperto SEO"*.
- *"Account Manager"*.
- Ecc.

Questa tipologia di ricerca, tende a precludere all'utente medio la possibilità di trovare profili specifici o servizi particolari, più in linea con le proprie esigenze.

#### > Consiglio:

per scegliere le parole chiave più efficaci e coerenti con le ricerche dei tuoi target potenziali, utilizza un "mix" di parole chiave tipiche di linkedin:

- Es: *"Digital Marketing"*, *"Account Manager"*

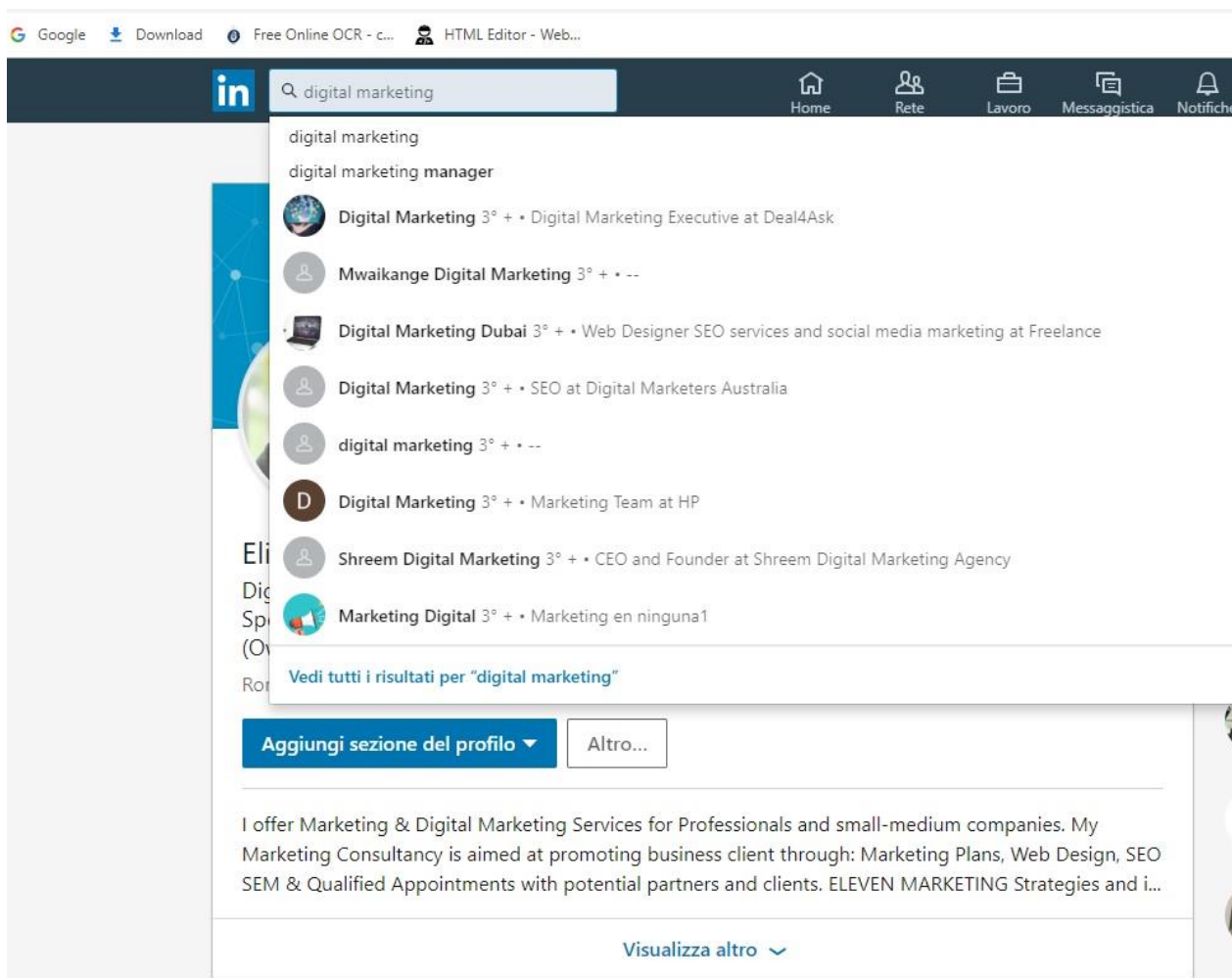
Insieme a delle parole chiave più specifiche (tipiche della long tail di Google):

- Es: *"Digital marketing manager Roma"*, *"Esperto posizionamento SEO PMI"*, *"Account manager settore energia"*.



## Come trovare le parole chiave più coerenti ed efficaci per il tuo profilo:

- Digita sulla barra di ricerca di linkedin la parola chiave più breve (composta da uno o due termini) associata alla ricerca che più ti rappresenta. Nell'esempio in basso io scelgo "Digital Marketing".



- Sotto la lista restituita da linkedin c'è la voce "vedi tutti i risultati"; se espandi questo elenco, noterai che al top di questa lista ci sono le connessioni della tua rete 1°, 2°, 3° ecc.

Nell'immagine in basso, puoi notare il volume totale dei risultati restituiti in funzione della parola chiave digitata.

The image shows a screenshot of the LinkedIn search interface. At the top, the search bar contains the text "digital marketing". Below the search bar, there are navigation tabs for "Persone", "Collegamenti", "Località", "Aziende attuali", and "Tutti i filtri". A banner at the top of the results area reads "Develop your skills - Unlock free access to 13,000+ expert-led courses for 30 days". The search results are displayed as a list of profiles. The first profile is for "Manuela Giannattasio", a Digital Marketing & User Experience Manager in Rome, Italy, with a "Collegati" button. The second profile is for "Alessandro Reda", a Digital Marketing & Sales professional in Rome, Italy, also with a "Collegati" button. The third profile is for "Emanuele Volpe", a Digital Marketing Student at Digital Coach in Rome, Italy, with a "Collegati" button. The fourth profile is for "Luca De Marco", a Digital Marketing Manager in Rome, Italy, with a "Collegati" button. The fifth profile is for "Chantal Bombaci", a Digital Marketing Consultant in Pisa, Italy, with a "Messaggio" button. The number "9,638,836 risultati" is circled in red at the top of the results list.

.. lo scopo della nostra attività è verificare quali e quante sono le parole chiave utilizzate dai profili che hanno una professionalità più simile alla nostra! (es Digital Marketing ...).

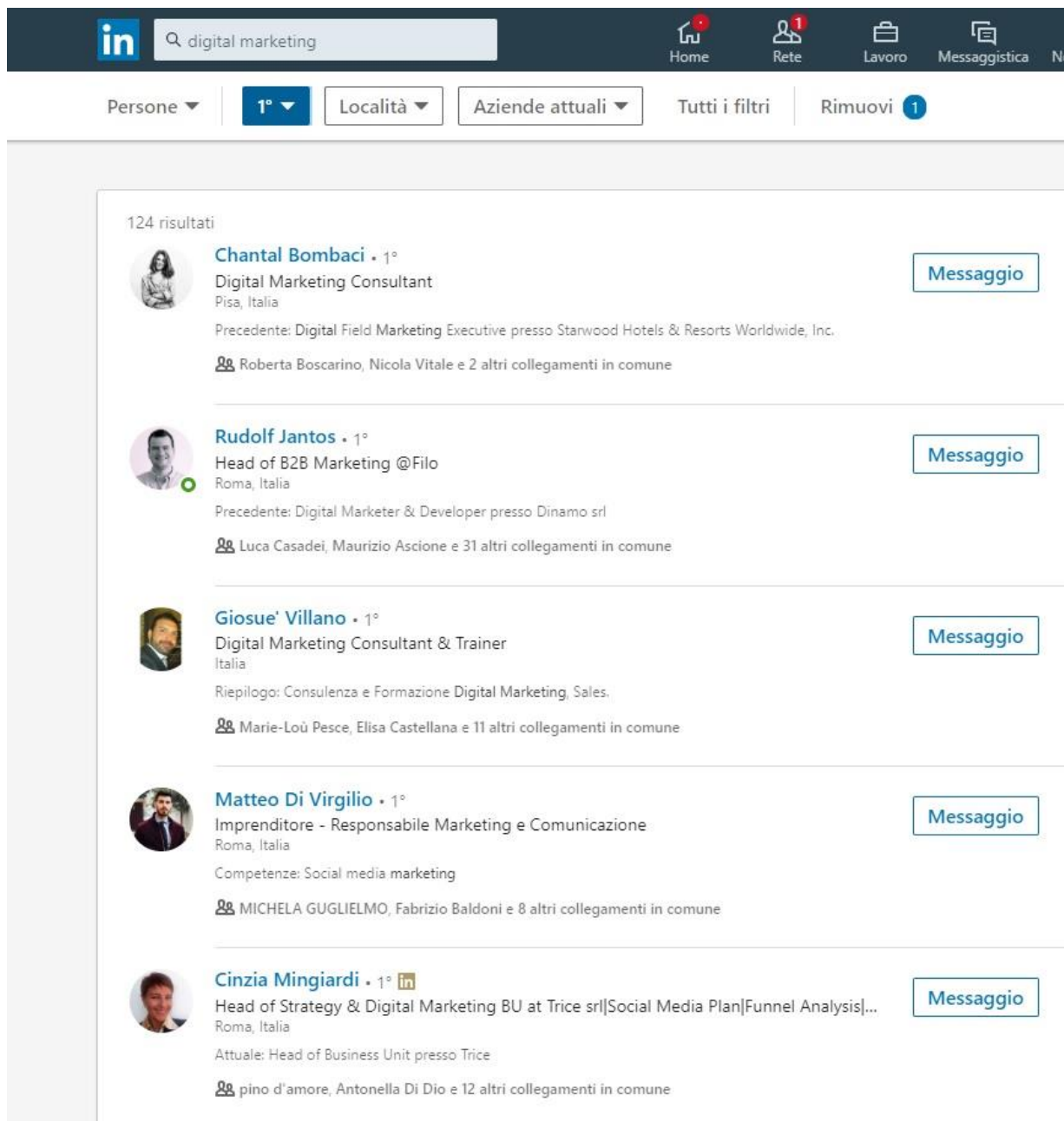
- La prossima azione che potresti intraprendere, per prendere maggiore consapevolezza delle parole chiave utilizzate dai profili all'interno della tua rete, è "fleggare" le caselle relative ai tuoi 1°, 2° e 3° collegamenti.

The screenshot shows the LinkedIn search interface for the term "digital marketing". The search bar at the top left contains the text "digital marketing". The navigation bar at the top right includes icons for Home, Rete, Lavoro, Messaggistica, and Notifiche. Below the search bar, there are filter tabs: "Persone", "Collegamenti", "Località", "Aziende attuali", and "Tutti i filtri". The "Collegamenti" tab is selected, and a dropdown menu is open, showing three options: "1°", "2°", and "3° +", each with a checked checkbox. Below the dropdown, there are "Annulla" and "Applica" buttons. The search results are displayed in a list format. The first result is partially visible, showing a profile picture and the name "Ma". The second result is for "Alessandro Reda", a 2° connection, with a "Collegati" button. The third result is for "Emanuele Volpe", a 2° connection, with a "Collegati" button. The fourth result is for "Luca De Marco", a 2° connection, with a "Collegati" button. The fifth result is for "Chantal Bombaci", a 1° connection, with a "Messaggio" button. Each result includes a profile picture, name, degree of connection, current title and location, previous experience, and a list of mutual connections.

## Analizza le parole chiave:

Non appena "raffinata" la tua ricerca per tipologia di connessione (1°, 2° o 3°), devi analizzare quali sono le parole chiave utilizzate dai "top ranker".

Nell'immagine in basso, io ho "filtrato" i risultati di ricerca per connessioni di 1° (primo grado).



The screenshot shows the LinkedIn search interface. At the top, the search bar contains 'digital marketing'. Below the search bar, there are navigation tabs: 'Persone', '1°', 'Località', 'Aziende attuali', 'Tutti i filtri', and 'Rimuovi 1'. The search results are displayed in a list format, showing 124 results. The first five results are visible, each with a profile picture, name, title, location, and a 'Messaggio' button. The results are as follows:

- Chantal Bombaci** - 1°  
Digital Marketing Consultant  
Pisa, Italia  
Precedente: Digital Field Marketing Executive presso Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Inc.  
Roberta Boscarino, Nicola Vitale e 2 altri collegamenti in comune
- Rudolf Jantos** - 1°  
Head of B2B Marketing @Filo  
Roma, Italia  
Precedente: Digital Marketer & Developer presso Dinamo srl  
Luca Casadei, Maurizio Ascione e 31 altri collegamenti in comune
- Giosue' Villano** - 1°  
Digital Marketing Consultant & Trainer  
Italia  
Riepilogo: Consulenza e Formazione Digital Marketing, Sales.  
Marie-Louè Pesce, Elisa Castellana e 11 altri collegamenti in comune
- Matteo Di Virgilio** - 1°  
Imprenditore - Responsabile Marketing e Comunicazione  
Roma, Italia  
Competenze: Social media marketing  
MICHELA GUGLIELMO, Fabrizio Baldoni e 8 altri collegamenti in comune
- Cinzia Mingiardi** - 1°  
Head of Strategy & Digital Marketing BU at Trice srl|Social Media Plan|Funnel Analysis|...  
Roma, Italia  
Attuale: Head of Business Unit presso Trice  
pino d'amore, Antonella Di Dio e 12 altri collegamenti in comune

Arrivato a questo punto, non ti rimane che analizzare le tipologie di parole chiave utilizzate maggiormente dai profili che hai filtrato.

In questa fase presta attenzione a:

- la frequenza della parola chiave che stai monitorando (quanto è utilizzata?)
- La vicinanza della stessa parola all'inizio del titolo del profilo dei singoli utenti.

#### > Consiglio:

- appuntati le combinazioni di parole chiave che più ti interessano e che sono più "gettonate".
- effettua il procedimento di ricerca per 2/3/4 volte in funzione delle combinazioni di parole chiave che reputi più strategiche.

#### Aggiungi la tua lista di keyword SEO alle sezioni del tuo profilo!

E' arrivato il momento di inserire le parole chiave che hai scelto nelle varie sezioni del tuo profilo: *Titolo, Sommario, Sezione esperienze professionali, Referenze, Competenze.*

Mi raccomando!

Per dare maggiore spinta al tuo profilo LinkedIn, ti consiglio di abbinare alle "**parole chiave SEO**" che hai selezionato, le **parole chiave "classiche" di LinkedIn** (relative ai profili professionali).

## 4) REALIZZA UN PROFILO "FUNNEL"

Il prossimo step che devi percorrere è la realizzazione di un profilo "Funnel".

**Cos'è il Funnel Marketing?**

Il "Funnel" Marketing o Marketing "Imbuto" consiste nel far percorrere ai visitatori (che raggiungono il tuo profilo/sito) determinati step che li possano convertire in "lead" o clienti "effettivi".

Un'ottimizzazione SEO del profilo LinkedIn non può non considerare l'importanza di questo percorso ad "imbuto".

Per poter creare un'efficace "Funnel" verifica che ci sia coerenza tra tutti gli elementi descritti precedentemente:

- **Foto e cover:** che sintetizzano immediatamente la tua professione (conferendo "awareness" – consapevolezza – immediata al tuo profilo).
- **Riepilogo:** per descrivere i vantaggi che proponi ai tuoi lettori attraverso la tua "premessa di valore" (suscitando interesse - "interest").
- **Inserimento video:** per favorire la "decision" (la decisione di contattarti).
- **Call to action:** inserisci un "call to action" efficace che porti il lettore a compiere un'azione per richiedere informazioni. Come call to action puoi utilizzare un link al tuo sito/landing page oppure la messaggistica utilizzata dal box di linkedin.

## 5) COSTRUISCI CONNESSIONI "INTELLIGENTI"

Come accennato all'inizio dell'articolo, LinkedIn è un potente social network che dà priorità alle tue connessioni di primo, secondo e terzo livello, spingendole "in alto" sull'indicizzazione.

Un risultato simile si ha anche nelle connessioni con i tuoi clienti potenziali: se sei connesso con un utente "x" che a sua volta è nella rete dei tuoi clienti, il tuo profilo avrà una visibilità prioritaria se lo stesso utente "x" effettua una ricerca che contiene le tue parole chiave.

Dunque?

Dunque è fondamentale che tu non "disperda" le energie costruendo reti di contatti poco coerenti con i tuoi clienti potenziali e con i tuoi partner "strategici".

Se vuoi spingere al massimo la tua visibilità su linkedin, devi investire sulle reti "che contano", selezionando con cura la tua "audience" (clienti potenziali) e partner strategici.

### Ottimizzazione SEO profilo LinkedIn: accorgimenti per non essere "spammosi"

Come estendere le tue connessioni senza sembrare "spammoso"? Molto spesso, su linkedin, riceviamo richieste di connessione "a freddo", da persone con un approccio piuttosto "aggressivo".

Se vuoi chiedere la connessione ad un profilo che reputi interessante, il mio consiglio è quello di utilizzare uno script simile a questo:

Script richiesta collegamento con altro profilo:

*"Buongiorno Mario,*

*sono venuto a conoscenza del tuo profilo leggendo un tuo commento ad un interessante post, ed ho notato che ti occupi di digital marketing come me; ci tengo molto a connettermi con Professionisti del mio settore! Stai lavorando su qualcosa di nuovo?"*

In questo esempio, stai chiedendo una connessione presentandoti e dando una motivazione "credibile" al tuo interlocutore.

Con questa presentazione, la persona che riceve la tua richiesta di collegamento decide immediatamente se vale o non vale la pena connettersi con il tuo profilo.

**Script ringraziamento per la connessione:**

*"Ciao Mario,*

*Grazie pe la connessione!*

*Ho visto che abbiamo una specializzazione simile e lavoriamo nella stessa nicchia. Teniamoci in contatto via Chat. A presto!"*

**NB:** Per poter allargare la propria rete, dando la sensazione di essere "credibili" nel proprio settore è consigliabile sviluppare un profilo con più di 500 contatti.



## 6) SEGNALAZIONI, COMPETENZE, "ENDORSEMENTS"

### Sezione "Segnalazioni":


in ottica ottimizzazione SEO del tuo profilo LinkedIn, la **sezione delle referenze, competenze ed endorsements** è un'altra importantissima area per spingere più in alto la visibilità e la credibilità del tuo profilo.

Per dare maggiore "forza" alla sezione "referenze", potresti chiedere ai tuoi principali clienti, di inserire una referenza sul tuo profilo, riguardo le tue ultime collaborazioni.

All'interno di ogni referenza, potresti indicare loro le parole "chiave strategiche" relative al tuo settore/alle tue skills.


[Mostra altro](#) ▾

---

SegnalazioniChiedi una segnalazione 


Ricevute (4)Scritte (1)

---




**Francesco Tiberi**  
Account Manager presso Netsons Srl  
4 settembre 2018, Francesco ha lavorato con Elio ma presso aziende diverse

Serio professionista, ho avuto il piacere di conoscerlo di persona, per Elio il cliente è importante. Ho apprezzato molto l'entusiasmo che mette nel suo lavoro.




**Marco Monforte**  
IT Consultant | BNI Member  
25 luglio 2016, Marco ha lavorato con Elio ma presso aziende diverse

Elio Castellana ci ha offerto una consulenza commerciale efficace per lo sviluppo di nuovi contatti e acquisizione nuovi clienti. Professionista serio ed affidabile.



**Gallottini Claudio**  
Trainer and Auditor with ITA Corporation USA, ITA Group Canada Inc, UK ITA Group Ltd, ESI Srl Partner ITA Group in EU.  
18 luglio 2016, Elio ha lavorato con Gallottini nello stesso gruppo

Un consulente con grandi capacità creative, di progetto e risoluzione delle criticità operative d'azienda!



**Giovanni Carducci**  
Managing Director at IVY Diagnostics S.r.l.  
25 settembre 2013, Giovanni era un cliente di Elio

Positiva collaborazione con Eleven Marketing per quanto riguarda la conduzione di Campagne Direct Marketing finalizzate alla promozione di prodotti e servizi verso target specifici. Database Marketing e Contact Management sono risultati ottimi strumenti di supporto per la nostra azione commerciale. Abbiamo a... [See more](#)

Se non lo hai già fatto, ti consiglio di inserire le competenze principali relative al tuo profilo professionale. L'ideale è **inserire le 3 competenze più importanti nelle prime 3 posizioni!**

## 7) CREA ARTICOLI EFFICACI, CREA "ENGAGEMENT"!

Un altro fattore determinante per promuovere il tuo profilo e le tue competenze è la **creazione di articoli interessanti per la tua "audience"**. Quando pubblichi un articolo:

- I tuoi contenuti diventano parte integrante del tuo profilo e sono mostrati nella sezione "articoli" del tuo profilo linkedin.
- I tuoi articoli sono condivisi con le tue connessioni e con i tuoi followers.
- I membri che non sono nelle tua "rete" possono comunque seguirti grazie ai tuoi contenuti.
- I tuoi argomenti saranno indicizzati sia su linkedin che sui motori di ricerca.

The image shows a screenshot of a LinkedIn dashboard. At the top, there is a navigation bar with the LinkedIn logo, a search bar, and icons for Home, Rete, Lavoro, and Messaggistica. Below this, the dashboard is titled "La tua dashboard" and "Solo per te". It features three main statistics: "54 Chi ha visitato il tuo profilo?", "219 Visualizzazioni del post", and "62 Comparse nei motori di ricerca". There are also sections for "Consigli per la carriera" and "Interessi di carriera", both with "Disattiva" buttons. The main content area is titled "Articoli e attività" and shows a post by Elio Castellana about "Social Media e Posizionamento sui Motori d...". The post includes a description, a "Consigliato 1 volta" button, and interaction options like "Consiglia", "Commento", and "Condividi". There are also two shared posts visible, one about "Tor" browser and another about content management. A red box highlights the "Articoli e attività" header, and another red box highlights the "Visualizza tutti gli articoli" button at the bottom of the article section.

Ovviamente, una volta creato il tuo articolo, cerca di creare "engagement", coinvolgendo la tua audience.

L'"engagement" può essere alimentato rispondendo ai commenti che i contatti della tua rete postano sotto agli articoli che hai realizzato.

Data di pubblicazione: 4 gennaio 2018

[Modifica articolo](#)[Visualizza statistiche](#)**Elio Castellana**Digital Marketing & Key Account Manager, SEO  
SEM Specialist, Marketing Consulta... [See more](#)

8 articoli

## Reputazione e condivisione sui Social Network: fattori indiretti di "ranking".

- I Social costituiscono un fattore di "ranking" indiretto: contenuti che vengono condivisi in essi, infatti, raccolgono link e guadagnano "engagement" (coinvolgimento) che sono fattori di ranking diretto.
- Per sfruttare al meglio i Social è fondamentale **sviluppare una buona "reputation"**: avere una buona reputazione all'interno della propria "rete" è utile per avere successo anche nel posizionamento web.
- Per sviluppare una reputazione "credibile" è necessario partecipare alle piattaforme sociali con autenticità e con costanza, con l'obiettivo di **condividere informazioni e contenuti di qualità**.

Segnala

[Consiglia](#) [Commento](#) [Condividi](#)

1 · 9 visualizzazioni

Reazioni



## 8) "DASHBOARD" CON STATISTICHE

LinkedIn ti offre anche l'opportunità (un po' limitata) di verificare lo "stato di salute" del tuo profilo, relativamente ad alcuni "indicatori":

- quante persone hanno visualizzato il tuo profilo,
- quanti hanno visualizzato i tuoi post,
- quante persone hai collegato,
- quante volte sono sei apparso nei risultati di ricerca.

Puoi anche vedere chi ha visualizzato il tuo profilo (a meno che non disponga di un account protetto).

The screenshot shows the LinkedIn dashboard for a user. At the top left, the title "La tua dashboard" is highlighted with a red box. Below it, the text "Solo per te" is visible. On the right side, there is a star icon and the name "Massima". The dashboard is divided into three main sections:

<b>54</b> Chi ha visitato il tuo profilo?	<b>219</b> Visualizzazioni del post	<b>62</b> Comparsa nei motori di ricerca
--	--	---

Below the statistics, there are two sections for career advice:

- Consigli per la carriera**  
Scopri la piattaforma per i consigli per la carriera: **Disattiva**  
Ricambia e aiuta gli utenti che possono trarre vantaggio dalla tua esperienza
- Interessi di carriera**  
Fai sapere ai recruiter che sei disponibile **Disattiva**  
Scegli quali tipi di opportunità ti interessano

Ti è piaciuta questa Mini Guida sull'Ottimizzazione SEO Profilo LinkedIn?  
Vuoi maggiori informazioni per migliorare la tua visibilità su questo Social?

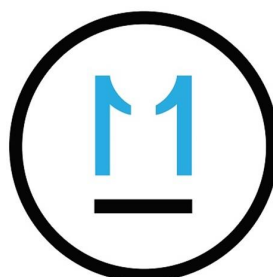
Contattaci come preferisci!



338 280 2359



[info@11marketing.it](mailto:info@11marketing.it)



[www.elevenmarketing.it](http://www.elevenmarketing.it)