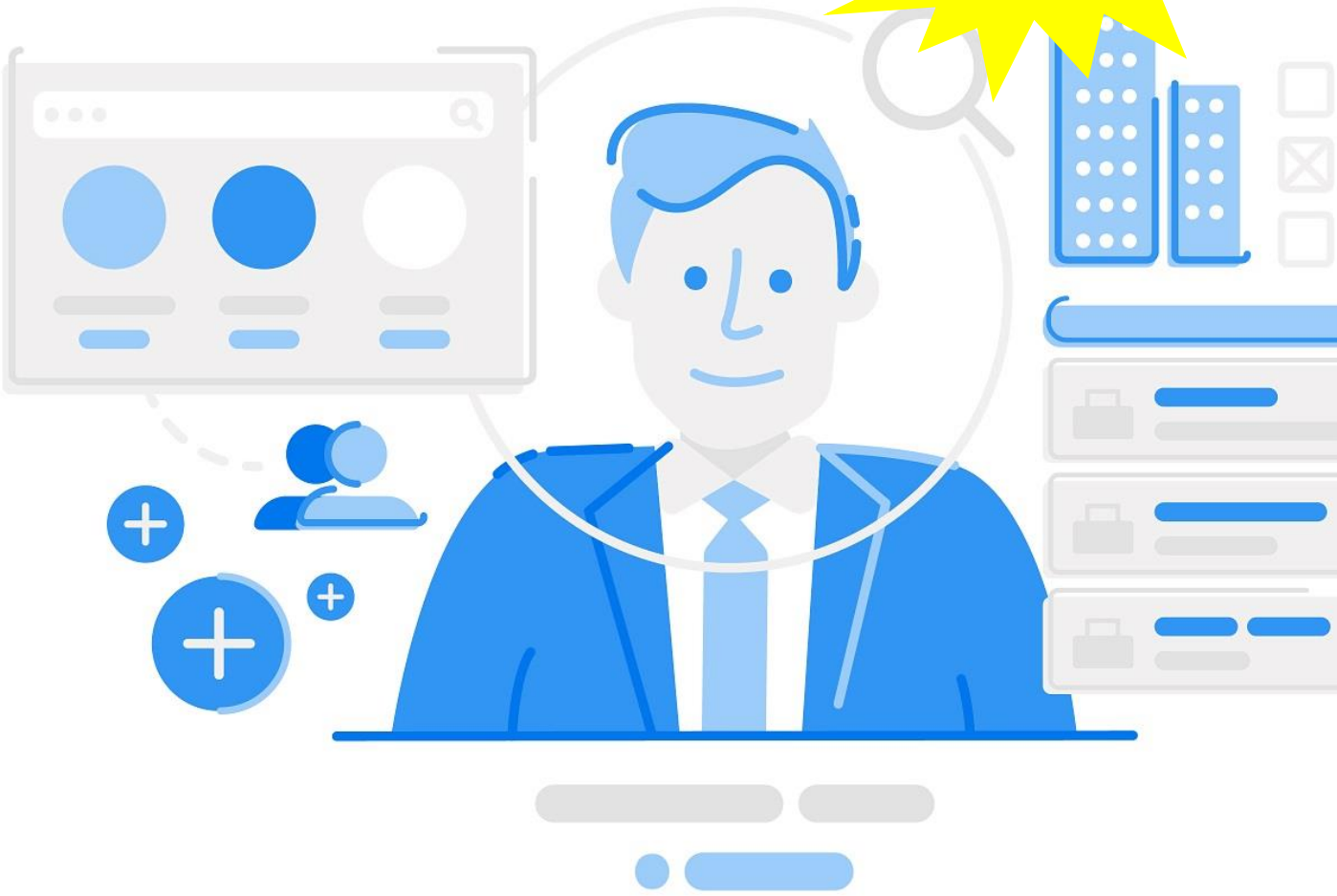
MINI-GUIDA SEO PROFILO LINKEDIN

MIGLIORA IL TUO PROFILO, ACQUISISCI PIU' CONNESSIONI!

2023



www.elevenmarketing.it

Marketing ELEVEN

LINKEDIN: SOCIAL SEARCH ENGINE PROFESSIONALE

Guida SEO Linkedin 2023: In questa nuova mini-guida, ti diamo alcuni consigli per migliorare la visibilità sul tuo profilo **Linkedin**, sfruttando al massimo le potenzialità del social network professionale più utilizzato e più famoso al mondo.

Conoscere il funzionamento "base" (e un po' di più) di Linkedin è fondamentale per acquisire maggiore visibilità professionale,

Infatti, ottimizzando correttamente il tuo profilo, avrai maggiori possibilità di "scalare" il motore di ricerca interno, acquisendo maggiore visibilità rispetto ai tuoi competitor. Elenchiamo alcuni vantaggi che può offrirti una corretta ottimizzazione del tuo profilo:

1. Ti consente di **creare e aggiornare il tuo Curriculum online**, sfruttando la piattaforma social professionale più utilizzata al mondo.
2. Ti aiuta a **trovare/cambiare lavoro**, mettendoti in contatto con agenzie di ricerca e selezione e/o head hunters.
3. Ti permette di sviluppare e promuovere (in sinergia con altri canali) il tuo **"personal branding".**
4. Ti consente di **"stringere" nuove relazioni** con Professionisti o Aziende che ti interessano.
5. Ti permette di **migliorare il posizionamento del tuo sito web/blog** grazie ali contenuti che si possono condividere tra le tue "connessioni".
6. Ecc.

Marketing
ELEVEN

INDICE DELLA GUIDA

1. COSTRUISCI L'"HEADLINE", LA TUA INTRODUZIONE
2. SCELTA DELLE "PAROLE CHIAVE" PER IL TUO PROFILO
3. CONNESSIONI DI 1°, 2°, 3° LIVELLO: COSA SONO
4. UTENTI DELLA TUA RETE E FOLLOWERS
5. LA SEZIONE "INFORMAZIONI": IL RIASSUNTO DEL TUO PROFILO
6. LA "FOTO" E LA "COVER" DEL TUO PROFILO LINKEDIN
7. IL TASTO "AGGIUNGI SEZIONE PROFILO"
8. LA SEZIONE "ESPERIENZE PROFESSIONALI"
9. LA SEZIONE "FORMAZIONE"
10. LA SEZIONE "COMPETENZE E CONFERME"
11. IL "QUIZ" VALUTAZIONE COMPETENZE. COME FUNZIONA
12. SEZIONE "SEGNALAZIONI"
13. SEZIONE "RIASSUNTO ATTIVITA'"
14. SEZIONE "IN PRIMO PIANO"
15. SEZIONE "STATISTICHE"
16. SEZIONE "STRATEGIA"
17. LA MODALITA' "CREAZIONE CONTENUTI"
18. DIFFERENZE TRA "POST" E "ARTICOLI"
19. CONSIDERAZIONI FINALI

Leggendo questa guida, potrai avviare il tuo **"Linkedin audit"**, verificando se ci sono eventuali aree di miglioramento per rendere più performante il tuo profilo!

BUONA LETTURA!

Marketing ELEVEN

1) CREA L'"HEADLINE" (LA TUA UNTRODUZIONE)

Il primo step consiste nell'ottimizzazione SEO del tuo profilo Linkedin. Devi sapere che Linkedin è un "Social Search Engine" e, in quanto tale, attribuisce molta importanza alle parole chiave associate ai profili professionali.

Dunque, affinchè tu possa beneficiare della maggiore visibilità possibile, è fondamentale che tu inserisca **esattamente le parole chiave relative al tuo "profilo"** all'interno dell'**"headline"** (**introduzione** - il titolo del tuo profilo).

Tieni presente che scegliendo le "giuste" keywords, avrai la possibilità di entrare in "rete" con i profili/le aziende che ti interessano maggiormente, facendo crescere le tue **connessioni di "primo livello"** e **connessioni di "secondo livello"** (quelle maggiormente qualitative e che contano di più).

In questa sezione, inoltre, potrai specificare i tuoi contatti (telefono, email, sito web, ecc ...)

Inoltre, la **"barra di ricerca"** (in alto a sinistra) è utilissima perchè ti permette di comprendere i "volumi di ricerca" relativi ad una parola chiave su un determinato profilo/ruolo/specializzazione!

Analizzando i risultati della tua "query", riuscirai a capire meglio quali sono le parole chiave che meglio rappresentano la tua professione/specializzazione.

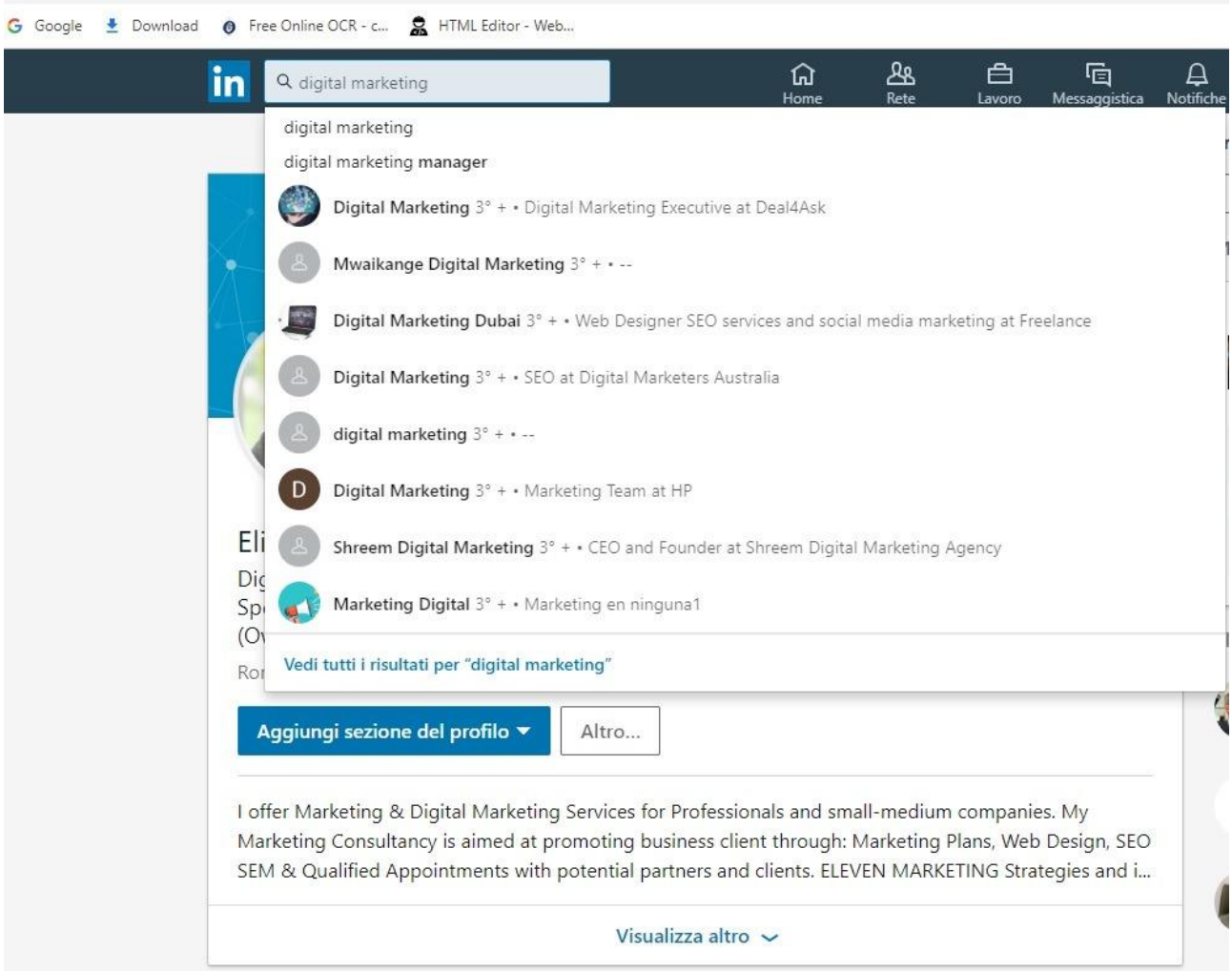
2) SCELTA DELLE "PAROLE CHIAVE" DEL TUO PROFILO

Supponiamo che tu operi nel settore Digital Marketing e che tu voglia posizionarti per determinate parole chiave di settore:

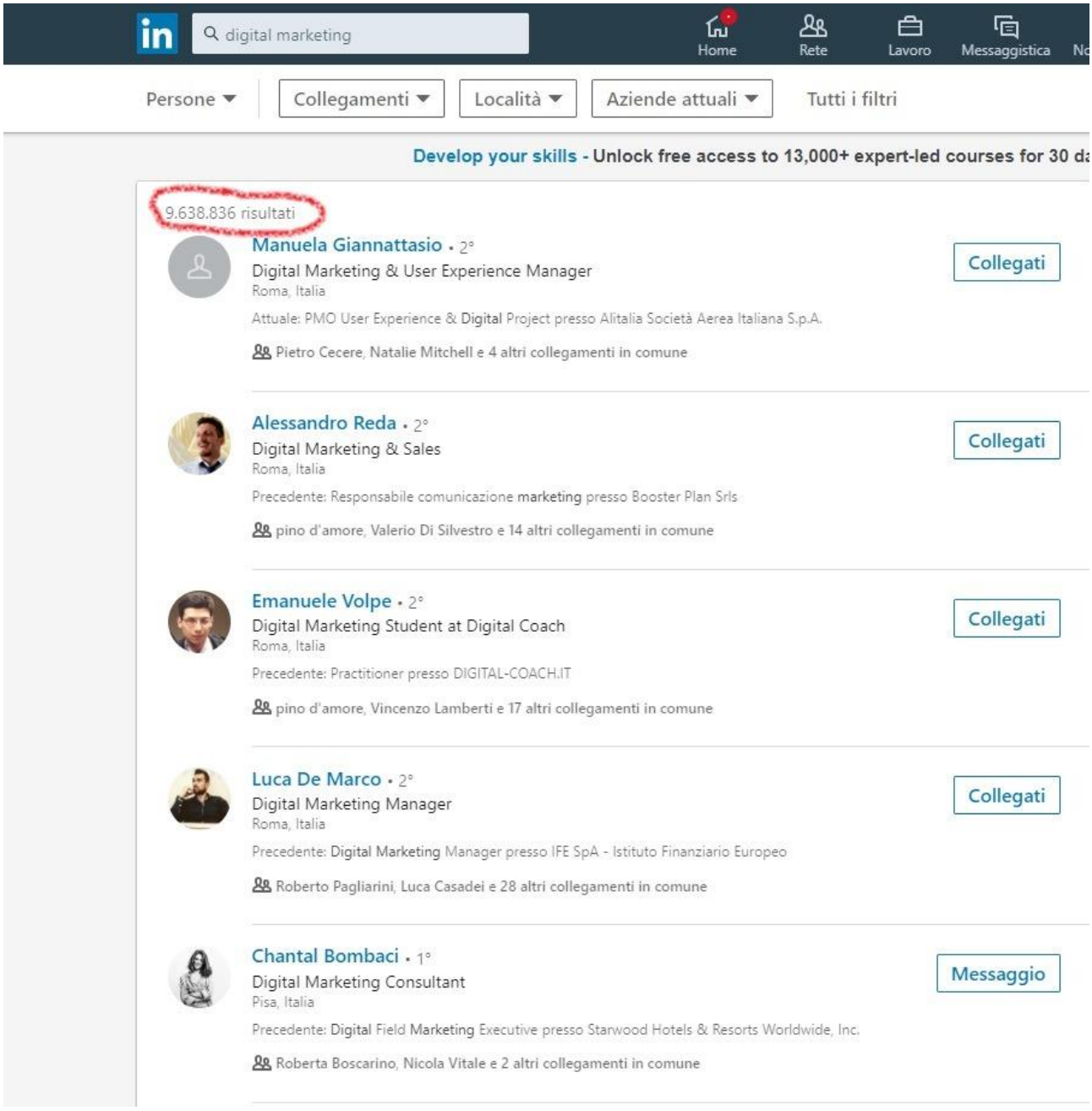
- *"Digital Marketing".*
- *"Esperto SEO".*
- *"Account Manager".*
- ecc...

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

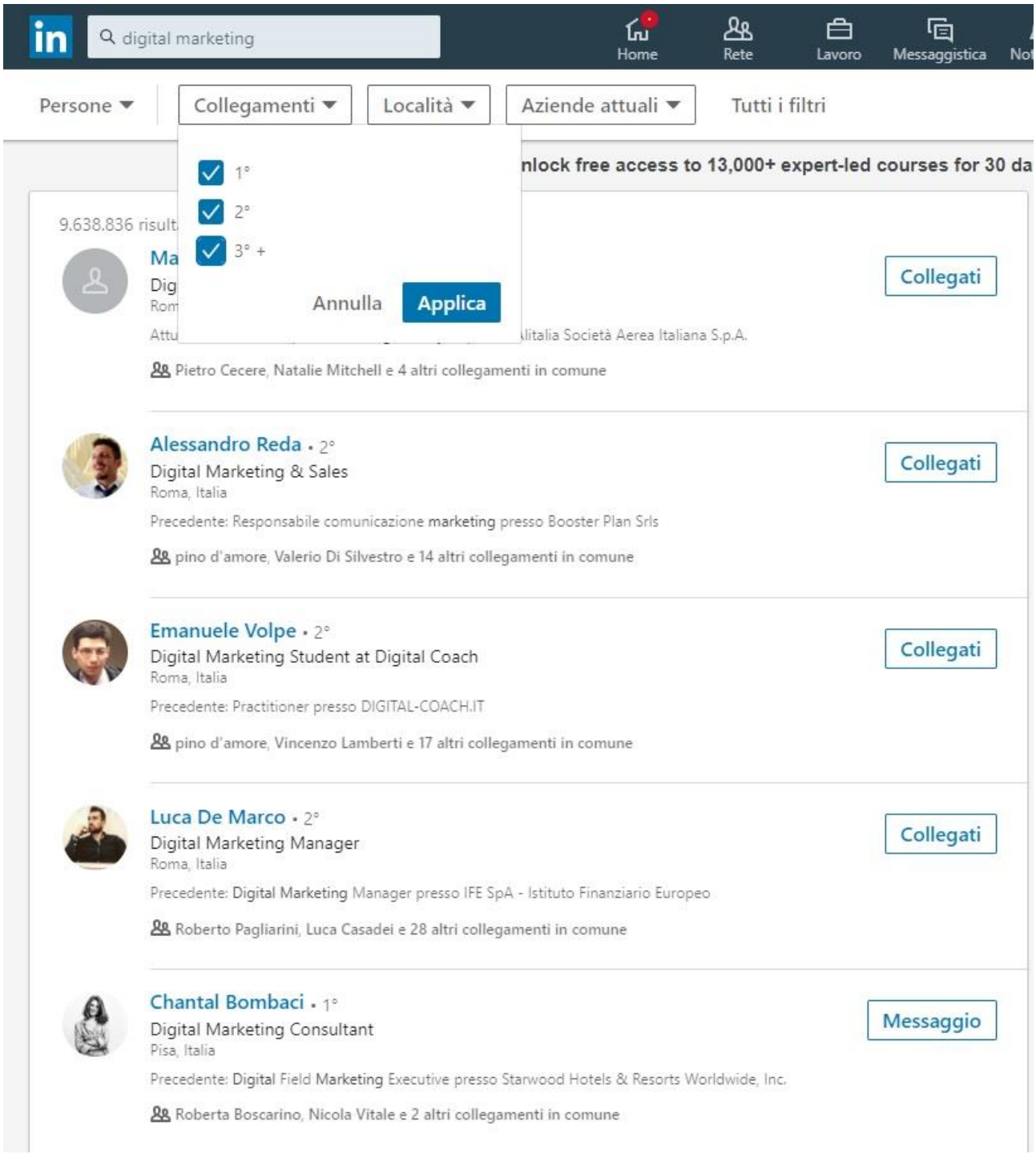
- Digita sulla barra di ricerca di LinkedIn la parola chiave più breve (composta da uno o due termini) associata alla ricerca che più ti rappresenta. Nell'esempio in basso io scelgo "Digital Marketing".



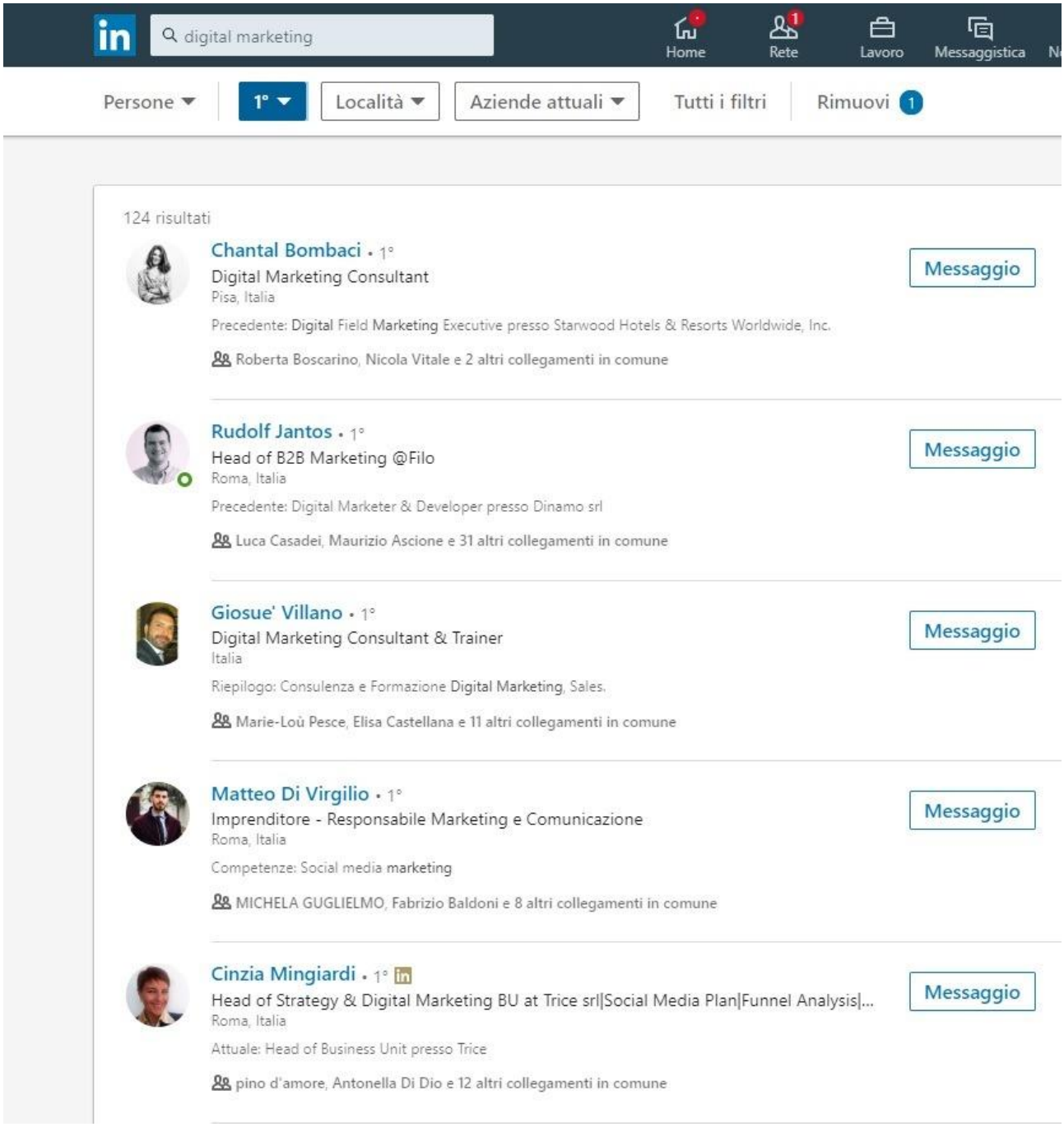
- Sotto la lista restituita da LinkedIn c'è la voce **"vedi tutti i risultati"**; se espandi questo elenco, noterai che al top di questa lista ci sono le connessioni della tua rete 1°, 2°, 3° ecc.



- La prossima azione che potresti effettuare, 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.


digital marketing
Home
Rete
Lavoro
Messaggistica
Persone
Collegamenti
Località
Aziende attuali
Tutti i filtri
1°
2°
3° +
Annulla
Applica
nlock free access to 13,000+ expert-led courses for 30 da
9.638.836 risult
Collegati
Alitalia Società Aerea Italiana S.p.A.
Pietro Cecere, Natalie Mitchell e 4 altri collegamenti in comune
Alessandro Reda • 2°
Digital Marketing & Sales
Roma, Italia
Precedente: Responsabile comunicazione marketing presso Booster Plan Srls
pino d'amore, Valerio Di Silvestro e 14 altri collegamenti in comune
Collegati
Emanuele Volpe • 2°
Digital Marketing Student at Digital Coach
Roma, Italia
Precedente: Practitioner presso DIGITAL-COACH.IT
pino d'amore, Vincenzo Lamberti e 17 altri collegamenti in comune
Collegati
Luca De Marco • 2°
Digital Marketing Manager
Roma, Italia
Precedente: Digital Marketing Manager presso IFE SpA - Istituto Finanziario Europeo
Roberto Pagliarini, Luca Casadei e 28 altri collegamenti in comune
Collegati
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
Messaggio

- Analizza le parole chiave:



- 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!

Marketing ELEVEN

- Titolo.
- Descrizione.
- Sezione esperienze professionali.
- Referenze.
- Competenze.

3) CONNESSIONI DI 1°, 2°, 3° LIVELLO

Prima di proseguire con il completamento del nostro profilo Linkedin, è fondamentale specificare cosa sono i **Collegamenti di primo, secondo e terzo livello.**

- **Collegamenti di 1° grado**: persone con le quali sei collegato direttamente perché hai accettato il loro invito o perché loro hanno accettato il tuo. **Come si riconoscono?** Con icona 1° grado accanto al loro nome nei risultati di ricerca e sul loro profilo. **Come si contattano?** Puoi contattarli inviando un messaggio su Linkedin.

- **Collegamenti di 2° grado**: persone collegate ai tuoi collegamenti di 1° grado. **Come si riconoscono?** Con icona 2° grado accanto al loro nome nei risultati di ricerca e sul loro profilo. **Come si contattano?** Non puoi inviargli un messaggio se non con **InMail**, ma puoi inviare a queste persone un invito cliccando sul pulsante Collegati sulla pagina del loro profilo.

- **Collegamenti di 3° grado**: persone collegate ai tuoi collegamenti di 2° grado. **Come si riconoscono?** Con icona 3° grado accanto al loro nome nei risultati di ricerca e sul loro profilo. **Come si contattano?** Non puoi inviargli un messaggio se non con **InMail**

Se desideri approfondire l'argomento puoi visitare **questa pagina Linkedin.**

4) UTENTI DELLA TUA RETE E "FOLLOWERS"

Quali sono gli utenti che appartengono alla tua rete?

Gli utenti della tua rete sono i tuoi Collegamenti di 1° grado; mentre i collegamenti di 2° e 3° livello sono fuori della tua rete.

Chi sono i followers?

I tuoi followers sono le persone che hanno scelto di "seguirti" anche senza dover essere un membro della tua rete.

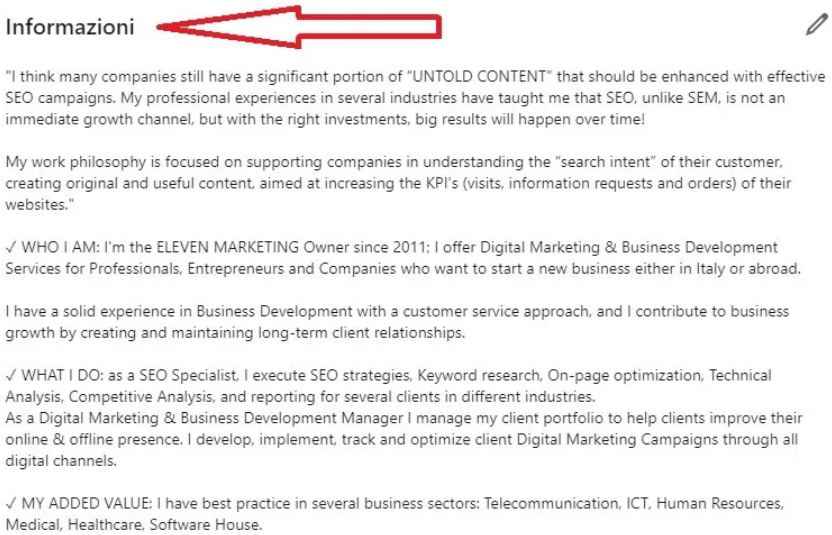
Un tuo follower su Linkedin, può accedere ai tuoi contenuti anche se non fa parte della tua rete.

Se vuoi seguire un profilo "X" senza entrare in connessione con lui:

- vai sul profilo che vuoi seguire
- clicchi sul pulsante "altro"
- e clicchi su "segui".

5) SEZIONE "INFORMAZIONI" - RIASSUNTO PROFILO

Il secondo step riguarda la creazione di un **riassunto del tuo profilo** nella sezione **"informazioni" ("Summary")**; in quest'area hai la possibilità di **inserire fino a 2.600 caratteri**… un'opportunità da non trascurare!



Informazioni

"I think many companies still have a significant portion of "UNTOLD CONTENT" that should be enhanced with effective SEO campaigns. My professional experiences in several industries have taught me that SEO, unlike SEM, is not an immediate growth channel, but with the right investments, big results will happen over time!

My work philosophy is focused on supporting companies in understanding the "search intent" of their customer, creating original and useful content, aimed at increasing the KPI's (visits, information requests and orders) of their websites."

✓ WHO I AM: I'm the ELEVEN MARKETING Owner since 2011; I offer Digital Marketing & Business Development Services for Professionals, Entrepreneurs and Companies who want to start a new business either in Italy or abroad.

I have a solid experience in Business Development with a customer service approach, and I contribute to business growth by creating and maintaining long-term client relationships.

✓ WHAT I DO: as a SEO Specialist, I execute SEO strategies, Keyword research, On-page optimization, Technical Analysis, Competitive Analysis, and reporting for several clients in different industries.
As a Digital Marketing & Business Development Manager I manage my client portfolio to help clients improve their online & offline presence. I develop, implement, track and optimize client Digital Marketing Campaigns through all digital channels.

✓ MY ADDED VALUE: I have best practice in several business sectors: Telecommunication, ICT, Human Resources, Medical, Healthcare, Software House.

Marketing ELEVEN

La sezione “informazioni” è uno spazio “strategico”, perchè ti consente di comunicare, in maniera più naturale, i tuoi punti di forza, i traguardi raggiunti e i tuoi obiettivi personali e professionali.

Se hai un sito web, questa sezione è simile alla pagina “chi siamo” ed ha una funzione “istituzionale”. Quest’area, inoltre, può avere anche la funzione di **“cover letter”** (lettera di presentazione), che generalmente si accompagna al CV.

6) SEZIONE FOTO E “COVER” DEL TUO PROFILO

Per la foto del tuo profilo, ti consigliamo di rivolgerti ad un fotografo professionista, in modo da postare una foto di qualità! Ricordati, inoltre, di dare “coerenza” al tuo aspetto, comunicando l’immagine che desideri effettivamente trasmettere tuo target.

Foto del tuo profilo: consigli

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

Per la "**cover" (copertina**) del tuo profilo, ti consigliamo di inserire una cover che possa distinguerti, inserendo eventuali riferimenti al "brand" e ai colori sociali della tua azienda (se sei il Titolare o uno dei suoi collaboratori).

Immagine del profilo: dimensioni 400×400 pixel. Anche se l'immagine è quadrata, la foto del profilo apparirà dentro un cerchio. Il peso massimo consentito è di 2 MB. LinkedIn dà la possibilità di modificare l'immagine: ritagliare, ruotare, ridimensionare, applicare filtri. Puoi anche regolare contrasto, luminosità e colori.

Quali sono le dimensioni che suggerisce Linkedin?

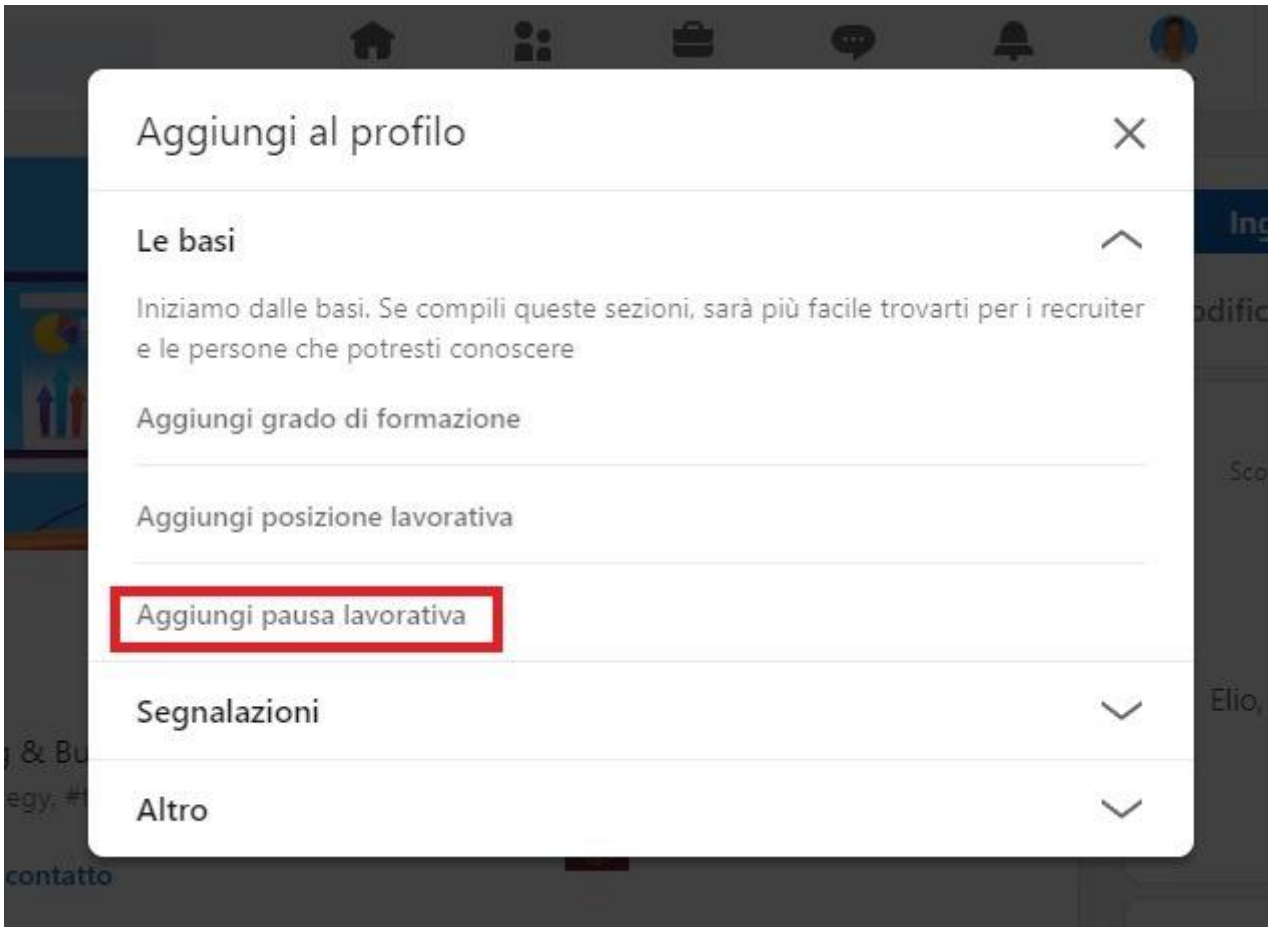
- **Immagine di copertina (o immagine di sfondo):** dimensioni 1584x 396 pixel. Peso massimo: 8 MB. Formati consentiti: JPG, PNG o GIF.
- **Immagine del profilo:** dimensioni 400×400 pixel. Anche se l'immagine è quadrata, la foto del profilo apparirà dentro un cerchio. Il peso massimo consentito è di 2 MB.

Per saperne di più su tutte le dimensioni e tipologie di immagini da inserire su Linkedin, ti suggerisco di visitare **questa pagina Linkedin.**

Immagine di copertina: consigli

- Aggiungi un titolo che mostra ai tuoi visitatori le tue competenze o il tuo business.
- Valuta se aggiungere l'URL del sito Web.
- Valuta se includere dei riferimenti "call to action" (telefono/email, ecc…).
- Sfondo cover con immagine che fa riferimento ad una delle tue specializzazioni: nell'esempio SEO.
- Titolo/payoff rappresentativo: nell'esempio.

7) TASTO AGGIUNGI "SEZIONE PROFILO"



Il tasto **"Aggiungi Sezione Profilo"**, che trovi immediatamente sotto al tuo Header, è particolarmente utile, perchè attraverso questo comando, puoi personalizzare il tuo profilo, inserendo nuove sezioni:

"**Le basi**": se compili queste sezioni, sarà più facile trovarti per i recruiter e le persone che potresti conoscere:

- Aggiungi grado di formazione
- Aggiungi posizione lavorativa
- Aggiungi pausa lavorativa

"**Segnalazioni**": completando queste sezioni aumenterai la tua credibilità e potrai accedere a più opportunità:

- Aggiungi elementi in primo piano
- Aggiungi licenze e certificazioni
- Aggiungi corsi
- Aggiungi referenze

"**Altro**": queste sezioni ti aiuteranno a espandere la tua rete e a instaurare più relazioni lavorative:

- Aggiungi esperienza di volontariato
- Aggiungi pubblicazioni
- Aggiungi brevetti
- Aggiungi progetti
- Aggiungi riconoscimenti e premi
- Aggiungi votazioni esame
- Aggiungi lingue
- Aggiungi organizzazioni
- Aggiungi cause

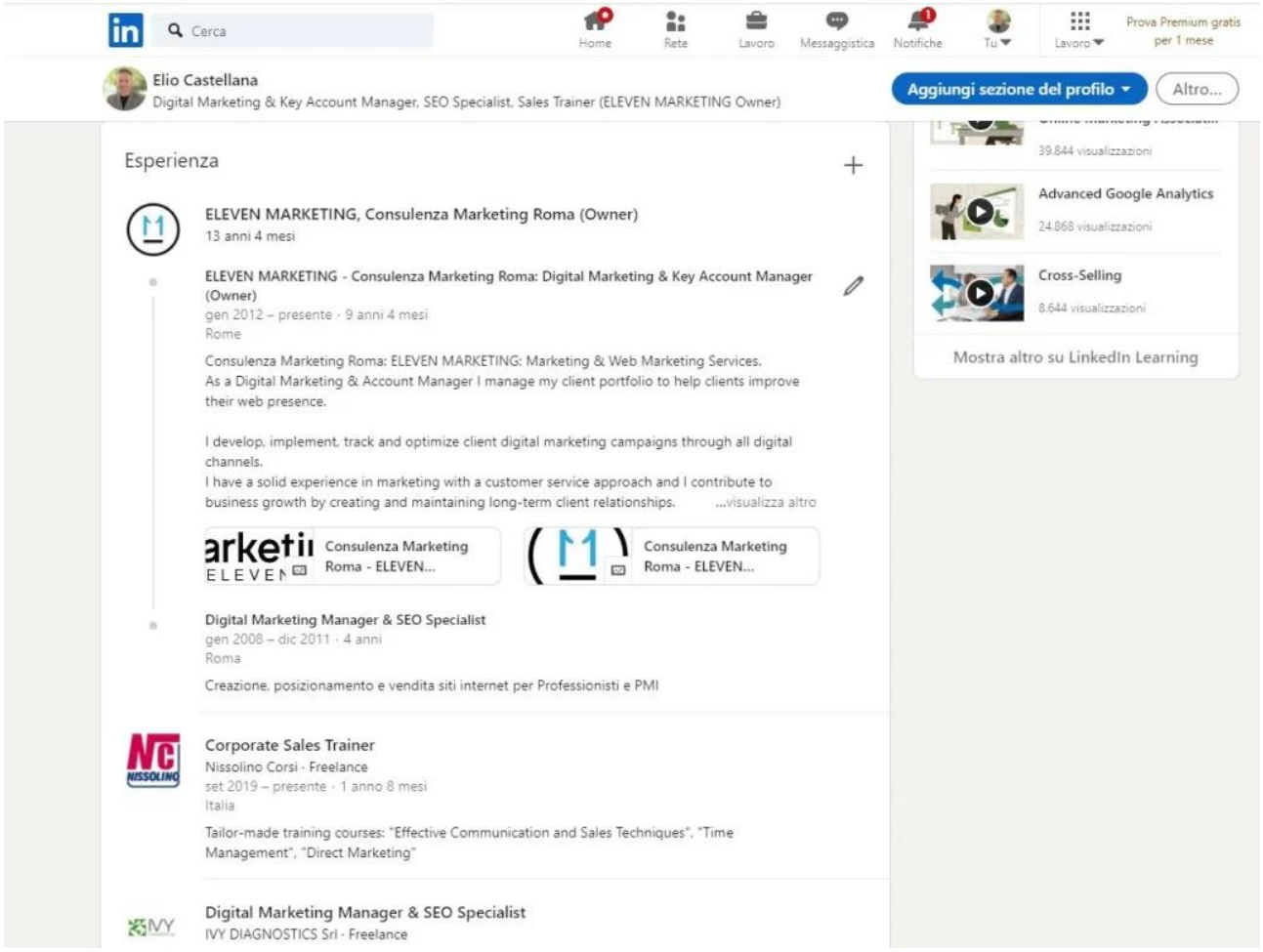
Particolarmente interessante è il campo **"aggiungi pausa lavorativa"** (introdotto durante il periodo della pandemia), dove puoi specificare il periodo durante il quale non hai lavorato, per frequentare eventuali **corsi di specializzazione.**

Nei paragrafi che seguono, parleremo dei campi più importanti da compilare.

8) SEZIONE "ESPERIENZE PROFESSIONALI"

A questo pinto arriviamo alla "sostanza" del tuo **Curriculum Vitae su Linkedin:** quale ruolo stai ricoprendo attualmente e in quale azienda?

Quali altre esperienze professionali di rilievo vuoi comunicare in questa sezione?



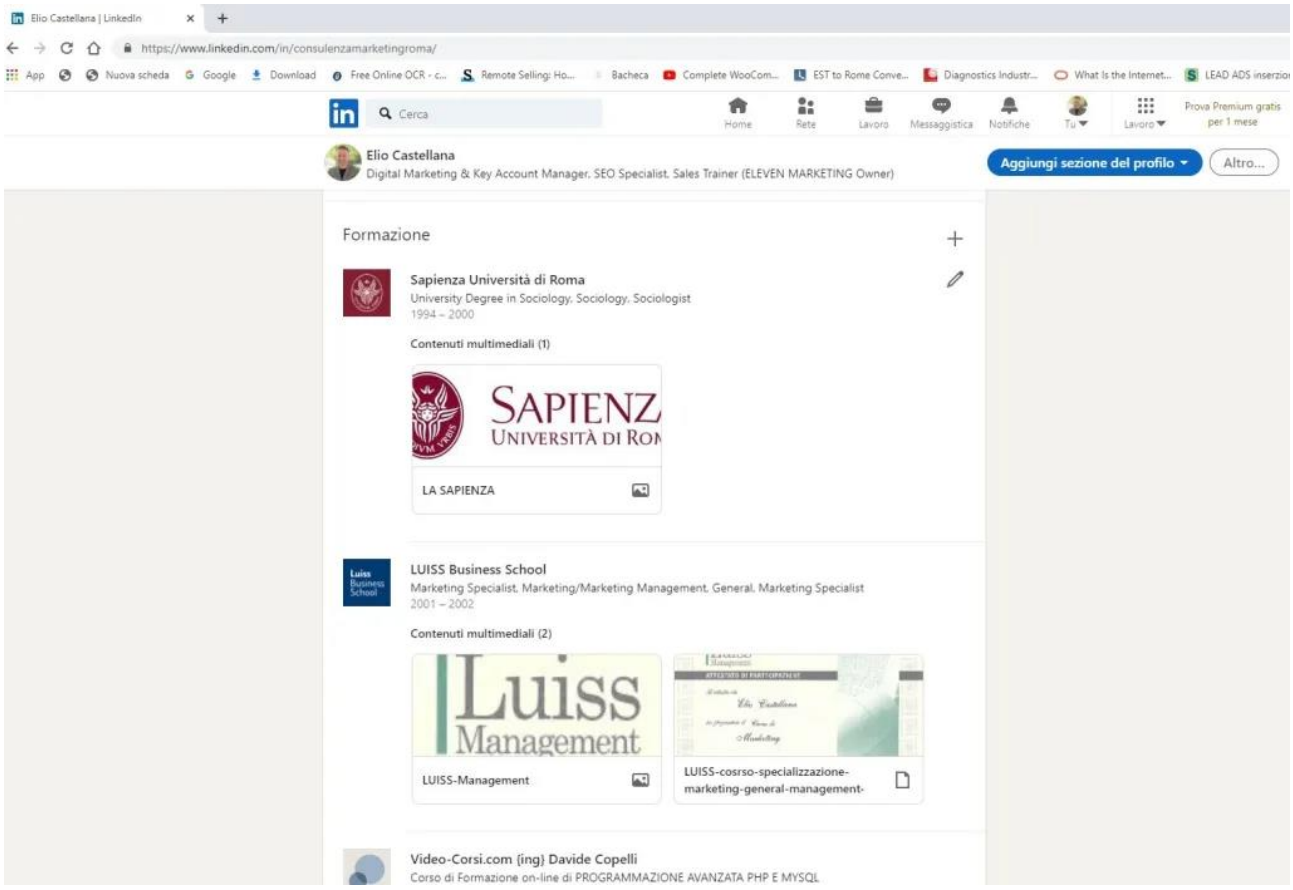
Giunti in questa importantissima area, voglio darti alcuni preziosi consigli:

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. Tieni presente che l'inserimento delle collaborazioni più coerenti con il tuo profilo e con le tue parole chiave, ti permettono di creare "connessioni" più in linea con i tuoi obiettivi professionali.

9) SEZIONE “FORMAZIONE”

Nella sezione “Formazione” inserisci tutte le esperienze formative che ritieni utili per valorizzare il tuo curriculum: Laurea, Master di Specializzazione, Corsi, ecc.

In questa sezione puoi inserire anche contenuti a link a documenti esterni, foto, siti, video e presentazioni.

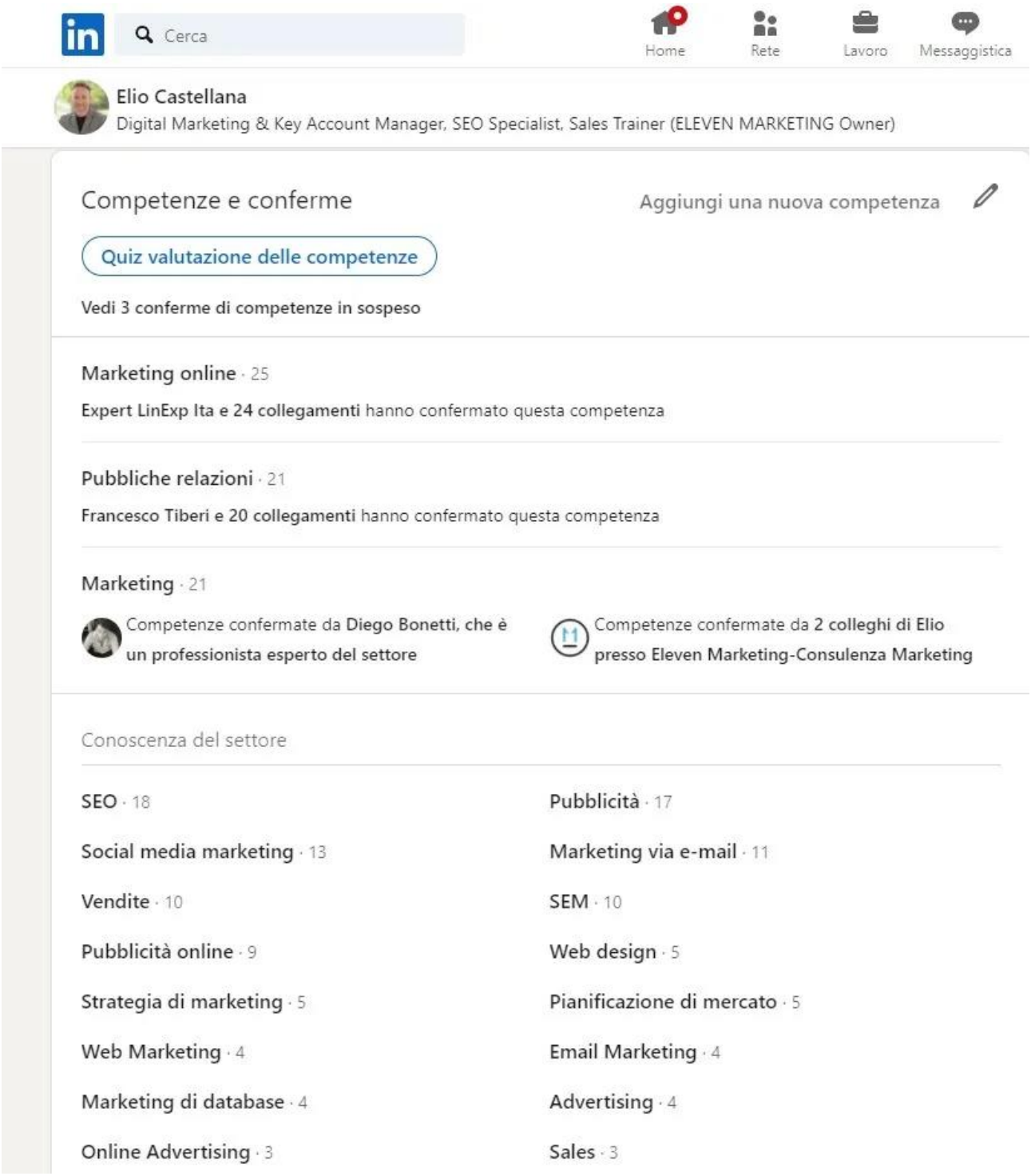


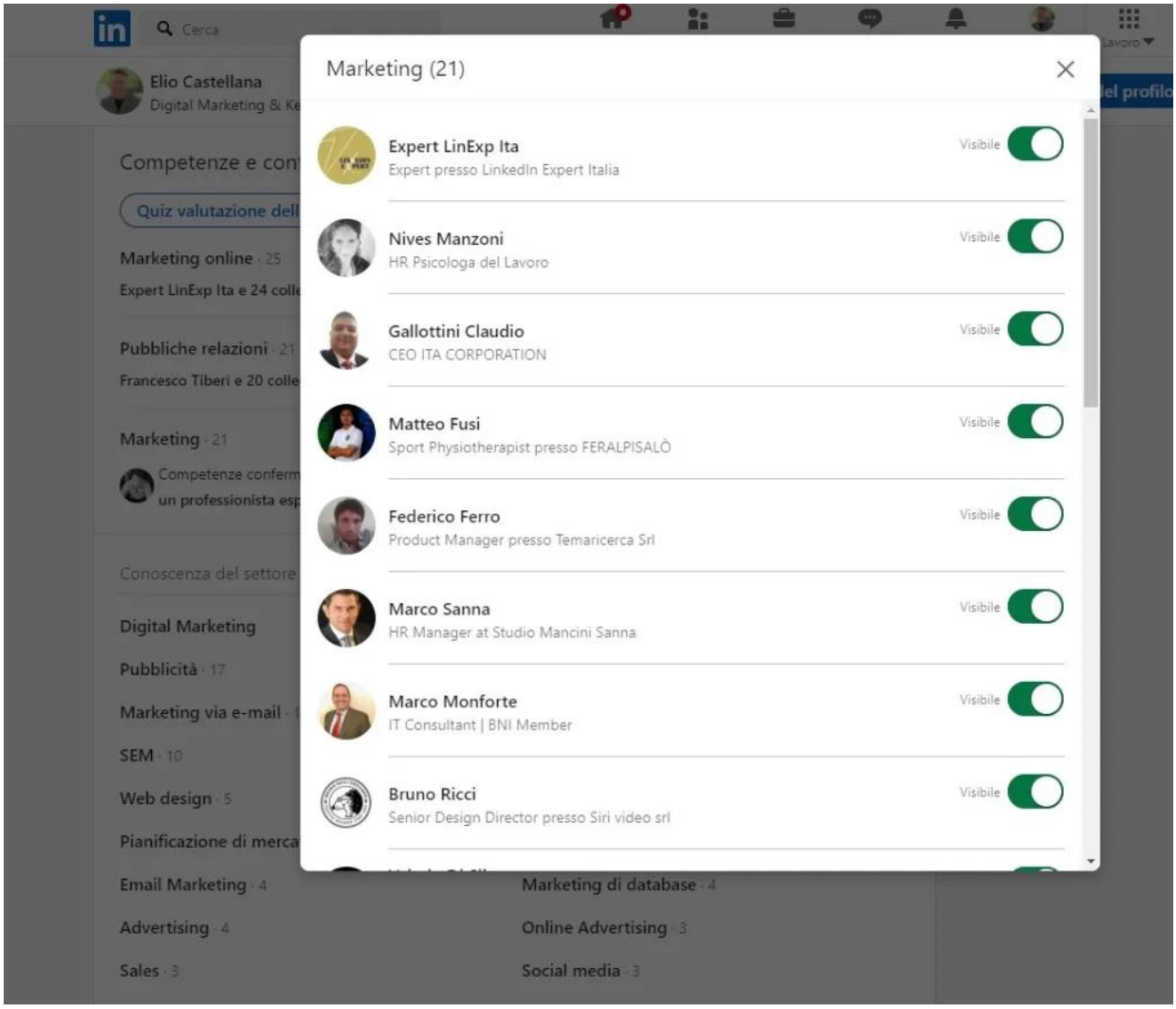
10) SEZIONE “COMPETENZE E CONFERME”

Nella sezione “Competenze e conferme” puoi inserire le competenze che hai maturato durante le tue esperienze professionali. Cerca di inserire le competenze “prioritarie” (quelle che ti rappresentano maggiormente) più in alto possibile nella sezione.

Tieni presente che Linkedin offre la possibilità **DI INSERIRE 3 COMPETENZE PRINCIPALI PIU' IN ALTO NELLA SEZIONE**.

In questa sezione, inoltre, Linkedin permette alle connessioni della tua rete di confermarti delle competenze. Inoltre, se lo desideri, c'è la possibilità di chiedere direttamente tali conferme.





11) "QUIZ VALUTAZIONE COMPETENZE"

Nella sezione "competenze", trovi anche un pulsante **"Quiz valutazione competenze"**, attraverso il quale puoi accedere ad un'area specifica di Linkedin, dedicata ad un piccolo "esame" delle competenze che vuoi farti certificare.

Proprio così, se lo desideri, puoi "lanciare la sfida" a Linkedin, sfidandolo con competenze che ritieni di possedere.

Se passi il quiz, Linkedin ti rilascia un utile **"badge"** che certifica la tua competenza.

NB: nel caso non riuscissi a passare il quiz al primo tentativo, puoi rifare l'esame un'altra sola volta! Quindi "occhio" a non "bruciarti" tutti e 2 i tentativi.

Competenze

Hai raggiunto il massimo di 50 competenze

Quiz valutazione competenze

SEO

3 experienze across ELEVEN MARKETING, Consulenza Marketing Roma (Owner) e altre 2 aziende

Valutazione delle competenze di LinkedIn superata

19 conferme

WordPress

3 experienze across ELEVEN MARKETING, Consulenza Marketing Roma (Owner) e altre 2 aziende

Valutazione delle competenze di LinkedIn superata

Marketing digitale

Mostra tutte le competenze (50) →

12) SEZIONE "SEGNALAZIONI"

Mostra altro

Segnalazioni

Chiedi 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 criricità 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

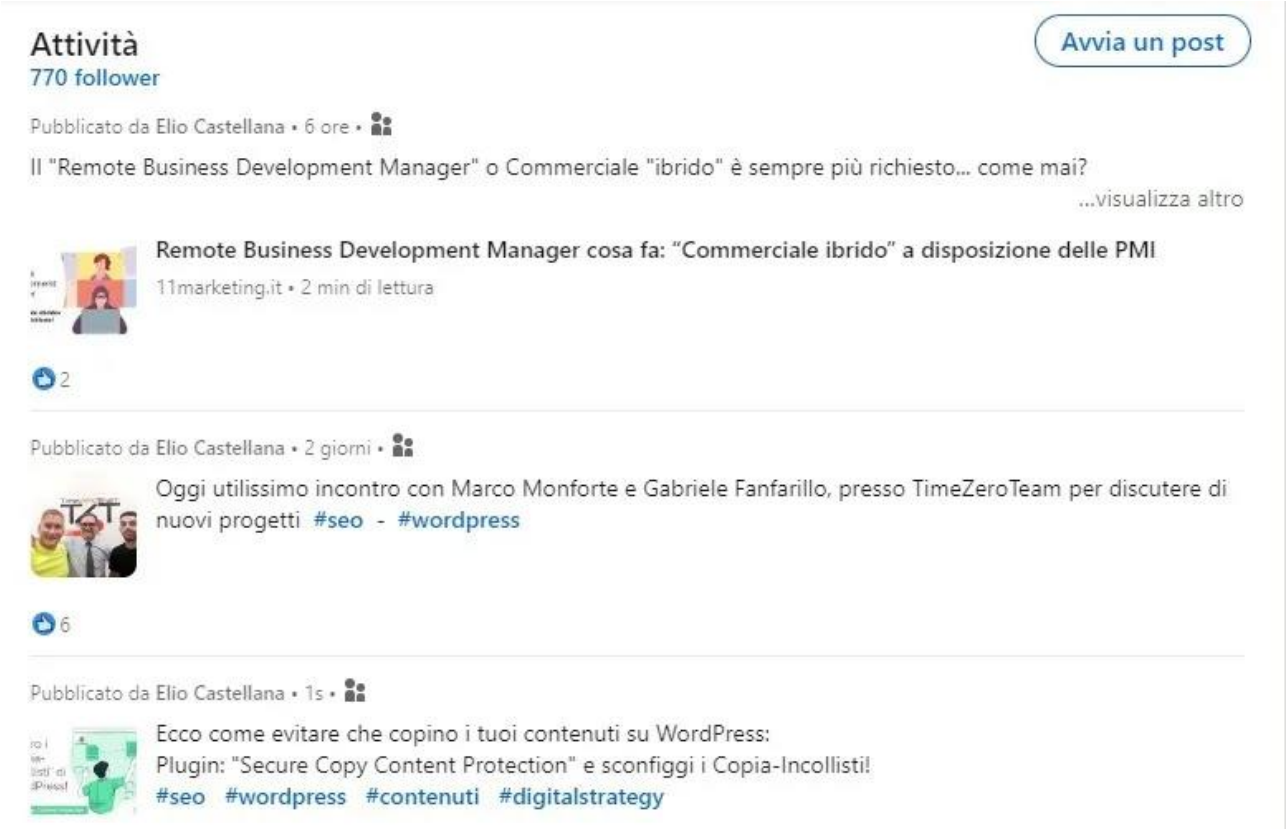
Nella sezione "segnalazioni" il social network ti offre l'opportunità di chiedere delle segnalazioni (**"endorsment"**) ai profili del tuo network.

Questa sezione è molto importante perchè crea maggiore "legittimazione" al tuo profilo. E 'importante, pertanto, cercare di ricevere segnalazioni da persone che collaborano o hanno collaborato con te; meglio se i tuoi capi o clienti/imprenditori della tua attività.

13) SEZIONE "ATTIVITA'"

Nella sezione "Attività", in "**visualizza tutte le attività"**, puoi verificare lo stato delle tue "attività":

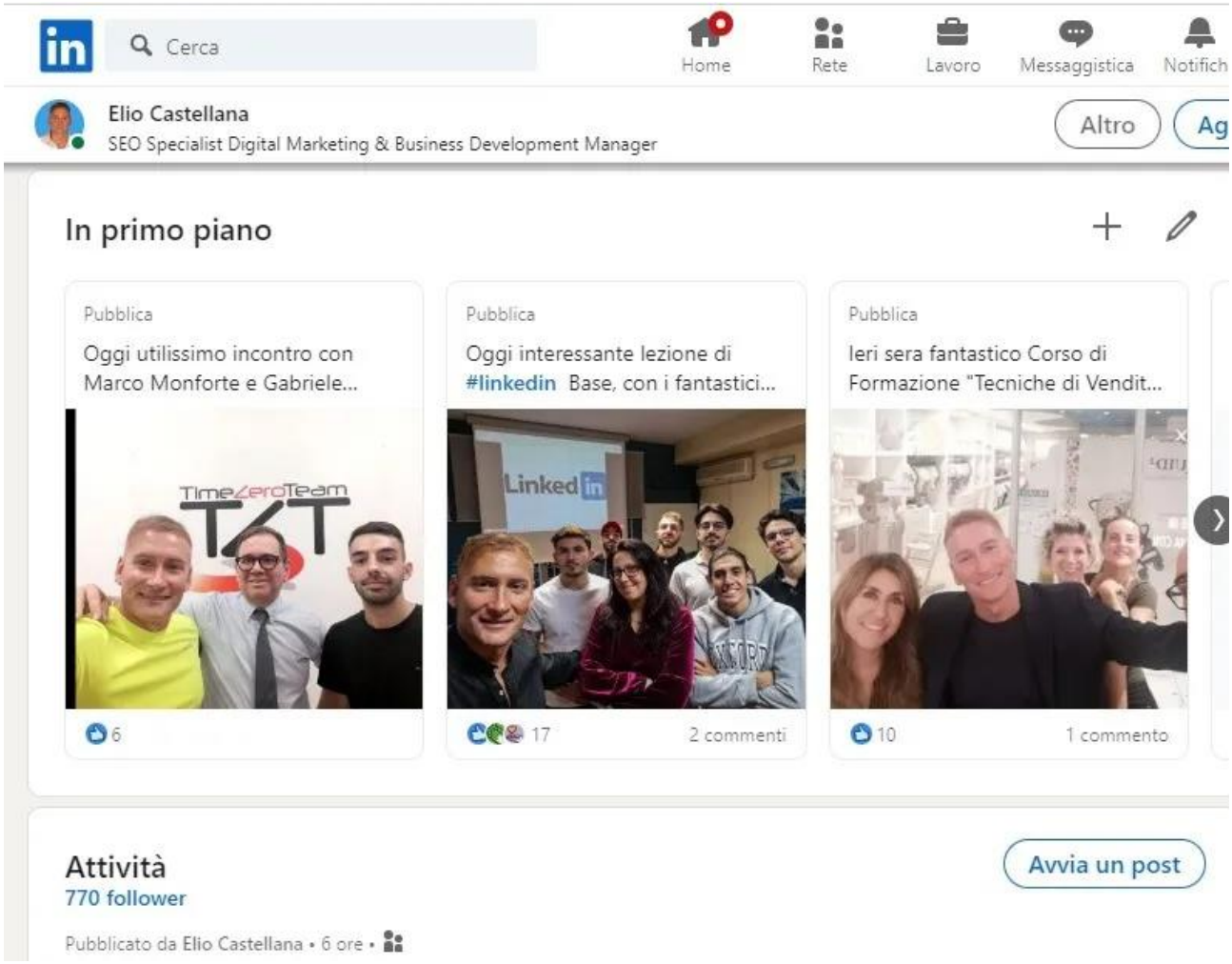
- Post con i quali hai interagito
- Articoli che hai realizzato
- Post che hai realizzato
- Documenti che hai caricato



14) SEZIONE “IN PRIMO PIANO”

Nella sezione “In primo piano” Linkedin ti consente di arricchire la tua “vetrina” professionale inserendo in evidenza:

- Post
- Articoli
- Link a contenuti web
- Media



15) SEZIONE “ANALISI CON STATISTICHE”

Nella sezione **“Analisi”** puoi verificare le principali statistiche aggiornate su l tuo profilo:

- 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.

16) IMPOSTAZIONI “STRATEGICHE” DEL PROFILO

Arrivati a questo punto è importante parlare delle impostazioni LinkedIn “strategiche” più adatte al tuo profilo.

A) Scegli la lingua del Profoilo che vuoi rendere prioritario

Cliccando sull'iconcina del "mondo", in alto a destra, si apre una sezione (che ho cerchiato in "rosso"), dove puoi **scegliere la lingua del Profilo principale**.

Deciderai l'italiano, l'inglese o un'altra lingua per il tuo profilo principale? Fai questa scelta attentamente, poichè in base alle tue indicazioni, Linkedin mostrerà di default il curriculum con la lingua preferita.

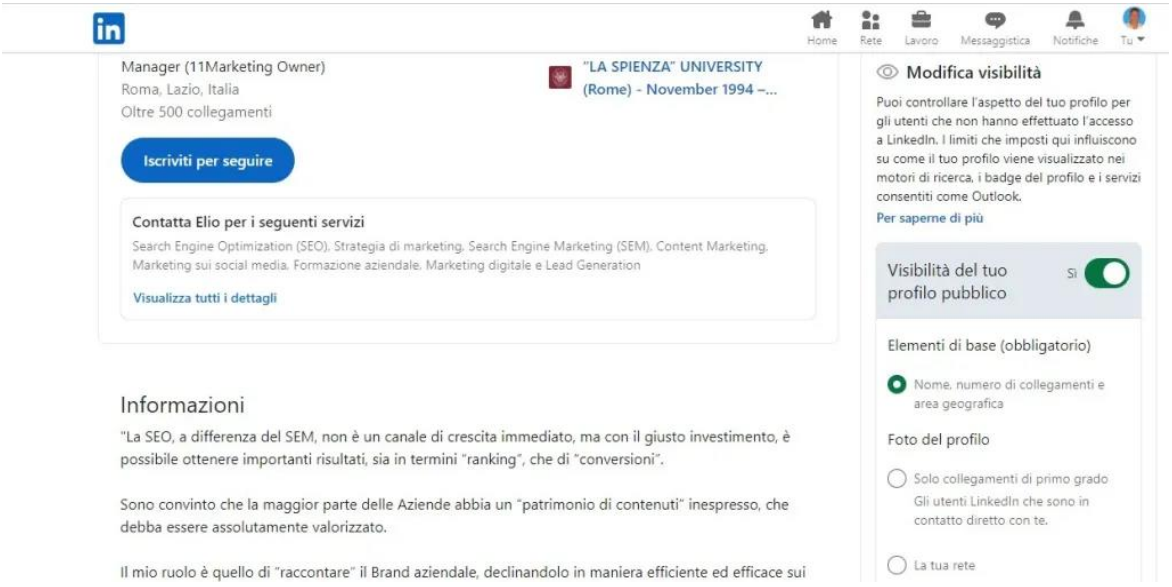
Inoltre, se lo desideri, puoi inserire puoi inserire anche un'ulteriore 3/4 lingua per il tuo profilo ….

B) Personalizza l'"URL" del tuo profilo:

Sempre nella stessa sezione, puoi decidere di modificare l'URL del tuo profilo "cliccando" sul link cerchiato in "rosso".

Come puoi immaginare, questo aspetto è importante, perchè puoi inserire le tue **parole chiave strategiche** all'interno del tuo URL.

C) Modifica la visibilità del tuo profilo:



La sezione “Modifica Visibilità”, si apre nella stessa pagina dove hai personalizzato il tuo URL (sotto a destra).

Questa sezione è importante, perchè, se lo desideri, **puoi decidere il “livello” di visibilità del tuo profilo “dentro” e “fuori” Linkedin**.

Come specificato dal Social, infatti, attraverso questa opzione, puoi controllare l’aspetto del tuo profilo per gli utenti che non hanno effettuato l’accesso a LinkedIn.

I limiti che imposti qui influiscono su come il tuo profilo viene visualizzato nei motori di ricerca, i badge del profilo e i servizi consentiti come Outlook.

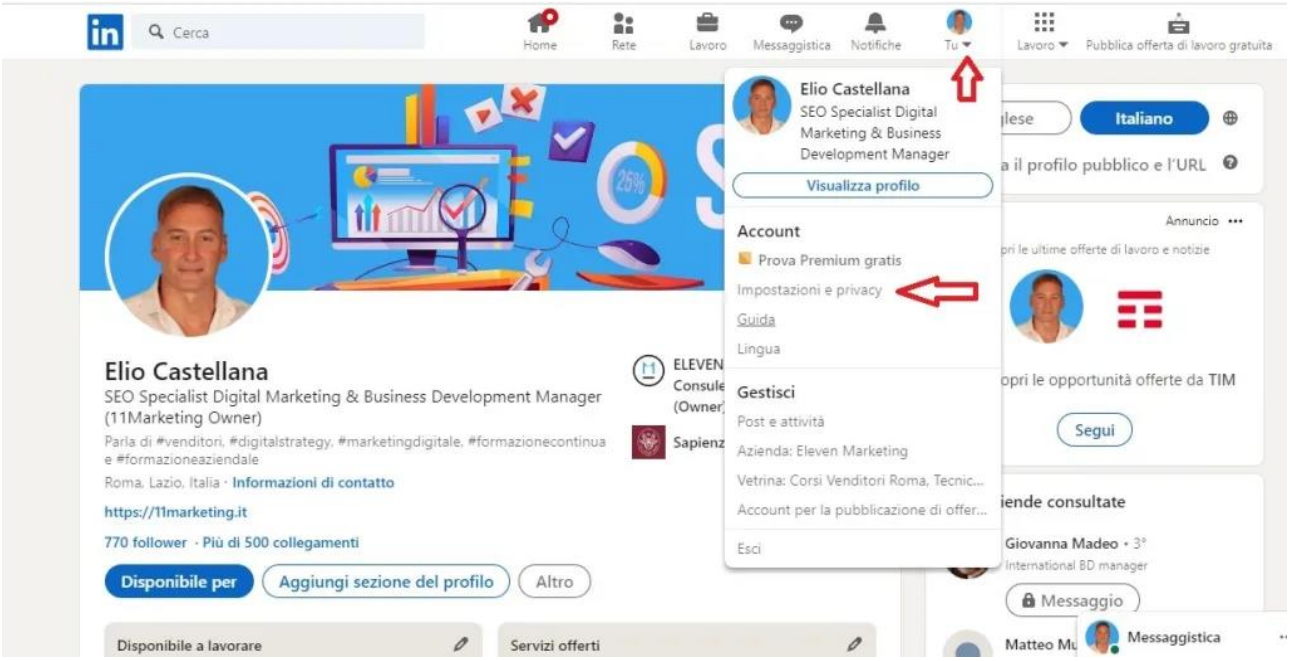
Esempio: puoi decidere di fare vedere la tua foto a tutti gli utenti di Linkedin, solo alla tua rete (1°, 2° 3° livello), solo ai collegamenti di 1° grado, oppure a tutti gli utenti (quelli dentro LinkedIn e quelli fuori da Linkedin – Google, Bing, ecc.)

D) Rendi il tuo profilo “invisibile” quando visiti il profilo di altri utenti

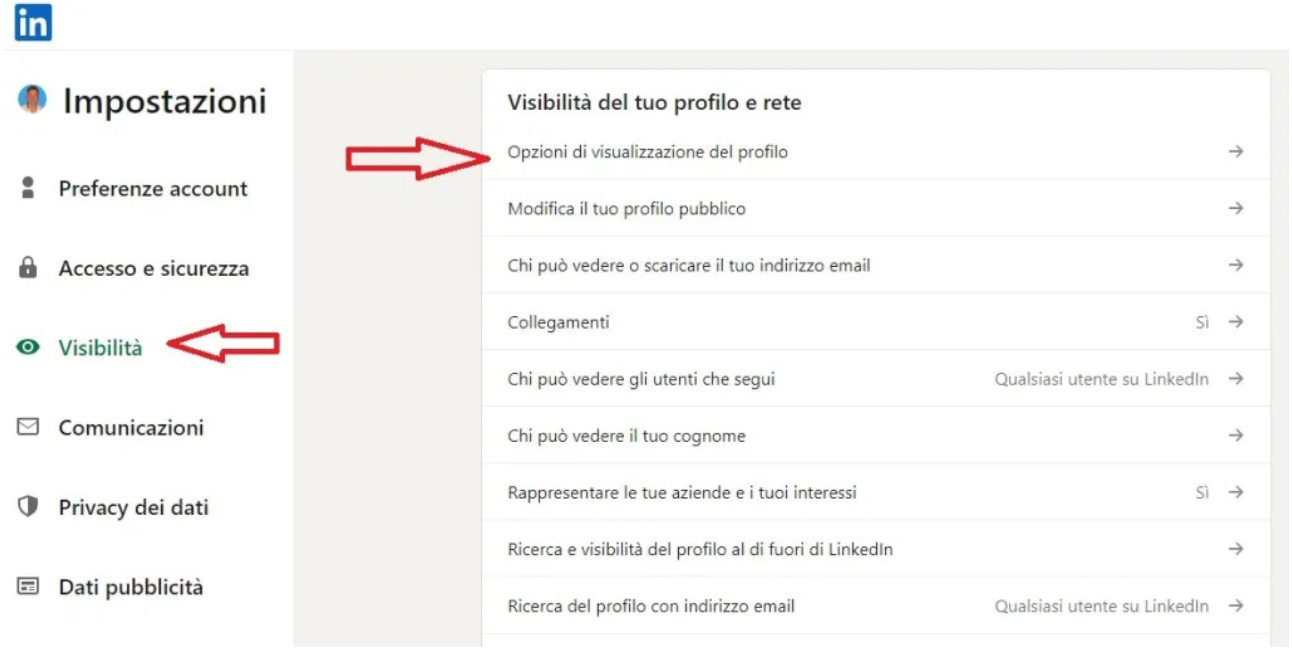
Questa opzione è veramente strategica e molto, molto utile! Devi sapere, infatti, che in base alle impostazioni di “default” di Linkedin, se decidi di visualizzare un altro profilo “X”, quello stesso profilo “X” saprà che tu lo hai visitato …

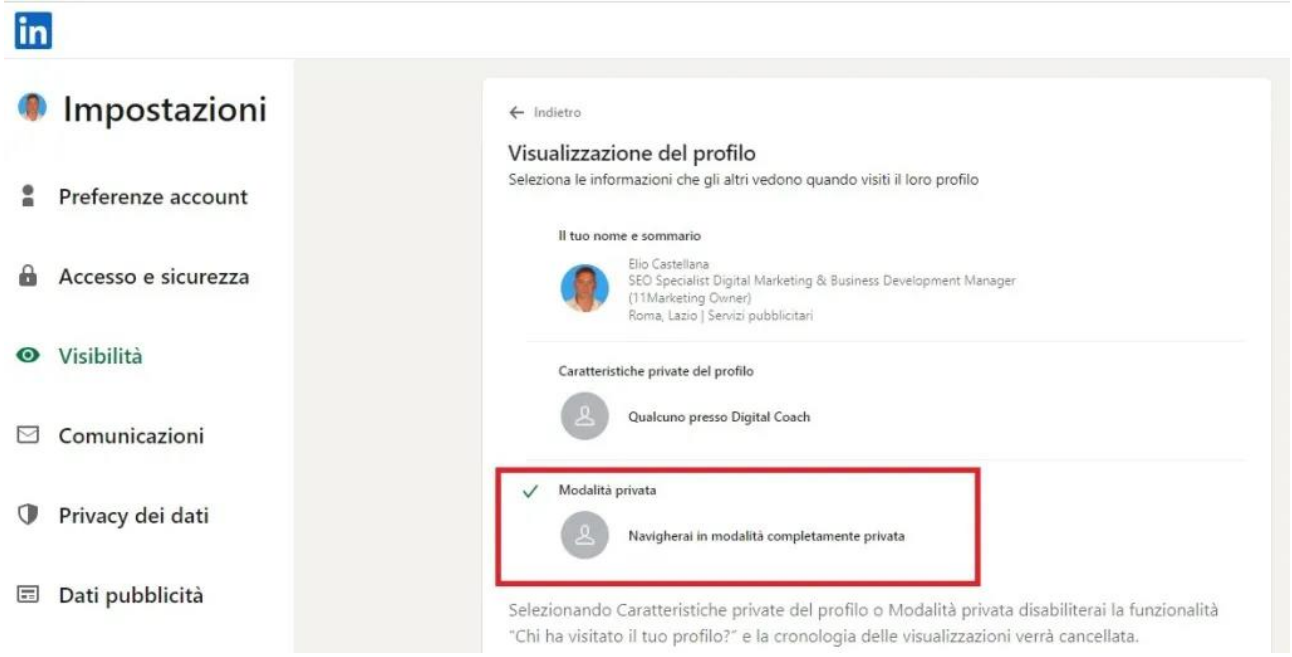
Nel caso tu non voglia “rivelarti”, mostrandoti “invisibile”, come devi fare? Semplice!

Vai in “Impostazione privacy”:



Vai in “Visibilità” – “Visibilità del tuo profilo in rete”:





In questo modo nessun utente che hai visitato, potrà conoscere il tuo nome e cognome, ma saprà solamente che “qualcuno nel settore digital marketing” ha visitato il suo profilo … FIGOOO vero?

Marketing ELEVEN

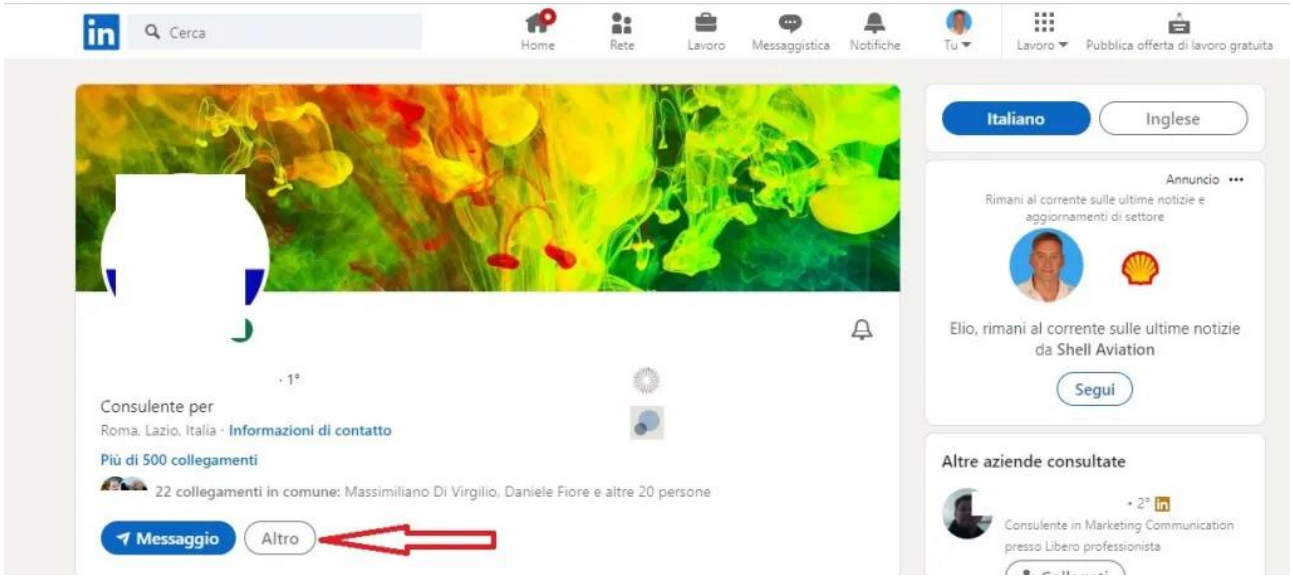
E) Bloccare un collegamento su Linkedin

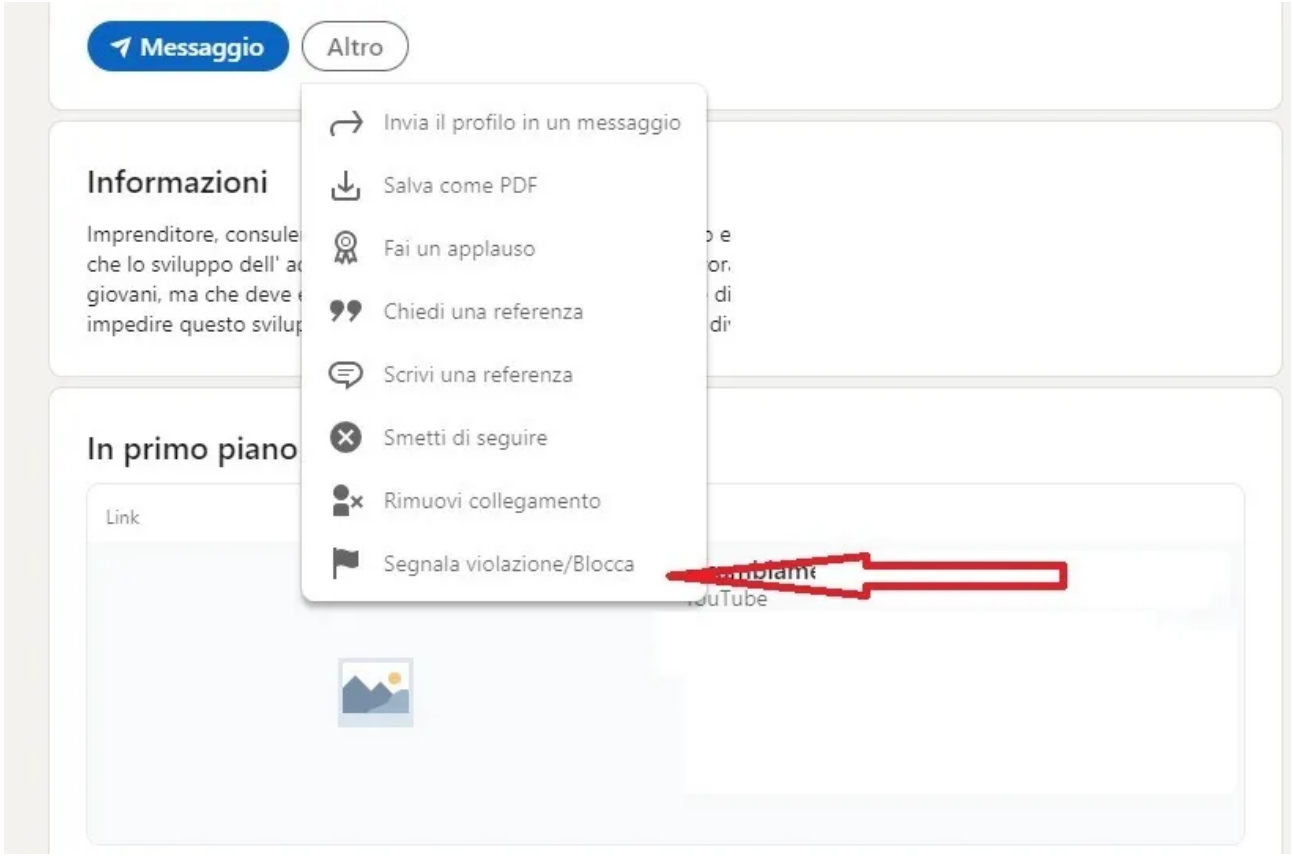
Come fare per bloccare un collegamento su Linkedin?

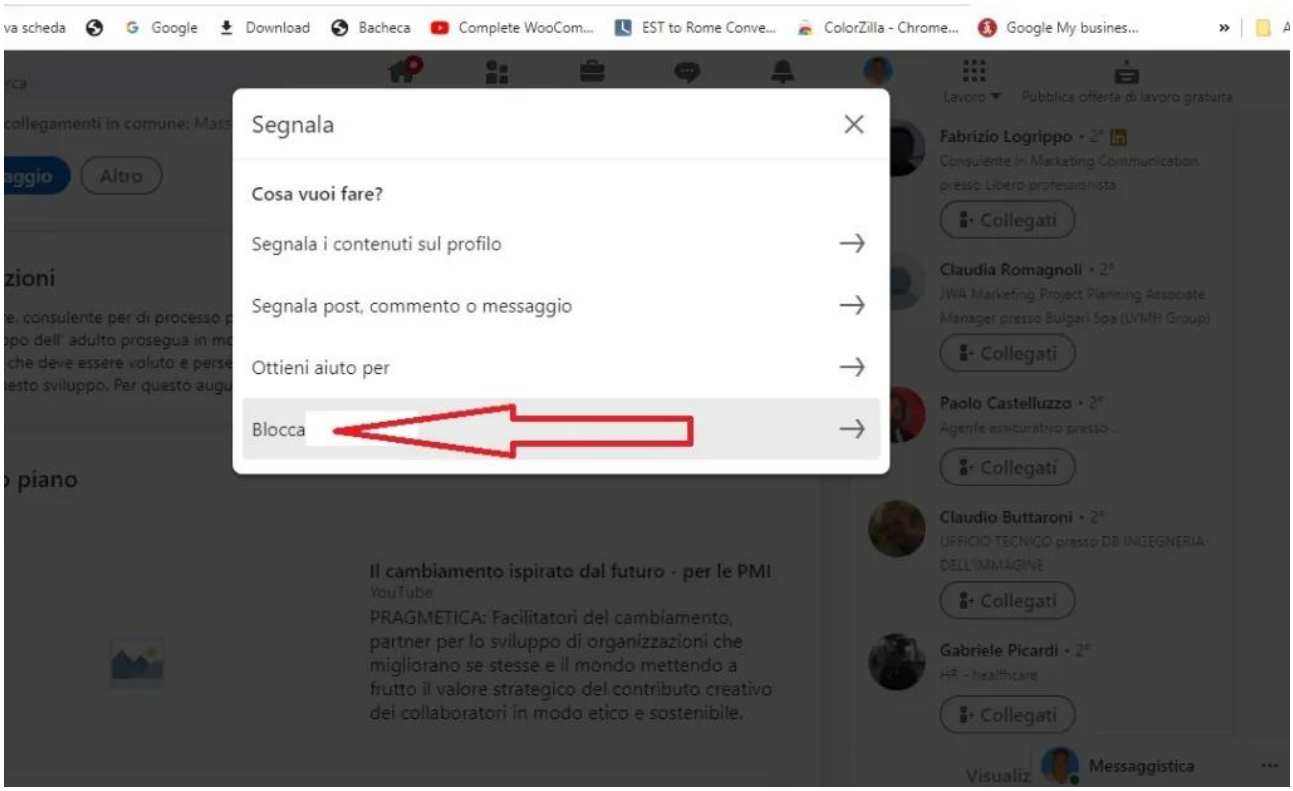
Supponiamo che tu voglia escludere dalla tua rete un determinato profilo (collegamento): in questo caso devi semplicemente:

- digitare sul motore di ricerca di Linkedin il nome della persona che vuoi escludere.
- Cliccare sul pulsante "ALTRO".
- Cliccare su segnala violazione/blocca.
- Bloccare la persona.

A questo punto, **una volta "bloccato" il collegamento, tu e quella persona non potrete NE inviarvi messaggi NE vedere gli aggiornamenti dei rispettivi profili**.




Messaggio
Altro
Invia il profilo in un messaggio
Salva come PDF
Fai un applauso
Chiedi una referenza
Scrivi una referenza
Smetti di seguire
Rimuovi collegamento
Segnala violazione/Blocca
Informazioni
In primo piano
Link


Segnala
Cosa vuoi fare?
Segnala i contenuti sul profilo
Segnala post, commento o messaggio
Ottieni aiuto per
Blocca
Il cambiamento ispirato dal futuro - per le PMI
PRAGMETICA: Facilitatori del cambiamento, partner per lo sviluppo di organizzazioni che migliorano se stesse e il mondo mettendo a frutto il valore strategico del contributo creativo dei collaboratori in modo etico e sostenibile.
Fabrizio Logrippo
Claudia Romagnoli
Paolo Castelluzzo
Claudio Buttaroni
Gabriele Picardi
Collegati
Messaggistica

17) MODALITA' "CREAZIONE CONTENUTI"

La modalità **"Creazione Contenuti"** è una potente opportunità per gli utenti che vogliono dare un "boost" alla propria attività su Linkedin.

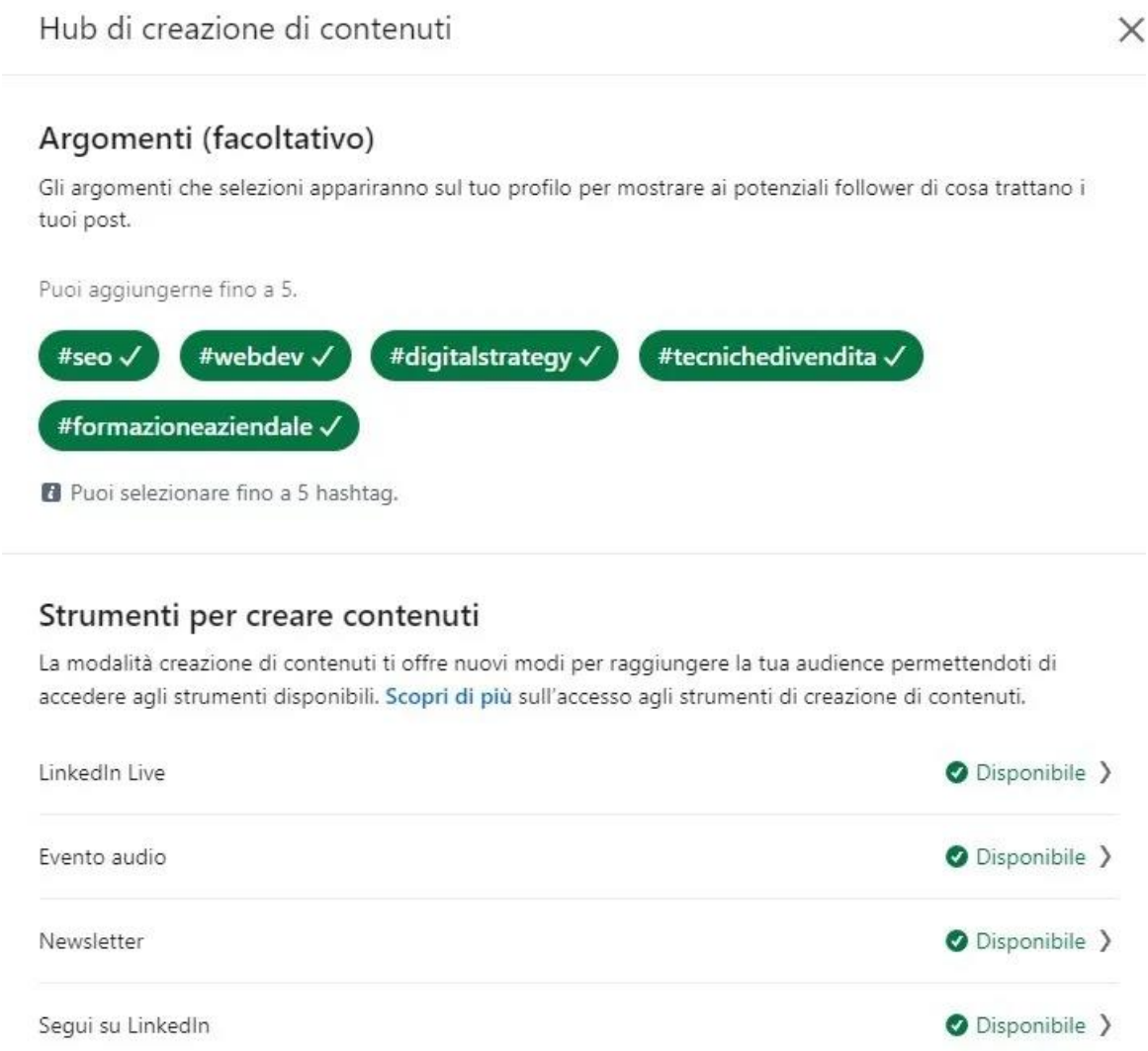
Se anche tu desideri promuovere al meglio il tuo profilo e le tue iniziative, condividendole con maggior enfasi tra gli utenti della tua rete, questa risorsa potrebbe davvero fare la differenza!

Grazie a quest'area, hai la possibilità di:

- **Organizzare degli eventi dal vivo**: puoi riunire la tua community professionale, in tutta sicurezza e in tempo reale attraverso lo streaming video in diretta.
- **Organizzare degli Event Audio**: puoi coinvolgere la tua community professionale con conversazioni in tempo reale.
- **Inviare delle Newsletter**: puoi pubblicare regolarmente degli **articoli** su un argomento specifico e creare la tua base di iscritti.
- **Implementare il pulsante "segui su Linkedin"**: puoi condividere il tuo link o pulsante personalizzato su tutti i tuoi canali e siti Web.

In questa sezione, inoltre, puoi **scegliere gli argomenti che appariranno sul tuo profilo (preceduti da #)** per mostrare ai potenziali follower di cosa trattano i tuoi post (**puoi scegliere al massimo 5 argomenti**). Nel mio esempio, io ho scelto i seguenti argomenti:

- #SEO
- #webdev
- #digitalstrategy
- #tecnichedivendita
- #formazioneaziendale



18) DIFFERENZE TRA "POST" E "ARTICOLI"

Nei paragrafi precedenti, abbiamo visto che su Linkedin puoi inserire un post, puoi caricare un video, una foto/documento, ma puoi anche creare un articolo.

Qual'è la differenza tra "post" ed "articolo"?

Il post ha una "visibilità" temporale molto limitata rispetto all'articolo, perchè pur venendo promosso immediatamente tra le tue connessioni, viene altrettanto rapidamente "dimenticato".

L'articolo, invece, oltre ad essere promosso con lo strumento della newsletter, è ricercabile (e trovabile) anche fuori da Linkedin!

Cosa significa?

Significa che **Google** e **Bing** sono in grado di indicizzare i tuoi contenuti sulla loro SERP, incrementando notevolmente l visibilità del tuo articolo!

19) CONSIDERAZIONI FINALI

Se sei giunto a questo punto, molto probabilmente hai configurato il tuo profilo Linkedin in maniera ottimale.

Adesso, però, fermati un attimo e verifica il lavoro che hai svolto, accertandoti di aver costruito il tuo **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.

Un piccolo consiglio:

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, 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.

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?

Elio Castellana, ELEVEN MARKETING

Ti è piaciuta questa mini-guida?

Per qualsiasi informazione, contattami ai seguenti recapiti:

338 280 2359

info@11marketing.it

www.elevenmarketing.it

Marketing ELEVEN