

Guida per i recruiter: scrivere messaggi InMail efficaci

LinkedIn™



I messaggi InMail di LinkedIn ti permettono di comunicare a tu per tu con i candidati migliori (e più difficili da contattare) del tuo mercato in un modo che probabilmente catturerà la loro attenzione e li invoglierà a rispondere. Ma sei sicuro di sapere come si prepara un messaggio InMail capace di ottenere una risposta e di accendere l'interesse per la tua opportunità di lavoro?

In questa guida ti forniremo alcuni consigli su come contattare efficacemente i candidati usando i messaggi InMail, uno degli strumenti di LinkedIn più potenti e apprezzati.

03 Perché è importante avere una strategia InMail

04 Personalizzare: la chiave per messaggi InMail efficaci

07 Cosa evitare nei messaggi InMail

09 Quando inviare il messaggio InMail

10 L'importanza di curare l'oggetto

11 Perfezionare l'approccio con le analisi

Perché è importante avere una strategia InMail

Un messaggio InMail ben costruito è il primo passo per catturare l'interesse dei migliori talenti, quindi rifletti attentamente sul tuo approccio prima di farti avanti.

Ricorda:

I messaggi InMail sono lo **specchio della tua azienda**. Tutti i punti di contatto fra il candidato e la tua azienda si devono combinare per creare un employer brand coerente e accattivante.

Inoltre, la comunicazione iniziale **prepara la scena** per le fasi successive. Creare una prima esperienza positiva avrà ottime ripercussioni sull'intero processo di assunzione.

Per finire, non dimenticare che hai anche un **brand personale** come recruiter. Presentarsi al meglio paga sempre, perché i candidati ti vedranno come un partner di fiducia nel loro percorso lavorativo.



“LinkedIn offre la possibilità di accedere a un pool di professionisti senza uguali e un modo semplice ma efficace per contattare i candidati più rilevanti. Il mio team ottiene un tasso di risposta superiore alla media con i messaggi InMail perché li personalizziamo; prima esaminiamo tutte le informazioni che il candidato ha condiviso su LinkedIn e poi ci concentriamo sui punti in comune con la nostra azienda.”

Suzanne Myers

Direttore Talent Acquisition,
Real Page

Personalizzare: la chiave per messaggi InMail efficaci

Mettiti nei panni di un candidato passivo che, all'improvviso, riceve un messaggio da un recruiter. Qual è il modo migliore per guadagnarsi la fiducia di una persona che forse non sta cercando attivamente nuove opportunità?

La chiave è comporre i messaggi InMail con la massima cura per instaurare un rapporto sincero con le persone a cui ti rivolgi. Quando personalizzi il tuo messaggio, ad esempio citando interessi ed esperienze comuni oppure una competenza o una precedente posizione lavorativa che hai notato sul profilo, hai immediatamente più chance di ricevere una risposta.

Con LinkedIn Recruiter basta un attimo per trovare le informazioni che ti servono per inviare un messaggio InMail su misura, perché ti mostra tutti gli elementi che hai in comune con la persona di cui stai visualizzando il profilo.

6 modi in cui LinkedIn Recruiter ti aiuta a personalizzare il tuo messaggio

01 Collegamenti in comune

LinkedIn Recruiter mostra le persone con cui sia tu sia il candidato siete in contatto, e anche quelle collegate alla tua azienda, così puoi citare le conoscenze in comune nel messaggio InMail. Puoi perfino usare il filtro “Relationships” (Relazioni) in Recruiter per mirare ai tuoi collegamenti di secondo grado: in questo modo troverai sicuramente delle persone in comune.

02 Gruppi in comune

Usa il filtro “My Groups” (I miei gruppi) per trovare persone iscritte ai tuoi stessi gruppi. È utile dare un’occhiata ad alcune delle discussioni recenti in tali gruppi e poi usarle come spunti per avviare la conversazione nel messaggio InMail. Hai il **21% di probabilità in più** di ottenere una risposta quando invii un messaggio InMail a un candidato che condivide un gruppo con te.

03 Aziende in comune

In più, LinkedIn Recruiter ti fa sapere se tu e la persona a cui stai mirando avete lavorato presso la stessa azienda – un’informazione perfetta per stabilire un rapporto. Fare riferimento a un ex datore di lavoro in comune aumenta le tue probabilità di ottenere risposta al messaggio InMail **del 27%**.

6 modi in cui LinkedIn Recruiter ti aiuta a personalizzare il tuo messaggio

(seguito)

04 Formazione in comune

Mentre scrivi un messaggio InMail, Recruiter ti fa notare se tu e la persona che stai contattando avete frequentato la stessa università. Citare una scuola o università in comune è un altro ottimo modo per far partire la conversazione e dare risalto al tuo messaggio.

05 Follower dell'azienda

In media, ogni membro di LinkedIn segue circa sei aziende: di solito i follower hanno già un interesse marcato per quel brand. Le persone che seguono la tua azienda su LinkedIn sono l'81% più propense a rispondere a un tuo messaggio InMail rispetto a chi non ti segue. Usa il filtro "Company Followers" (Follower dell'azienda) per trovarle.

06 Interessi in comune

Per finire, non dimenticarti di leggere il profilo del candidato per scoprire interessi in comune, esperienze di volontariato o non profit e altre informazioni che potrebbero creare un rapporto.

Cosa evitare nei messaggi InMail

In LinkedIn, nel corso degli anni abbiamo raccolto una montagna di dati e ascoltato tantissimi feedback su quello che funziona in un messaggio InMail; di conseguenza, abbiamo anche imparato tanto su quello che **non** funziona.

Se vuoi creare un'esperienza ottimale per il candidato (e aumentare il tasso di risposta), ricorda che il tuo **primo** messaggio InMail serve a stabilire un rapporto e ad avviare la conversazione.

Ecco alcune cose da evitare quando si scrive un messaggio InMail.

- **Non chiedere un curriculum con il primo messaggio.** Concentrarti sulle tue esigenze, anziché su quelle del candidato, è il modo più veloce per spegnere l'entusiasmo di un potenziale talento. Riconosci i suoi successi, informati sui suoi interessi e obiettivi professionali, e determina se è la persona giusta per quella posizione prima di chiedere un curriculum o una candidatura.
- **Nel primo messaggio, non chiedere al candidato i nomi di altre persone che conosce e che potrebbero essere interessate.** È un errore comune fra i recruiter e rafforza l'idea che tutto ruoti intorno a te, mettendo il candidato in secondo piano. Prima sviluppa la credibilità e la fiducia, così il candidato sarà più disponibile a fornirti delle segnalazioni.

Cosa evitare nei messaggi InMail

(seguito)

- **Non offrire una posizione lavorativa inferiore a quella ricoperta attualmente dal candidato.** I nostri dati indicano che quasi il 70% dei membri che hanno cambiato ruolo negli ultimi 12 mesi è stato promosso o è passato a una posizione di pari livello.
- **Non offrire una posizione a tempo determinato se il candidato ha già un lavoro a tempo indeterminato.** Quando ti rivolgi a potenziali talenti, capire il loro percorso di carriera è essenziale per far sì che il primo contatto sia produttivo. Se il candidato ha un ruolo a tempo indeterminato e sta crescendo professionalmente, non sarà interessato all'idea di accettare una posizione temporanea per tre mesi. Cominciare la conversazione con questo tipo di approccio riduce immediatamente la tua credibilità e ha un impatto negativo non solo sul tuo employer brand, ma anche sul tuo brand personale come recruiter.
- **Non contattare persone con un background e un'esperienza che non si allineano al ruolo.** È un metodo infallibile per far cestinare il tuo messaggio InMail. Incentra la conversazione su quel candidato specifico, e assicurati di contattarlo per una posizione adatta alla sua esperienza.

Quando inviare il messaggio InMail

In media gli utenti di LinkedIn Recruiter inviano ai membri di LinkedIn quasi un milione di messaggi InMail a settimana. Per questo, è importantissimo che il tuo messaggio si distingua dagli altri.

Un buon tempismo è essenziale. Prima di tutto, non inviare il tuo messaggio InMail nel fine settimana! I messaggi inviati al sabato hanno il **16% di probabilità in meno** di ottenere una risposta rispetto a quelli mandati nei giorni lavorativi.

Conta anche l'orario: l'ideale è **fra le 9:00 e le 10:00 ora locale del destinatario, il giovedì**. Avrai circa il **12% di probabilità in più** di ricevere una risposta inviando il messaggio in quel momento piuttosto che un venerdì pomeriggio, quando tutti pensano al weekend.

L'importanza di curare l'oggetto

Quando ti prepari a inviare un messaggio InMail, cura in modo particolare l'oggetto. L'obiettivo è catturare subito l'attenzione pur mantenendo un tono professionale. Chiediti se l'oggetto è conciso e interessante. Se non lo è, modificalo finché non sarà accattivante e facile da leggere.

Tieni presente che sempre più messaggi vengono letti sui dispositivi mobili, quindi l'oggetto deve essere davvero speciale per convincere qualcuno ad aprire e leggere il tuo messaggio InMail.

Ecco alcune idee per scrivere un oggetto accattivante:

- Di' qualcosa di positivo sul background del candidato.
- Se il candidato ha visitato il tuo profilo, ringrazialo nell'oggetto.
- Cita una cosa che hai in comune con il candidato o che hai notato sul suo profilo, come "Vedo che ti piace il golf".

Puoi anche usare in modo creativo le informazioni del profilo che si ricollegano alla tua azienda o al settore del candidato. Ad esempio, se stai contattando una persona che lavora per un produttore di videogiochi, potresti provare con un oggetto del tipo "Qual è il tuo videogame preferito?".

Perfezionare l'approccio con le analisi

Ora che conosci le nozioni di base su **come** e **quando** usare i messaggi InMail, è il momento di dare uno sguardo alle **analisi dei messaggi InMail** per controllare se stai ottenendo i risultati desiderati. Prima di passare ai dettagli di un report, vediamo un po' di terminologia. Nella parte inferiore di ogni messaggio InMail ci sono due pulsanti: **Rispondi al messaggio** e **Non mi interessa**.

I calcoli a destra includono anche i messaggi InMail gratuiti inviati ai tuoi collegamenti e ai membri OpenLink. Non tengono conto dei messaggi che potresti aver inviato agli indirizzi email dei candidati.

Messaggi InMail accettati = numero di messaggi InMail a cui i candidati hanno risposto cliccando su **Rispondi al messaggio**

Messaggi InMail rifiutati = numero di messaggi InMail a cui i candidati hanno risposto cliccando su **Non mi interessa**, indipendentemente dal motivo

Messaggi InMail in sospeso = numero di messaggi InMail a cui i candidati non hanno risposto in nessun modo

Messaggi InMail totali = messaggi InMail accettati + rifiutati + in sospeso

Tasso di accettazione = (messaggi InMail accettati) / (messaggi InMail)

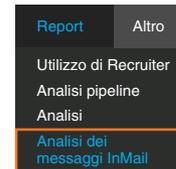
Tasso di risposta = (messaggi InMail accettati + rifiutati) / (messaggi InMail totali)

Perfezionare l'approccio con le analisi

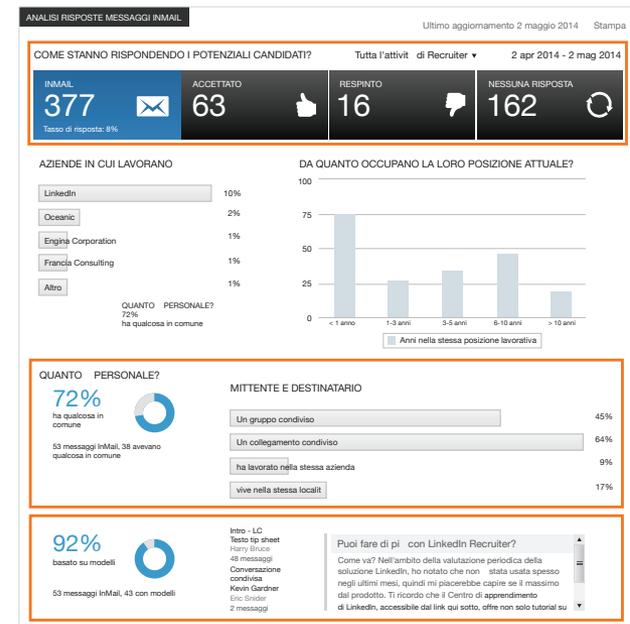
Ecco come trovare il report delle analisi dei messaggi InMail in LinkedIn Recruiter:

01 Accedi a Recruiter.

02 Sposta il cursore su **Reports (Report)** e clicca su InMail Analytics (Analisi messaggi InMail).



03 Nella parte superiore, rivedi l'attività, gli elementi in comune e l'utilizzo dei modelli.



Perfezionare l'approccio con le analisi (seguito)

Puoi usare queste informazioni per identificare i pool di talenti più e meno reattivi, un dato che ti sarà utile per definire e adattare la tua strategia InMail nel corso del tempo. Come manager, puoi anche valutare le performance del tuo team di recruiter.

04

Nella parte inferiore dello schermo, la tabella **Analytics Details (Dattagli analisi)** riepiloga i dati sui messaggi InMail per ogni persona sulla tua dashboard. Clicca su **Download Data (Scarica dati)** per scaricare le informazioni in un file .CSV.



The screenshot shows a table with three columns: 'SE', 'TASSO DI RISPOSTA', and 'USO DEI MODELLI'. A button labeled 'Scarica dati' with a download icon is positioned above the table. The table contains two rows of data.

SE	TASSO DI RISPOSTA	USO DEI MODELLI
	10%	90%
	10%	90%

Informazioni relative a LinkedIn Talent Solutions

Fondata nel 2003, LinkedIn collega i professionisti di tutto il mondo perché possano essere più produttivi e avere più successo. Con oltre 300 milioni di membri in ogni angolo del globo, tra cui il management di tutte le aziende Fortune 500, LinkedIn è la più grande rete professionale al mondo.

LinkedIn Talent Solutions offre una gamma completa di strumenti di recruiting per aiutare aziende di ogni dimensione a trovare, coinvolgere e attrarre i migliori talenti. Ci impegniamo a offrire ai nostri membri la migliore esperienza possibile.

LinkedIn™