

Potenzia il tuo profilo

Come ottenere il massimo
dalla tua presenza su LinkedIn.

LinkedIn™



Introduzione

Il tuo profilo personale e le pagine della tua azienda sono spesso il primo incontro del candidato con te come potenziale datore di lavoro. E la prima impressione è quella che conta.

Che tu sia un professionista HR, il responsabile di un ufficio o un piccolo imprenditore, con questa guida potrai potenziare la tua presenza su LinkedIn.

Qui trovi consigli e idee per fare in modo che le tue pagine e i tuoi aggiornamenti abbiano il massimo impatto e contribuiscano a sviluppare il tuo brand personale e il tuo employer brand.

Stai sfruttando tutti i vantaggi della rete professionale più grande al mondo? Continua a leggere e lo scoprirai.

03 Il tuo profilo

08 La tua pagina aziendale

11 Aggiornamenti di stato personali

13 Aggiornamenti di stato dell'azienda

16 Pagine Carriera

19 Aggiornamenti sponsorizzati

22 Altre risorse



Il tuo profilo

Dimostrati disponibile e interessante.

Il tuo profilo

Dimostrati disponibile e interessante.

Nelle piccole imprese non c'è sempre un team HR dedicato e la selezione viene affidata al proprietario, al capoufficio o ad altri responsabili. Indipendentemente dalla tua qualifica, se ti occupi delle assunzioni il tuo profilo su LinkedIn deve essere impeccabile.

Più mostri chi sei e quello che fai, più sarà facile per i candidati interessarsi alla tua azienda e immaginarla come datore di lavoro. Scegli parole chiave rilevanti e inseriscile in ogni sezione per aiutare gli altri a trovarti.

Qui trovi un esempio di un profilo ben fatto con tutti gli elementi chiave che dovrai ottimizzare.


Indipendentemente dalla tua qualifica, se ti occupi delle assunzioni il tuo profilo su LinkedIn deve essere impeccabile.

Immagine di sfondo

[Aggiungi uno sfondo](#) per rendere più interessante il tuo profilo. Mostra la tua personalità e la tua passione per quello che fai.

Foto

Scegli una foto in cui dai un'impressione amichevole e disponibile.



Nancy Soni

CEO/Fondatrice presso FILD

Collegati

Visibile ai tuoi collegamenti

Email	nancysoni@fild.com	Telefono	01 234567891
IM	NancySoni (SKYPE)	Indirizzo	

Visibile a tutti su LinkedIn

Twitter	@nancysoni
WeChat	NancySonyFILD
Siti Web	Sito Web aziendale

<https://www.linkedin.com/in/nancysoni> Informazioni di contatto

Sommario

Compare nei risultati delle ricerche. Puoi essere creativo, ma assicurati che il tuo ruolo sia chiaro.

Link

Includi link alla tua pagina aziendale su LinkedIn, al tuo sito Web, ai social media e ad altre risorse che permettano al candidato di saperne di più.

URL personalizzato

Crea un [URL personalizzato](#), in un formato più semplice, da aggiungere a biglietti da visita e firme delle email.

45M di profili vengono visualizzati ogni giorno su LinkedIn.

I profili con foto hanno **11 volte più probabilità** di essere visitati.

Riepilogo

Prenditi tutto il tempo che serve per scriverlo al meglio. Usa la prima persona. Metti in luce la tua personalità. Ricorda: stai assumendo, non cerchi un lavoro.

Certificazioni

Rafforza la tua credibilità condividendo le tue certificazioni. Se hai conseguito la certificazione [LinkedIn Certified Professional](#), includila qui

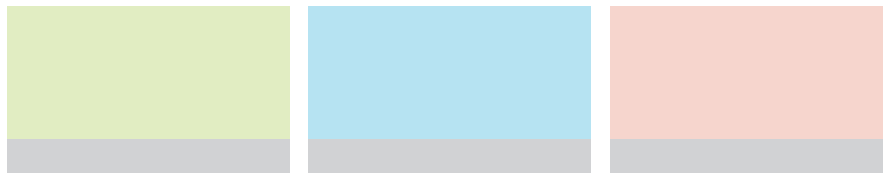
Percorso professionale e accademico

Riepilogo

[Redacted summary text]

Esperienze

[Redacted experience text]



Certificazioni

[Redacted certification text]

Contenuti multimediali

Metti in mostra il tuo lavoro e le tue idee caricando o collegando video, blog, presentazioni e siti Web.

Competenze

Includi le parole chiave che i candidati potrebbero usare nelle loro ricerche. Mostreremo le tue 10 competenze principali, in base alle conferme che hai ricevuto.



Competenze



Volontariato



Segnalazioni

Ottieni segnalazioni da colleghi che hai assunto o supervisionato, così i candidati sapranno com'è lavorare con te.

Segnalazioni



Volontariato

Dipingi un quadro più completo aggiungendo le tue esperienze di volontariato o le cause in cui credi.



La tua pagina aziendale

Dai ai potenziali candidati
qualcosa da seguire

La tua pagina aziendale

Dai ai potenziali candidati qualcosa da seguire

Il modo in cui i candidati percepiscono la tua azienda e la sua cultura è fondamentale per il successo del recruiting. Oggi per rimanere competitivi è necessario distinguersi dagli altri.

La pagina aziendale è un hub di informazioni. È alla base della presenza del tuo brand su LinkedIn e verrà usata allo stesso modo da clienti e candidati: in pratica, da chiunque voglia saperne di più su quello che fai e su come lo fai.

Questo è un mercato sempre più competitivo.

Mettiti all'opera

Inizia con il logo, l'immagine del banner e la descrizione dell'azienda. Ecco come si fa: [linkedin.com/company/add/show](https://www.linkedin.com/company/add/show)

Aggiungi i settori di competenza

Quando li elenchi, pensa alle parole chiave per le ricerche e la SEO. In questo modo le persone troveranno più facilmente la tua azienda.

Parola d'ordine: coinvolgere

Ricorda che hai due audience diverse: clienti e candidati. I tuoi contenuti devono risultare interessanti per entrambi.

Ti serve aiuto per plasmare il tuo messaggio?

[Scarica la nostra Guida all'employer brand.](#)

La tua azienda

193.170 follower

Internet
5001 - 10.000 dipendenti

Home

[Placeholder text lines]

[Placeholder text lines]

^ Vedi meno ^

Aggiornamenti recenti

La tua azienda [Placeholder text]

[Placeholder text lines]

[Placeholder text bar]

Trova nuovi follower

Fai circolare la voce che hai una nuova pagina aziendale.

- Aggiungi un pulsante "Segui" sul tuo sito Web
- Inserisci un link nella firma della tua email aziendale
- Passaparola su Facebook e Twitter
- Incoraggia i colleghi ad aggiungere un link sui loro profili



Aggiornamenti di stato personali

Costruisci il tuo brand personale.

Aggiornamenti di stato personali

Costruisci il tuo brand personale.

Cosa sanno di te e del tuo lavoro le persone nella tua rete? Ti vedono come un punto di riferimento del settore? Si rivolgerebbero a te per consigli sulla loro carriera?

Sono tutti aspetti legati al tuo brand personale, che gioca un ruolo chiave per il successo del recruiting. I tuoi aggiornamenti di stato contribuiscono a delineare la tua personalità professionale: dicono agli altri quali sono i tuoi interessi e in cosa sei esperto. Usali per mantenere alta la tua visibilità e interagire su larga scala con i tuoi collegamenti su LinkedIn.



L'occhio vuole la sua parte

Includi immagini, video e presentazioni per dare un tocco più interessante. Più i tuoi contenuti verranno consigliati, commentati e condivisi, maggiore sarà la loro diffusione sulla rete di LinkedIn.



L'equilibrio è tutto

Condividere le posizioni aperte in azienda è importante. Ma per potenziare il tuo brand personale devi anche diventare un thought leader. Bilancia le offerte di lavoro con articoli rilevanti e contenuti che stimolino il dibattito.



Obiettivo: interagire

Interagisci con la tua rete taggando persone specifiche nei tuoi aggiornamenti. Il modo migliore è aggiungere @ prima del loro nome. Poi rispondi in tempo reale ai commenti per mantenere viva la conversazione.



Aggiornamenti di stato dell'azienda

Mantieni alto l'interesse dei follower.

Aggiornamenti di stato dell'azienda

Mantieni alto l'interesse dei follower.

Gli aggiornamenti di stato dell'azienda sono un modo molto efficiente di coltivare le relazioni con i follower su LinkedIn. Quando pubblichi un aggiornamento sulla tua pagina aziendale, appare nel loro feed di LinkedIn. Incoraggia i follower a consigliare, commentare e condividere i tuoi post: amplificherai la portata dei tuoi contenuti nell'intero ecosistema LinkedIn.

Gli aggiornamenti ottengono...

75%

più condivisioni
quando includi un video di YouTube

98%

più commenti
quando includi un'immagine

Mira con precisione

Sapevi che puoi pubblicare aggiornamenti di stato mirati in base a criteri come funzione lavorativa, anzianità o area geografica? Oggi le persone si aspettano di ricevere contenuti su misura per loro. Coinvolgi i tuoi follower scegliendo cosa dire e a chi.

Vai oltre le parole

Gli aggiornamenti con video e altri contenuti multimediali, come foto, presentazioni e link, offrono ai follower un mondo più ricco da esplorare, condividere e con cui interagire.

Conosci il tuo pubblico

I tuoi aggiornamenti possono raggiungere candidati, clienti esistenti e potenziali interessati a diverse divisioni o competenze. Crea un calendario dei contenuti per assicurarti di parlare a ciascuno di questi gruppi di destinatari con post mirati.

Tieni gli occhi aperti

Utilizza blog, articoli e notizie di altre piattaforme social per creare un flusso di aggiornamenti di alta qualità. Su LinkedIn troverai contenuti pronti all'uso e degni di essere condivisi. Potrai trovarli in Pulse, nei gruppi e direttamente dagli influencer.

Fai un mix

Per mantenere alto il coinvolgimento dei tuoi follower, ruota regolarmente i temi dei tuoi contenuti. Per ogni post che promuove la tua azienda, assicurati di pubblicare quattro post di scenario o sulle tendenze del settore.

Valuta cos'ha funzionato

Consulta la [scheda Analisi](#) della tua pagina aziendale per scoprire in che modo i follower interagiscono con i tuoi aggiornamenti. Questi dati ti dicono cosa sta funzionando e cosa no, così potrai perfezionare i contenuti e aumentarne l'efficacia.



Pagine Carriera

Concentra i tuoi sforzi di recruiting.

Pagine Carriera

Concentra i tuoi sforzi di recruiting.

Un altro strumento utile a coltivare relazioni con i potenziali candidati è la Pagina Carriera di LinkedIn. La tua Pagina Carriera è un hub per le attività di recruiting su LinkedIn. Le sue particolari funzionalità di targeting ti permettono di coinvolgere gran parte della rete di LinkedIn con informazioni rilevanti sulle opportunità di lavoro disponibili, il tuo brand e il tuo team.

- 1 Rendila accattivante
- 2 Costruisci il tuo employer brand
- 3 Mira a candidati chiave
- 4 Pensa digitale
- 5 Pensa in multimediale
- 6 Pensa a distinguerti

Rendila accattivante

Utilizza immagini vibranti e memorabili.
Anche i volti amichevoli funzionano!

Costruisci il tuo employer brand

Sfrutta la sezione “Dipendente in primo piano” per posizionare la tua azienda come un datore di lavoro preferenziale.

Mira a candidati chiave

Le Pagine Carriera ti permettono di personalizzare l'esperienza per segmenti univoci con messaggi dinamici basati sui profili LinkedIn dei visitatori. Puoi fare targeting in base alla funzione lavorativa del candidato, il settore, l'area geografica e altro.

Pensa digitale

Qualunque cosa tu dica, sii breve. I tempi di attenzione sono più brevi online, quindi anche i tuoi contenuti devono esserlo.

Pensa in multimediale

Come sempre, dai vita ai tuoi messaggi con video, foto e presentazioni.

Pensa a distinguerti

Cosa contraddistingue la tua azienda? Comunica cosa la rende diversa dalla concorrenza. I tuoi dipendenti sono i tuoi ambasciatori: falli partecipare per diffondere il tuo messaggio.



Aggiornamenti sponsorizzati

Amplifica la diffusione e l'efficacia.

Aggiornamenti sponsorizzati

Amplifica la diffusione e l'efficacia.

Gli aggiornamenti sponsorizzati ti permettono di pubblicare contenuti rilevanti direttamente nel feed di LinkedIn di tutti i membri del sito, non solo dei follower della tua pagina aziendale. Appaiono nei feed su tutti i dispositivi (smartphone, desktop e tablet), dandoti maggiori opportunità di raggiungere le persone che contano.

- 1 Sponsorizza i tuoi contenuti migliori
- 2 Evita un targeting eccessivo
- 3 Non sottovalutare il weekend
- 4 Misura e aggiusta il tiro

Sponsorizza i tuoi contenuti migliori

Guarda quali dei tuoi aggiornamenti hanno avuto più successo per scoprire cosa funziona meglio per la tua azienda, e sfrutta questo dato per la tua strategia di aggiornamenti sponsorizzati.

Evita un targeting eccessivo

Puoi creare aggiornamenti sponsorizzati mirati usando criteri come località, dimensioni dell'azienda, settore, funzione lavorativa e anzianità. Ma ovviamente il targeting limita l'ampiezza del gruppo di destinatari. Non aggiungere troppi filtri o rischierai di escludere audience potenzialmente importanti.

Non sottovalutare il weekend

I professionisti non interagiscono con gli aggiornamenti sponsorizzati solo nei giorni lavorativi: l'interesse è alto anche nei weekend. Valuta un approccio "non-stop" oppure scegli un paio di momenti per pubblicare e interagire nel fine settimana.

Misura e aggiusta il tiro

Se stai puntando a nuove audience, preparati a sperimentare. Quello che funziona per un gruppo di destinatari potrebbe non funzionare per un altro. Gli aggiornamenti sponsorizzati includono svariati tipi di analisi che ti aiutano a valutare e migliorare le tue prestazioni.



E adesso?

Domande? Per saperne di più su LinkedIn Talent Solutions o per parlare con un consulente LinkedIn, visita it.talent.linkedin.com.

Altre risorse

Continua a imparare e a migliorare.

Abbiamo altre risorse che ti aiuteranno a ottenere il massimo dalla tua presenza su LinkedIn.

Webinar

Creating an online presence on LinkedIn

[Guarda il webinar >](#)

How to get the most out of LinkedIn Company Pages

[Guarda il webinar >](#)

Guide di LinkedIn

Guida all'employer brand

[Scarica la guida >](#)

Guida per il recruiter moderno

[Scarica la guida >](#)

Prodotti LinkedIn

[Recruiter >](#)

[Recruiter Lite >](#)

[Pubblicazione di offerte di lavoro >](#)

[Annunci Work With Us >](#)

[Pagine aziendali >](#)

[Pagine Carriera >](#)

[Aggiornamenti sponsorizzati >](#)

A blurred background image of a woman with dark hair, wearing a brown sweater, looking down at a smartphone she is holding in her right hand. The image is overlaid with a semi-transparent orange filter.

LinkedIn Talent Solutions