



**CONSORZIO
NAZIONALE
OLI USATI**

CONOU



Come creare un profilo **LinkedIn** efficace

Perché è importante lavorare su LinkedIn ?

LinkedIn ad oggi ha la stessa **Reach Organica**
che aveva Facebook nel 2011.

ok... e quindi?

**Attraverso LinkedIn puoi
raggiungere **migliaia di persone**
senza investire budget in pubblicità.**

Wait...WHAT?



**CONSORZIO
NAZIONALE
OLI USATI
CONOU**

Su LinkedIn si lavora sul **Profilo personale**

Non c'è differenza tra
sfera **Professionale** e Aziendale



CONSORZIO
NAZIONALE
OLI USATI
CONOU



Profilo LinkedIn: Cosa **NON** è



NON è un Cv



Profilo Linkedin: Cosa **NON** è



NON è un Cv



NON è la tua Biografia



CONSORZIO
NAZIONALE
OLI USATI
CONOU



Profilo LinkedIn: Cosa **NON** è

- ✗ NON è un Cv
- ✗ NON è la tua Biografia
- ✗ NON è la bacheca dei tuoi Titoli onorifici

Profilo LinkedIn: Cosa è

Una...

Landing Page

Profilo LinkedIn: Cosa è

Una...

Landing Page

UNA CHE...?



CONSORZIO
NAZIONALE
OLI USATI
CONOU

Una **Landing Page** è la Pagina di destinazione su cui finiscono gli utenti dopo aver cliccato su una tua Ads.

E' sviluppata seguendo determinati principi di *Neuro-Marketing* che aumentano le probabilità di **conversione**.



CONSORZIO
NAZIONALE
OLI USATI
CONOU

La nostra Landing Page è
composta da

5

1. *Foto Profilo*
2. *Cover*
3. *Headline*
4. *Bio*
5. *Primo Piano*
Work Experience

+1



CONSORZIO
NAZIONALE
OLI USATI

CONOU

1. Foto profilo

La foto profilo è il **primo**
elemento di trust

- Deve trasmettere fiducia
- Si deve vedere bene il volto
- No sfondi panoramici
- No foto della laurea
- Sfondo tinta unita

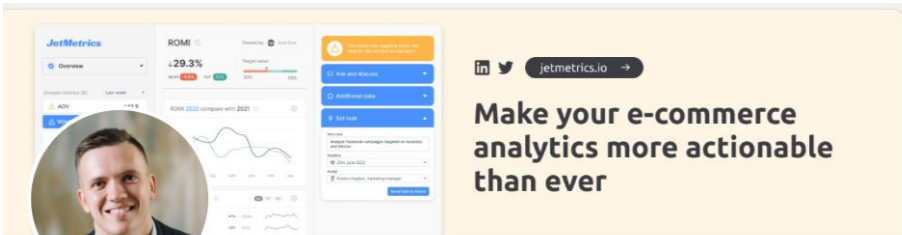


CONSORZIO
NAZIONALE
OLI USATI
CONOU

Cover

Deve trasmettere autorevolezza oppure
far capire di cosa ti occupi

- La Cover di un dipendente deve riportare i colori aziendali e il payoff ("motto") dell'azienda.



Dmitry Nekrasov (He/Him) · 2°
CEO at 🌟 Jetmetrics.io | Make your e-commerce analytics more actionable than ever 🚀🔥

Jetmetrics.io

Nome e Cognome

- ✗ NO "Dott." Mario Rossi
- ✗ NO Francesco "Ciccio" Rossi
- ✓ SI solo Nome e Cognome

Mario Rossi

SEMBRA SCONTATO
ma non lo è!



PERFECT!



**CONSORZIO
NAZIONALE
OLI USATI
CONOU**

3. Headline

La Headline NON è un biglietto da visita

Quando un potenziale lead in target scrolla il suo feed vede questo.



Con pochi caratteri a disposizione devi far capire al tuo pubblico cosa puoi fare per lui



CONSORZIO
NAZIONALE
OLI USATI
CONOU

3. Headline

In **120 caratteri** dobbiamo far percepire al lead cosa possiamo fare per lui.

*il numero di caratteri aumenta da desktop

Possiamo strutturare la nostra Headline in modi simili ma diversi, non ce n'è uno migliore, vanno testati.

Di seguito 7 esempi
di Headline:



CONSORZIO
NAZIONALE
OLI USATI
CONOU

3. Headline

Headline 1:

- Target
- Soluzione/Promessa
- Elementi di Autorevolezza/ Dati

Es. Marketing per Società di Consulenza | Raddoppia il fatturato nel giro di 1 anno | Oltre 180 Società servite

Es. Software per Consulenti Finanziari | Calcola il ROI in 3 secondi | Oltre 1 mln di download



CONSORZIO
NAZIONALE
OLI USATI
CONOU

3. Headline

Headline 2:

- Soluzione/Promessa
- Dati a supporto di ciò che prometti
- Elementi di autorevolezza

Es. Risparmia tempo sull'evasione degli ordini con XXX| Oltre il 50% di tempo risparmiato| Usato da oltre 1000 aziende



CONSORZIO
NAZIONALE
OLI USATI
CONOU

3. Headline

Headline 3:

- Soluzione/vantaggio
- UVP + Target
- Elementi di Autorevolezza/Dati

Es. Aumenta la produttività del 50% | Change Manager per Società
Manifatturiere | Citato dal Sole24Ore per i risultati ottenuti



CONSORZIO
NAZIONALE
OLI USATI
CONOU

3. Headline

Headline 4:

- Soluzione/vantaggio
- UVP + Target
- Ruolo/Azienda

Es. Migliora la Produttività con il Just in Time | Change Manager per
Società Manifatturiere | CEO di XXX

3. Headline

Headline 5:

- Ruolo
- Dati
- Elementi di Autorevolezza

Es. CEO presso XXX | Software per Supply Chain | +50% efficienza | Scelti da Coca Cola

3. Headline

Headline 6:

- Ruolo
- UVP
- Dati/Elementi di Autorevolezza

Es. Responsabile Marketing per ROMI Agency | Gli Specialisti del Services
Marketing | Oltre 180 Società di Servizi servite



CONSORZIO
NAZIONALE
OLI USATI
CONOU

3. Headline

Headline 7:

- Ruolo
- Mission
- Dati/Elementi di Autorevolezza

Es. Founder di XXX | Dare a tutti la possibilità di formarsi gratuitamente |

Oltre 10.000 corsi disponibili



CONSORZIO
NAZIONALE
OLI USATI
CONOU

Consiglio:

LinkedIn è molto ben visto da **Google**, quindi inserisci sempre una **Parola Chiave** nelle varie sezioni del tuo **Profilo LinkedIn**

In che lingua devo scrivere
la mia Headline?

La risposta è:



CONSORZIO
NAZIONALE
OLI USATI
CONOU

Che lingua parla il tuo Target??

P.S. LinkedIn è un Social, e come in tutti i social vale la regola dello scrolling selvaggio.

Leggere in inglese potrebbe rappresentare per molti uno sforzo cognitivo e di conseguenza un ostacolo per il nostro target.



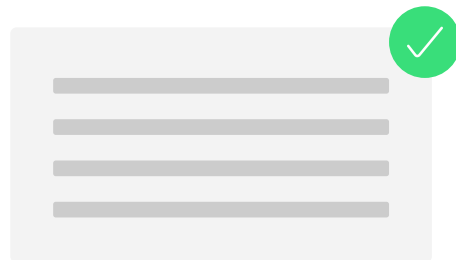
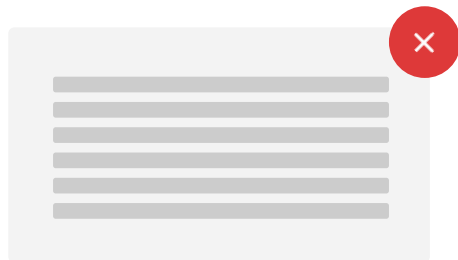
CONSORZIO
NAZIONALE
OLI USATI

CONOU

4. Bio

Anche per scrivere la Bio ci sono diversi metodi, che come al solito vanno **testati!**

P.S. Cosa importante è non creare blocchi di testo, anzi su LinkedIn è pratica comune lasciare uno spazio vuoto tra una riga e un'altra.



4. Bio

Cosa **NON** è:

La biografia non è
la storia della tua vita!



La biografia non
è il tuo **CV**!

4. Bio

Cosa è:

- Una Landing Page
- Una Sales Letter
- Una Storia che racconta **quello che fai e come puoi aiutare il tuo target**

Di seguito 3
esempi di Bio:



4. Bio

PAS + AIDA:

- Problema
- Agitazione
- Soluzione
- Attenzione
- Interesse
- Desiderio
- Azione



**CONSORZIO
NAZIONALE
OLI USATI
CONOU**

2. Bio

WHWWC:

- What I do
- How I do it
- Why I do it
- Who are my clients (Trust)
- CTA



CONSORZIO
NAZIONALE
OLI USATI
CONOU

3. Bio

Storytelling:

- Difficoltà
- Sacrificio
- Successo
- Promessa
- Offerta
- CTA



CONSORZIO
NAZIONALE
OLI USATI

CONOU

5. Primo piano

Questa sezione ci aiuta a catturare l'attenzione del cliente dal punto di vista **visuale**.

- Possiamo inserire le nostre slide, il link al sito, un'infografica, documenti rilevanti e molto altro.
- E' un altro elemento di vendita, vediamo come un "Volantino" o come una Sales Letter.

Di seguito alcuni
esempi di Primo Piano:



CONSORZIO
NAZIONALE
OLI USATI
CONOU

5. Primo piano

In primo piano

Pubblica

💡 [Free Algorithm Kit] What to do with all these **#metrics**?...

What to do with all these metrics?

#1. Average Order Value



👍👏❤️ 87 • 323 commenti

Pubblica

➡️ UPD: Link to download free version or buy it...



👍👏❤️ 6.379 • 9.348 commenti

Pubblica

10 ways to measure customer value:...

1 ABC analysis

2 LTV analysis

3 RFM segmentation

4 Service metrics

5 Viral potential

6 Penetration in products

7 Sales growth

8 Customer satisfaction

9 Expert review

10 MI modifications

👍 22



**CONSORZIO
NAZIONALE
OLI USATI
CONOU**

+ Work Experience

Come scriverla?

- Beneficio/Risultato
- Specificare target
- Garanzia o risposta alle obiezioni
- CTA
- Social Proof (lista dei clienti)
- Descrizione dei Servizi
- Recup + CTA

Di seguito un esempio
di Work Experience:



CONSORZIO
NAZIONALE
OLI USATI
CONOU

Profilo Aziendale

Il profilo aziendale deve rispecchiare quello che è il Company Profile, mantenendo **elementi di trust** e **dati** a supporto di questi.

Nel profilo aziendale, nella sezione “*Persone*”, è utile rimandare al **profilo dei dipendenti**.



Profilo Aziendale

Il profilo aziendale può essere anche utilizzato per promuovere un evento aziendale o i vari rami d'azienda.

Infatti LinkedIn dà la possibilità di creare vari profili aziendali



**CONSORZIO
NAZIONALE
OLI USATI**
CONOU

Profilo Dipendente

Se sei un dipendente vale quanto detto prima,
con dei piccoli accorgimenti.

- **Cover** con logo aziendale
- **Headline:**
*Es: Marketing per Società di Consulenza/ Digital Strategist
presso Romi/ La Prima Agenzia in Italia specializzata nel
Services Marketing*



**Il Profilo di un dipendente deve
essere attivo?**

Assolutamente si!

Immaginate se ogni dipendente avesse
collegamenti in target e utilizzasse il proprio
profilo per promuovere i contenuti aziendali.



**CONSORZIO
NAZIONALE
OLI USATI
CONOU**

Tips pratica: Su LinkedIn si lavora a “compartimenti stagni”, cioè è sempre meglio che un **CEO** venga contattato da un’altro **CEO** e così via.

Quindi se non riesci a contattare l’AD di un’azienda, chiedi ad una tua collaboratrice di contattare una pari grado

KPI Utili



x100

CTR Visite al profilo

n° richieste ricevute/
n° visite al profilo



x100

CTR Richieste inviate

n° richieste accettate
n° richieste inviate

Un buon profilo dovrebbe attirare almeno **500 visitatori** in 90 giorni



CONSORZIO
NAZIONALE
OLI USATI
CONOU

SSI - Social Selling Index

Definisce il **livello di efficacia** del nostro profilo LinkedIn (**secondo LinkedIn!!!**).

E' composto da 4 categorie, ed ognuna di esse dà 25 punti.

*Calcola il tuo SSI:

www.linkedin.com/sales/ssi

1. *Professional Branding*

2. *Connessioni in Target*

3. *Engagement*

4. *Network*



CONSORZIO
NAZIONALE
OLI USATI
CONOU

Professional Branding

Per ottimizzare il tuo Profilo rispondi a queste domande:

- Il tuo Profilo è **completo al 100%**?
- Crei contenuti di Valore per la tua nicchia di mercato?
- Ricevi “*endorsement*” per il tuo Profilo e i tuoi contenuti?
- Interagisci con i contenuti dei tuoi colleghi e del tuo target?

1. *Professional Branding*

2. *Connessioni in Target*

3. *Engagement*

4. *Network*



CONSORZIO
NAZIONALE
OLI USATI
CONOU

Connessioni in Target

Per ottimizzare il tuo Profilo rispondi a queste domande:

- Hai creato le tue *Buyers Personas* su LinkedIn?
- Utilizzi i *LinkedIn's Tool* per individuare il tuo target?
- Invi i Richieste di Collegamento in Target?
- Alleghi un messaggio efficace alle Richieste di Collegamento?

1. *Professional Branding*

2. *Connessioni in Target*

3. *Engagement*

4. *Network*



CONSORZIO
NAZIONALE
OLI USATI
CONOU

Engagement

Per ottimizzare il tuo Profilo rispondi a queste domande:

- Condividi contenuti frequentemente?
- I tuoi collegamenti interagiscono con ciò che condividi?
- E tu interagisci con loro dopo aver pubblicato?
- Misuri il tasso di interazione con i tuoi contenuti?

1. *Professional Branding*

2. *Connessioni in Target*

3. *Engagement*

4. *Network*



CONSORZIO
NAZIONALE
OLI USATI
CONOU

Network

Per ottimizzare il tuo Profilo rispondi a queste domande:

- Ti connetti con contatti di **secondo e terzo grado**?
- Hai individuato i *Decision Maker* delle aziende in target?
- Dopo esserti connesso interagisci con loro?E come?
- Sei connesso con i tuoi colleghi, dipendenti o collaboratori?

1. *Professional Branding*

2. *Connessioni in Target*

3. *Engagement*

4. **Network**



CONSORZIO
NAZIONALE
OLI USATI
CONOU

Il tuo Social Selling Index

Primo Classifica SSI del settore

1 %

Primo Classifica SSI della rete

6 %

Social Selling Index attuale ?

73
su 100

Quattro componenti del tuo punteggio



17,14 | Creare il brand professionale ?



16 | Trovare le persone giuste ?



14,49 | Interagire con informazioni rilevanti ?



25 | Costruire relazioni ?



CONSORZIO
NAZIONALE
OLI USATI
CONOU