

**CONSORZIO  
NAZIONALE  
OLI USATI**



**CONOU**

Benvenuti a:

# **Come usare LinkedIn per il Personal Branding, la propria azienda e assumere personale**



# ALESSANDRO CANULLI

Digital Marketing Manager

Consulente Men in Web

Linkedin Specialist

Aggiungimi su LinkedIn:

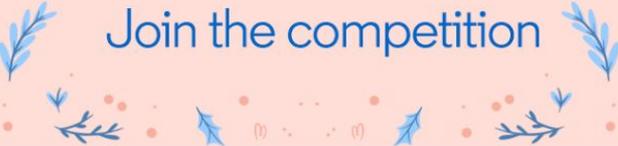
<https://www.linkedin.com/in/alessandro-canulli/>





Italian  
Winning Play  
Awards

Join the competition



# Di cosa parleremo oggi:



**LinkedIn: cos'è e come sfruttarlo al massimo delle sue potenzialità**



**I passi essenziali per crescere su LinkedIn**



**Il Personal Branding su LinkedIn: obiettivi e posizionamento**

# Alcune regole del gioco



**Webcam accese**



**Microfoni silenziati**



**Mettete i telefoni in modalità aereo  
ed evitate qualsiasi distrazione**



**Per fare domande o intervenire,  
alzate la mano. ATTENZIONE**

# POSSIAMO

# INIZIARE



**Cos'è LinkedIn**

# LinkedIn

LinkedIn è il social network più diffuso al mondo in **ambito business**, nato come social media per la ricerca del lavoro, nel corso degli anni si è evoluto diventando **il punto di riferimento mondiale per la vendita di servizi B2B**

# Un po' di numeri su LinkedIn

**16 mln** di  
utenti in Italia

**50%** traffico su  
siti B2B

\*Lead generation  
**277%** più efficace  
rispetto a Fb

**44%** Top  
Manager

\* dati Hubspot

# Perché è importante lavorare su LinkedIn ?

- Entrare in contatto diretto con i Decision Maker
- Assumere personale
- Fare Networking

# Quando utilizzare LinkedIn?

**Se devi assumere**

**Se offri servizi**

**Personal Branding**

**Company Branding**

# Perché usare LinkedIn

Se vendi **Servizi complessi**  
tramite LinkedIn puoi  
comunicare al tuo **target**  
quello che fai, come lo fai e  
**aumentare la percezione di**  
**valore** dei tuoi servizi

**Puoi trovare nuovi clienti  
disposti a pagare un prezzo  
proporzionale al valore che  
comunichi**

**Entrare in contatto e aprire  
delle conversazioni con dei  
potenziali clienti**

**Ridurre i tempi di ingaggio  
del potenziale cliente e i  
tempi di trattativa**

**Promuovere la propria  
identità aziendale e  
attrarre giovani talenti**

# I passi per crescere su LinkedIn

1. Definisci i tuoi ***Obiettivi***
2. Definisci i tuoi ***Punti di forza***
3. Definisci il tuo ***Avatar del Cliente Ideale***
4. Analizza i tuoi ***Competitor***
5. Definisci il tuo ***Posizionamento***
6. Definisci la tua ***LinkedIn Sales Cadence***
7. Ottimizza il tuo **Profilo LinkedIn** (Guida)
8. Organizza un **Piano Editoriale**
9. Utilizza gli **Strumenti di LinkedIn**

# Piano Marketing

# Piano Marketing

L'obiettivo di un Piano marketing è definire i quattro aspetti principali di un business:

1. Target
2. Mercato
3. Posizionamento del servizio
4. Piano d'azione

# Posizionamento

Per definire il posizionamento di un'azienda o di un professionista devi:

- Analizzare i competitor
- Capire chi il tuo cliente ideale
- Capire qual è la tua caratteristica distintiva

# UVP

La UVP è una frase che esprime il tuo posizionamento, di conseguenza a chi ti rivolgi, cosa vendi e cosa ti distingue dai competitor.

In poche parole deve far capire al tuo potenziale cliente cosa fai e perché dovrebbe scegliere te

**Quali sono i miei punti  
di forza?**

# Punti di forza

1. Definisci il tuo servizio nel dettaglio
2. Definisci i tuoi processi di erogazione
3. I tuoi servizi vengono acquistati sulla fiducia?
4. C'è bisogno di qualche certificazione/autorizzazione?
5. Quali sono i tempi di erogazione del servizio? I tuoi servizi vengono riacquistati nel tempo o sono servizi venduti una tantum?

# Punti di forza

1. Qual è, a tuo parere, il motivo per cui i clienti acquistano da te?
2. Quali sono i vantaggi che ha il tuo potenziale cliente nel rivolgersi a te?
3. Ci sono elementi che la tua azienda possiede o non possiede rispetto ai concorrenti?