

LinkedIn 101

24 settembre 2021



Marco Mazzoleni
Digital Marketing Specialist



Il webinar

In questa sessione vedremo come funziona **LinkedIn**.

Questo social network è un **canale molto potente**, non solo per trovare lavoro, ma anche per farsi conoscere e costruire relazioni profittevoli.

È molto importante **saperlo utilizzare al meglio** e **conoscere tutte le sue particolarità**.



Gli utenti

PROFESSIONISTI

Liberi professionisti, consulenti o lavoratori che utilizzano questo social principalmente per farsi conoscere e fare social selling.

AZIENDE

Che utilizzano la pagina aziendale per comunicare le notizie corporate e per fare annunci di lavoro. In ambito B2B, ricercano clienti nella piattaforma.

HR

Le risorse umane che utilizzano LinkedIn per conto di aziende o agenzie interinali. Sono alla ricerca di figure da assumere.

FUTURI PROFESSIONISTI

Studenti universitari o neofiti della piattaforma che cercano di farsi conoscere o di farsi assumere.

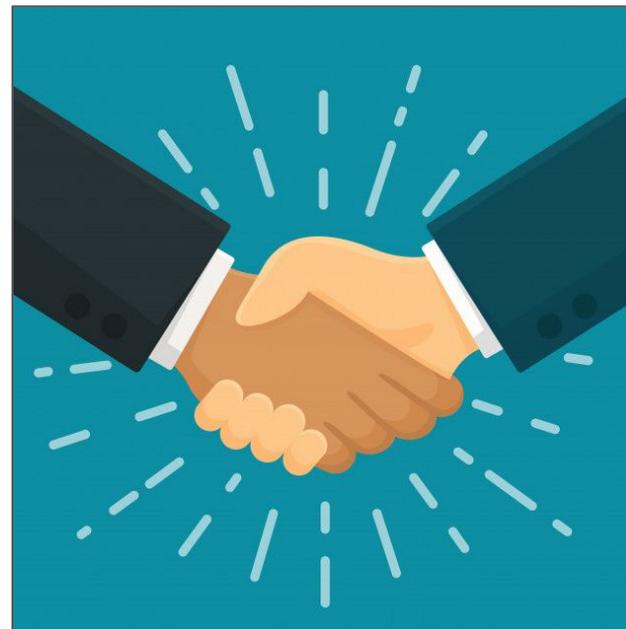
Il profilo personale

Punto di partenza.

LinkedIn è la più grande comunità professionale al mondo. Una piattaforma per **costruire relazioni** con i giusti profili professionali e **generare opportunità lavorative o di business**.

Se siete alla ricerca di un lavoro o volete semplicemente farvi conoscere...

DOVETE ESSERCI!



Il profilo personale

Il profilo è una **pagina di approdo che permette di ottenere contatti e dialogare** con chi vede in voi le persone giuste per un determinata esigenza.

NON è il vostro CURRICULUM ma CONTIENE IL vostro CURRICULUM.

È una pagina dove si racconta chi siete e cosa sapete fare.

Obiettivi

- **Farsi trovare**

Il profilo deve contenere informazioni e parole chiave che favoriscano un buon posizionamento nei risultati delle ricerche (anche di Google).

- **Strategia**

Curare il profilo, affinché convinca immediatamente chi è alla ricerca di una determinata figura professionale.

Set-up

Ottimizzazione del profilo

Struttura profilo

← → ↻ 🔒 linkedin.com/in/marco-mazzoleni/

Url

Immagine copertina

Immagine profilo

Nome

Headline

Bio

Marco Mazzoleni
Digital Marketing Specialist presso Sisley,
Benetton Group | Editor presso This
MARKETERs Life
Venezia, Veneto, Italia · [Informazioni di contatto](#)
[Più di 500 collegamenti](#)

Benetton Group

Disponibile per Aggiungi sezione Altro

Informazioni

Faccio parte del team Digital Marketing di Sisley, brand appartenente a Benetton Group. Sono curioso, determinato e non mi fermo finché non ho raggiunto quanto mi sono prefissato.

Nome e cognome

Deve contenere solo nome e cognome, non pseudonimi o soprannomi.

- **NON** scrivetelo in **MAIUSCOLO**
- **NON** scrivetelo **tutto in minuscolo**
- **NON** mettete **emoji**.



FABRIZIO CALVI
Impiegato tesoreria presso Spazio Aperto Servizi Cooperativa Sociale ONLUS
👤 Gabriele Carpino e 43 altre persone
5 mesi fa

NO



oasi della canapa
la miglior selezione di prodotti alla canapa bio
👤 Gabriele Carpino e 19 altre persone
2 mesi fa

NO



Pierpaolo Narciso 🇮🇹
Direttore Commerciale NARCISO GROUP SRL
👤 Carlotta Silvestrini e 38 altre persone
4 mesi fa

NO



Matteo Furlan
For Foundation VAJONT. THélios manufacture.
👤 Domenico Moramarco and 106 others

SÌ

Foto profilo

La foto profilo deve essere un **primo piano o mezzo busto in abiti professionali** (in relazione al tipo di ruolo che desiderate ricoprire) **e con sfondo neutro.**

- NO... selfie
- NO... foto in vacanza
- NO... foto di cartoni animati
- NO... foto di animali
- NO... corone d'alloro!

Dimensioni: 165 x 165 pixel.



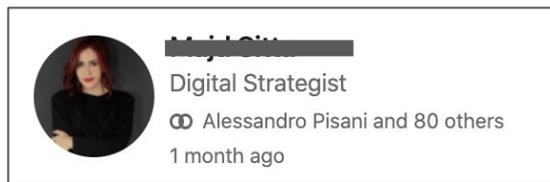
NO



NO



NO



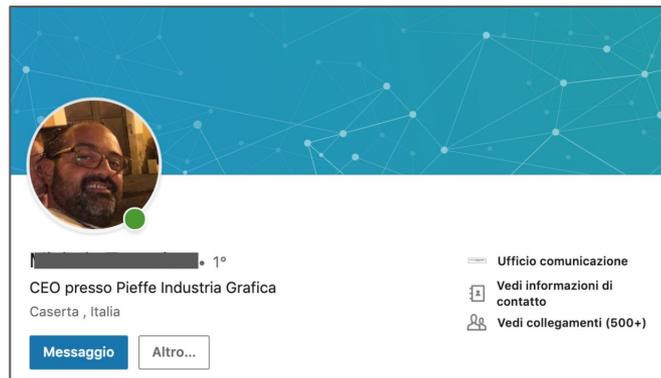
SÌ

Copertina

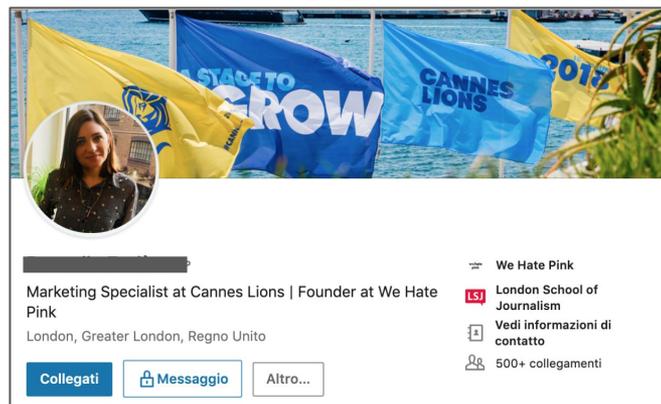
L'immagine copertina deve essere **rappresentativa**: una foto mentre siete intenti a parlare in pubblico, una copertina aziendale, una quote.

Dimensioni: 1584 x 396 pixel.

- NO... immagine vuota
- NO... immagini senza senso
- NO... animali e cartoni animati



NO



SÌ

Headline

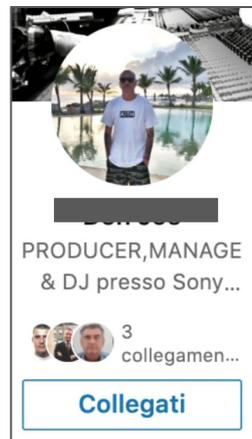
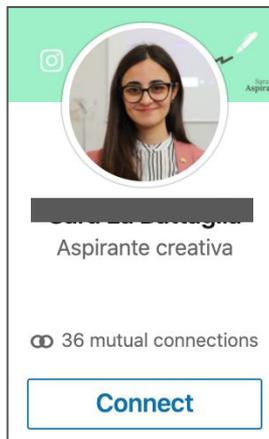
Uno spazio dove inserire una breve descrizione (max. 120 caratteri) le cui parole chiave avranno grande rilevanza in riferimento al posizionamento sul motore di ricerca interno.

Quindi:

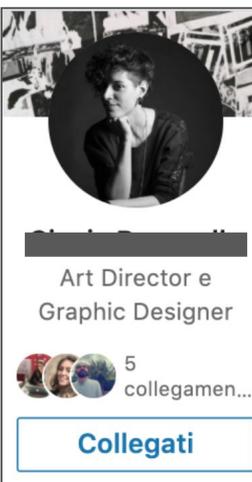
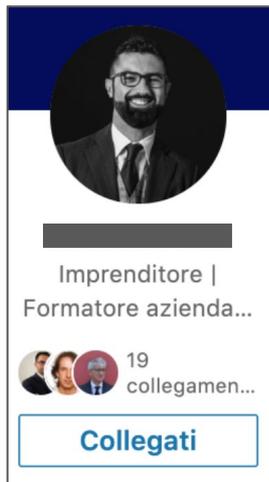
“Marito amorevole”

“Madre di 10 figli”, etc...

Non aiuta gli utenti a capire il vostro mestiere e non permette una corretta indicizzazione.



NO



SÌ

URL

Inserite il vostro
nome-cognome per
**facilitare il posizionamento
sul motore di ricerca.**

Potete metterlo nel biglietto
da visita, nel curriculum o
nella firma digitale.



<https://www.linkedin.com/public-profile/settings>

Esperienze professionali

Il curriculum è il motore pulsante della community.

Molteplici sezioni a disposizione:

- Esperienze professionali
- Esperienze accademiche
- Skills acquisite
- Esperienze di volontariato
- Riconoscimenti
- Progetti
- Brevetti
- Pubblicazioni



This MARKETERS Life

1 anno 8 mesi

Executive Editor

nov 2020 – presente · 11 mesi

Occupazioni principali:

- coordinamento e gestione dei contenuti editoriali;
- revisione di articoli e pianificazione delle uscite;
- scrittura di articoli principalmente sui temi Digital Marketing, Arte e Cultur ...visualizza altro

Contributor & Digital Specialist

feb 2020 – nov 2020 · 10 mesi

This MARKETERS Life è un magazine che parla di marketing, lifestyle, trend, storie di brand e di vita. Un progetto dedicato a chi ama raccontare storie, pianificare, progettare e avere risultati. Nasce dalla passione di un gruppo di ragazzi che vogliono raccontare, diffondere e condividere la loro vita da MARKETERS.

Attività:

- Scrittura di articoli su diversi argomenti e tematiche;
- copywriting;
- gestione e monitoring dei canali Social;
- collaborazione nella gestione delle campagne di comunicazione.

Visualizza meno dettagli

Esperienza



Benetton Gro

1 anno

Digital Marketing Specialist - Sisley

mag 2021 – presente · 5 mesi

Treviso, Veneto, Italia

Mansioni svolte:

- pianificazione e gestione di campagne di e-mail marketing.
- gestione delle comunicazioni di CRM via e-mail;
- analisi delle performance e reportistica dei risultati;
- selezione e creazione di contenuti per campagne di comunicazione media e partner;
- sviluppo di landing page per attività editoriali e commerciali;
- supporto ad attività editoriali ed e-commerce..

Digital Marketing Specialist Intern - Sisley

ott 2020 – apr 2021 · 7 mesi

Treviso, Veneto, Italia



Marco Mazzoleni,
Contributor This...



Competenze

Elencate almeno 30 competenze chiave e assicuratevi che ognuna delle prime 12 riceva almeno 10 *endorsement*.

[Dare per ricevere:](#) convalidate le competenze di colleghi e amici in modo che possano ricambiare.

Conoscenza del settore	
Social media - 21	Marketing - 23
Social media marketing - 17	Marketing Strategy - 9
Ricerca - 11	Marketing communication - 11
Strategia di marketing - 11	Project management - 8
Public Relations - 12	Marketing Communications - 6
Research - 7	Branding - 4
Social Media Marketing - 3	
Strumenti e tecnologie	
Microsoft Windows - 14	Adobe Illustrator - 4
Microsoft Office - 41	Android - 7
PowerPoint - 18	Windows - 9
Ubuntu - 7	POS - 6
Defibrillatore semiautomatico - 6	Photoshop - 4
Microsoft PowerPoint - 5	
Competenze interpersonali	
Lavoro di squadra - 35	Management - 21
Teamwork - 14	Comunicazione - 10
Assistenza clienti - 9	Problem solving - 6
Risultati - 5	Leadership - 7
Communication - 7	Customer Service - 7
Problem Solving - 6	
Lingue	
English - 10	
Altre competenze 	
Apple - 7	Open Office - 7
Orario flessibile - 6	

Il curriculum

Assicuratevi di scrivere le **stesse esperienze lavorative del vostro CV cartaceo.**

I recruiter (almeno in Italia) lo richiederanno e faranno sicuramente un confronto.

Inoltre, cercheranno informazioni su di voi su Google e sbirciando i vostri social network. Si faranno un'opinione, quindi cercate di renderla positiva!

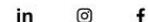


📍 Venice, IT | 22/01/1996

✉ mazzolenimarco1996@gmail.com

☎ +39 34.8 402 2095

📄 live.cid.76a3381b17d4216c



LANGUAGES

B2 A2

HARD SKILLS

Digital Marketing
Email Marketing
Salesforce
Social Media
Facebook Ads
Google Analytics
Editorial planning
Adobe Suite
Office Pack
Wordpress

SOFT SKILLS

Teamwork
Organisation
Strategic planning
Leadership
Project Management
Public Speaking

INTERESTS

Digital & Social Media
Fashion & Events
1990's Pop Culture
Visual Arts & Design

In compliance with the Italian legislative Decree no. 101 dated 03/06/2003, I hereby authorize you to use and process my personal details.

MARCO MAZZOLENI

DIGITAL MARKETING SPECIALIST

WORK EXPERIENCE

Benetton Group - Sisley | Digital Marketing Specialist

OCTOBER 2020 - OCTOBER 2021
- e-mail marketing (planning, management);
- CRM (e-mail messages management, customer care support);
- website (contents creation and selection, editorial pages planning and development);
- performance analysis, monitoring and outcomes report;
- support to other activities (e-commerce, communication, commercial).

This MARKETERs Life | Executive Editor

OCTOBER 2020 - TODAY
FEBRUARY 2020 - OCTOBER 2020 | Contributor & Digital specialist
- editorial contents (coordination and management);
- news and articles (planning and reviews);
- writing [articles](#) and social media.

MARKETERs Club | Communication Manager

SEPTEMBER 2019 - AUGUST 2020
SEPTEMBER 2018 - AUGUST 2019 | Digital specialist
- social media (strategy, editorial planning and copywriting);
- content & advertising campaigns (planning and management);
- events (project management and planning);
- performance analysis, monitoring and outcomes report.

Fondazione Teatro La Fenice | Marketing & Press Intern

FEBRUARY 2018 - MARCH 2018
- event planning and PR;
- content creation and social media.

TRAINING

Search On Media Group | Corporate training

FEBRUARY 2021 - MARCH 2021
Introduction to Google Ads, Google Analytics and Semrush.

EDUCATION

Ca' Foscari University - Venice | Master's Degree
SEPTEMBER 2018 - OCTOBER 2020

Marketing & Communication (LM-77) - 103/110

Ca' Foscari University - Venice | Bachelor's Degree
SEPTEMBER 2015 - JULY 2018

Economics & Management of Cultural Heritage (L-1) - 108/110

Segnalazioni

Le referenze sono un ottimo **strumento per comunicare che si è professionisti stimati e competenti**. Iniziate raccomandando i vostri colleghi. Scrivete delle referenze per loro indicando i motivi per cui li considerate dei validi lavoratori.

Segnalazioni

Chiedi una segnalazione [Segnala \[redacted\]](#)

Ricevute (1) Scritte (3)



[redacted]
Social Media Manager,
Consulente e Docente di
Web Marketing.
31 gennaio 2016, Marco
Antonio ha avuto come
manager diretto Francesca

[redacted] è un vero esempio da seguire per chiunque volesse dedicare la propria vita al Marketing e alla comunicazione. Indubbiamente, il valore aggiunto di ogni azienda. Ottimo Leader, eccellente teamworker.

Segnalazioni

Chiedi una segnalazione [Segnala \[redacted\]](#)

Ricevute (1) Scritte (3)



[redacted]
Digital Marketing Specialist
- Global Marketing presso
L'INGLESINA BABY S.p.A.
5 marzo 2016, Sara ha lavorato
con Francesca nello stesso
gruppo

[redacted] è un esempio da imitare per determinazione, intraprendenza, organizzazione impeccabile e velocità. Gestisce la redazione di This MARKETERs Life non perdendo mai di vista la visione strategica del magazine e creando un invidiabile spirito di squadra. Per me è stata un supporto e un punto di riferimento durante l'organizzazione dell'evento MARKETERs Taste 2014, ma soprattutto MARKETERs Day 2015, evento concluso con un sold out di +350 presenti con ospiti del calibro di Nike, GoPro, The North Face e Nordica. [See less](#)



[redacted]
Social Media Manager,
Consulente e Docente di
Web Marketing.
5 marzo 2016, Francesca è
stato il manager diretto di
Marco Antonio

[redacted] è un ragazzo energico, curioso, creativo ed entusiasta. Sempre in continuo aggiornamento nel campo del marketing e della comunicazione. Apprezza i consigli e i feedback. La sua miglior qualità è l'intraprendenza e la determinazione.

Vantaggi delle segnalazioni

1. **Aumentano il legame professionale** con la persona che riceve la vostra segnalazione.
2. Consentono una **maggiore visibilità del vostro profilo**, perché chi visiterà la pagina della “persona segnalata”, vedrà anche le vostre referenze, avendo la possibilità apprezzare anche il vostro account.

Costruire una rete

Selezionando le persone giuste

La vostra rete

Sebbene LinkedIn preveda di chiedere e accettare il collegamento solo dalle persone che conoscete personalmente...

NON FATELO!

Su LinkedIn, a differenza di altri social, è molto importante **selezionare un pubblico interessato ai vostri contenuti.**

La nostra rete deve comprendere la nostra lingua e il nostro contenuto.

La vostra rete

L'obiettivo del profilo su LinkedIn è ottenere conversazioni profittevoli.

Questo significa che più numeroso sarà il vostro seguito, maggiore sarà la possibilità di rendere visibili i vostri contenuti e, se interessanti, farvi notare.



Richieste di collegamento

Accompagnate le vostre richieste con un messaggio.

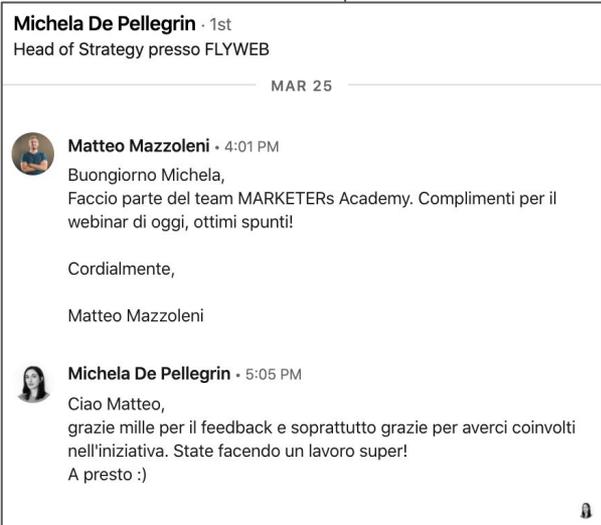
Non occorre niente di particolare, ma **se non conoscete una persona è sempre meglio scrivere perché volete restare in contatto.**

No spam / No copia-incolla



 **Sr. Local Data Intelligence Analyst, Enthusiast Agilist, Community**
1°
16 MAR

 16:34
Gentile Matteo,
ho trovato il suo profilo ricercando figure professionali con i miei stessi interessi, ho il piacere di averla tra i miei contatti per condividere la mia passione per le 'Community' e per il Project management, change management e transformation,
grazie,
Francesco



Michela De Pellegrin · 1st
Head of Strategy presso FLYWEB
MAR 25

 **Matteo Mazzoleni** · 4:01 PM
Buongiorno Michela,
Faccio parte del team MARKETERs Academy. Complimenti per il webinar di oggi, ottimi spunti!

Cordialmente,
Matteo Mazzoleni

 **Michela De Pellegrin** · 5:05 PM
Ciao Matteo,
grazie mille per il feedback e soprattutto grazie per averci coinvolti nell'iniziativa. State facendo un lavoro super!
A presto :)

Mantenere un ToV adeguato

Quando contattate qualcuno, **immaginate di essere dal vivo:**

- Non date del TU.
- Siate professionali.
- Prestate attenzione a sintassi e grammatica.

 [redacted] • 15:03

Gentile Matteo,

Piacere, mi chiamo Valentina e lavoro presso Sungevity Italia (fotovoltaico). Sono in cerca di un copywriter freelance per la redazione di pagine SEO.

Avrei piacere a fornirle maggiori informazioni e sapere di più su di lei.

Cordiali saluti,

[redacted]

Valentina Neri Serneri è ora online

 **Matteo Mazzoleni** • 15:25

Buon pomeriggio [redacted]

piacere mio! Grazie per aver considerato la mia proposta.
Al momento sto seguendo principalmente attività di
Media Marketing, sia per conto di clienti che per conto di
Veneto, sia in proprio.
Sarei curioso di avere qualche informazione in merito alla sua proposta. Mi faccia sapere, se possibile, a che punto è la sua proposta.

Cordialmente,

Matteo Mazzoleni

 [redacted] 5

Buongiorno Matteo Mazzoleni,
Come sta?
Mi presento, mi chiamo Massimo Frate e abito in provincia di Venezia, la sto contattando per offrirle un'opportunità di collaborazione in un progetto che sto sviluppando in regione Veneto insieme ad altri imprenditori.
Volevo chiederle se è aperto a conoscerne i dettagli e valutare se l'attività può essere compatibile con l'impiego che sta attualmente facendo.

Un saluto
Massimo

 **Matteo Mazzoleni** • 12:43

Buongiorno! Che genere di progetto? Se possibile vorrei avere qualche dettaglio. La ringrazio e la saluto.
Matteo

 [redacted] 2

Certamente, noi lavoriamo nel commercio elettronico e nello specifico colleghiamo il cliente finale al produttore saltando la distribuzione tradizionale, col vantaggio che i soldi che solitamente spettano alla distribuzione diventano un margine disponibile per chi lavora con noi.
L'azienda che ci da questa opportunità si chiama Amway, ed è nata nel 1959. Troverà tutte le informazioni in merito su internet.
Matteo lei conosce già come funziona questo settore?

I vostri post su LinkedIn

Tipologie di contenuti della piattaforma

Tipologie di contenuti

Su LinkedIn potrete postare:

- Aggiornamenti
- Foto/Multifoto
- Link
- Video
- Articoli
- Documenti (pdf)
- Sondaggi
- Eventi
- Stories
- (Dirette)*

**Non per tutti.*



Cosa pubblicare e cosa no

Da pubblicare:

- Contenuti inerenti al vostro lavoro
- Traguardi lavorativi
- Contenuti aggiornati e recenti, soprattutto *content curation* (articoli e eventuali post di altri profili)

Da non pubblicare:

- Foto di animali
- Foto di vacanze
- “Buongornissimo caffè?”
- Post polemici su politica o argomenti più personali
- Video musicali o film
- Offese
- Ironia

Gli hashtag

Servono a **farci inserire in una conversazione in cui troveremo persone che non sono collegate con noi**, rendendo questo social un medium per informare e informarsi.



Gli hashtag

- **Integrateli bene nel testo**

#Non #hashtaggate #ogni #parola! Gli hashtag possono essere inseriti dopo il testo oppure integrati nel testo stesso, purché abbiano senso e mantengano fluida la lettura. PS. agli hashtag non piacciono le lettere accentate e la punteggiatura (#piùsoldipertutti - #l'albero... questi non sono hashtag...)

- **Non esagerate**

Massimo 5. Se ne usate troppi, l'algoritmo della piattaforma potrebbe contrassegnare i vostri post come spam.

- **Seguite gli hashtag per scoprire nuove idee**

Individuate gli hashtag che rilevanti per il vostro brand/business e seguiteli.

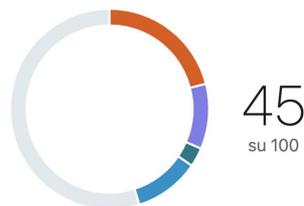
Monitora i risultati

Social Selling Index

Definisce il grado di **efficacia** con cui utilizziamo LinkedIn per **azioni di social selling** e si basa su **4 fattori**:

1. Completezza profilo LinkedIn
2. Trovare le giuste persone
3. Interagire con informazioni rilevanti
4. Costruire relazioni

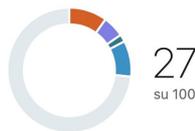
Social Selling Index attuale ?



Quattro componenti del tuo punteggio



Persone nel tuo settore



I professionisti delle vendite nel settore Marketing e pubblicità hanno un SSI medio di 27.

Fai parte del **primo 18%**

Nessuna variazione rispetto alla settimana scorsa

Persone nella tua rete



Le persone nella tua rete hanno un SSI medio di 37.

Fai parte del **primo 29%**

Nessuna variazione rispetto alla settimana scorsa

Nel concreto