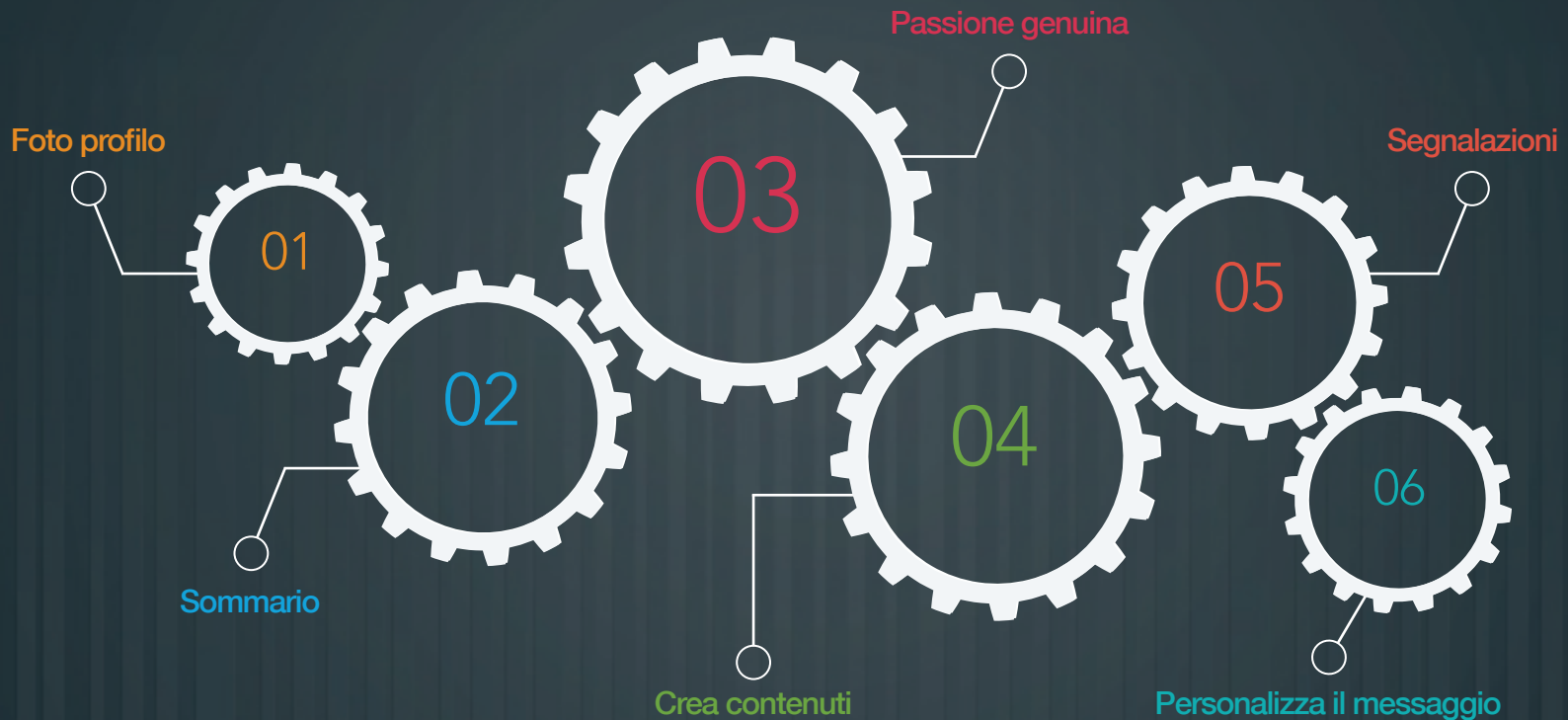


# 6 passi per costruire il tuo recruiter brand su LinkedIn



# Indice

- 03 Introduzione: Perché il tuo recruiter brand è importante
- 04 Passo 1: Scegli una foto di alta qualità
- 08 Passo 2: Scrivi un sommario descrittivo
- 11 Passo 3: Mostra una passione genuina
- 15 Passo 4: Crea e condividi contenuti
- 19 Passo 5: Mostra ai candidati la tua bravura
- 23 Passo 6: Personalizza il tuo messaggio
- 26 Riflessioni conclusive
- 29 Chi siamo





# Perché il tuo recruiter brand è importante

Tutti hanno un brand personale. Come professionista della talent acquisition, un ottimo brand personale può fare la differenza fra attirare e perdere i migliori talenti. Se non stai comunicando attivamente i tuoi valori, i tuoi traguardi e la tua personalità in un modo facilmente visibile per i potenziali candidati, allora stai perdendo lead in favore di chi lo fa.

Considera questo: prima di chiamarti o di inviarti un messaggio, i candidati cercheranno informazioni su di te. E molto probabilmente finiranno sul tuo profilo LinkedIn. Se sembri solo un recruiter fra i tanti... beh, allora buona fortuna.

I prossimi **6 passi** delineano gli aspetti su cui devi investire per dare una spinta al tuo brand personale su LinkedIn. Dedicare un po' di tempo allo sviluppo del tuo brand aumenterà i tuoi tassi di risposta e di segnalazione, e ti aiuterà ad assumere i migliori talenti.



Scegli una foto di alta qualità

# Scegli una foto che dia risalto al tuo profilo

Quando una persona visita il tuo profilo su LinkedIn, guarda prima di tutto la tua foto.

E anzi, il solo fatto di avere una foto aumenta di 14 volte le probabilità che il tuo profilo venga visualizzato dagli altri. Assicurati di scegliere un primo piano in cui hai un aspetto professionale, ma allo stesso tempo amichevole e non troppo rigido.

L'ideale sarebbe farsi fotografare da un professionista: un ritratto così potrebbe costare 200 euro o più, 400 dollari, ma potresti coinvolgere l'intero team e chiedere alla tua azienda di coprire la spesa.



Se non puoi chiedere aiuto a un professionista, segui questi consigli per scegliere una foto d'impatto:

**1 Scegli una foto in cui sei ben riconoscibile**

Vuoi che le persone riescano a riconoscerti dalla tua foto su LinkedIn, quindi assicurati che sia recente.

**2 Assicurati che il tuo volto occupi almeno il 60% dell'inquadratura**

Ritaglia la foto dall'altezza delle spalle ad appena sopra la testa, in modo che il volto riempi l'inquadratura.

**3 Scegli l'espressione giusta**

Come recruiter, vuoi apparire solare e amichevole. Non dimenticarti di sorridere con gli occhi.

**4 Indossa quello che indosseresti al lavoro**

Opta per un abbigliamento che rispecchi il modo in cui ti vesti in ufficio, né troppo formale né troppo casual. Di solito i colori a tinta unita rendono meglio in foto.

**5 Scegli uno sfondo che non faccia distrarre**

Vuoi essere il punto focale dell'immagine, quindi scegli uno sfondo semplice.

Ecco 3 esempi di recruiter che hanno scelto foto efficaci per il loro profilo su LinkedIn:

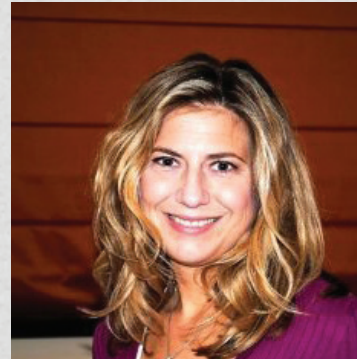
**Jared**, **Carolyn** e **Meghan** sembrano amichevoli, piacevoli e affidabili, tutte caratteristiche fondamentali per incoraggiare un dialogo con i potenziali candidati. Le immagini sono a fuoco, hanno sfondi interessanti e una buona illuminazione.



### **Jared Thornton**

Sr. Technical Recruiter  
presso TopTech Ventures

Los Angeles



### **Carolyn Shuster**

Direttore, Corporate  
Recruitment presso Hilton  
Worldwide

Washington D.C.



### **Meghan Faith**

Global Business  
Operations Recruiter  
presso Google

San Francisco Bay Area

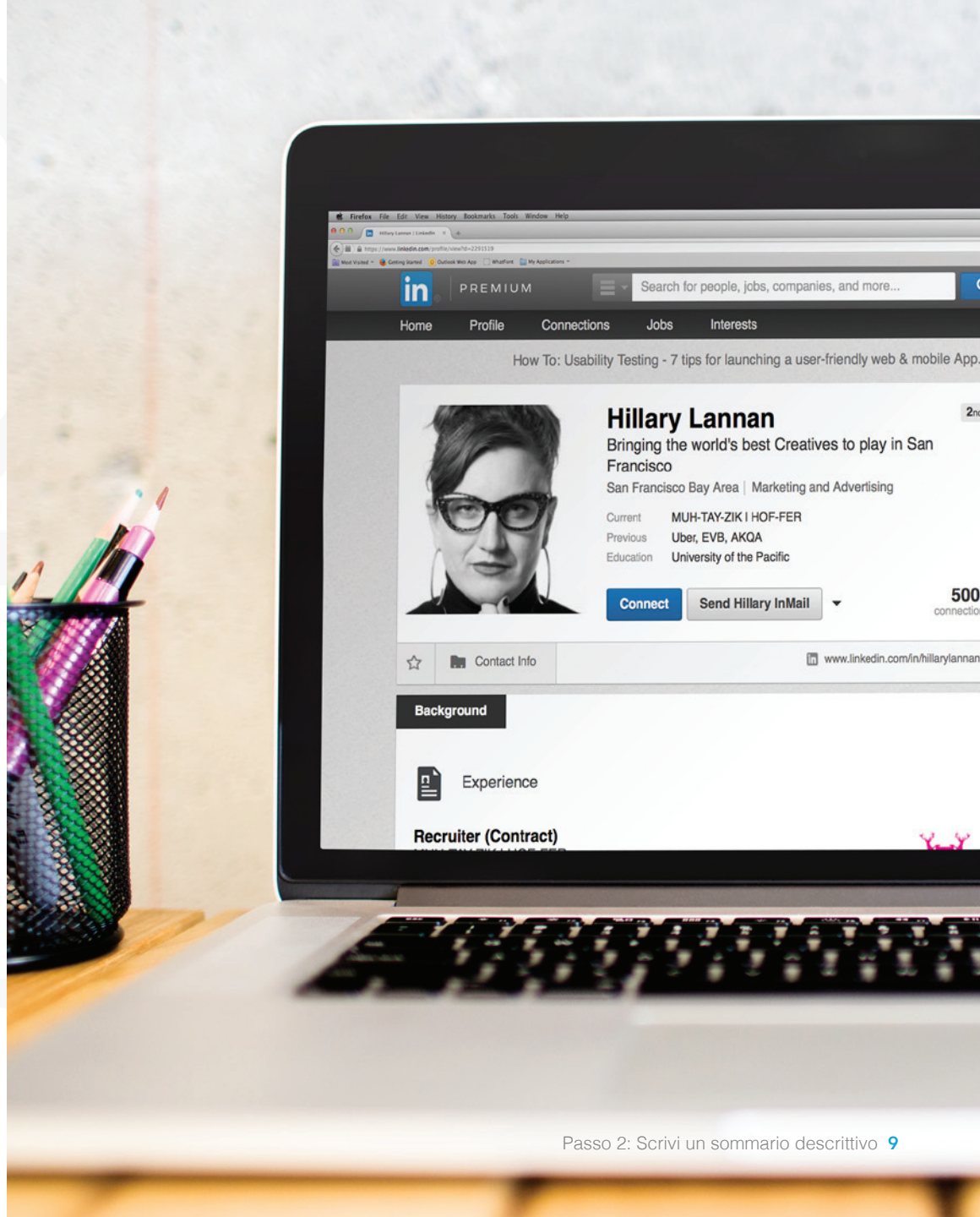


Scrivi un sommario descrittivo

# Il sommario dichiara la tua mission

Il sommario è il testo che compare sotto il tuo nome. La maggior parte degli utenti usa questo spazio per indicare la propria qualifica. Ma una qualifica riesce davvero a trasmettere qual è il tuo impatto in azienda?

Insieme alla foto del profilo, il sommario determina la prima impressione che gli utenti si fanno di te. Inizia a pensare al sommario come a un'opportunità per condividere l'impatto che vuoi avere come professionista. Devi descrivere la tua mission in modo conciso e accattivante.



## Ecco 3 esempi di recruiter con un sommario d'impatto:

Ognuno di questi recruiter sceglie un approccio diverso, ma sono tutti efficaci. **Adrian** usa il sommario per sottolineare le opportunità che sta creando, **Jill** riprende la promessa della sua azienda, e **Amybeth** dà risalto alle sue qualità di recruiter. Usa questi esempi come spunto e pensa al tuo impatto e alla tua mission personali.



### **Adrian Frost**

Collego grandi cervelli  
a grandi dataset per creare  
opportunità commerciali  
in tutto il mondo

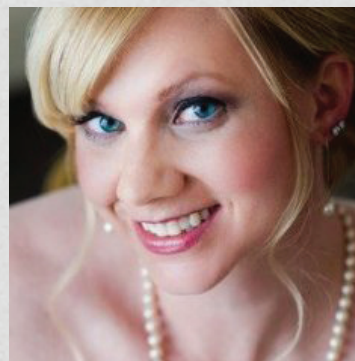
San Francisco Bay Area



### **Jill Riopelle**

È solo l'inizio @ Airbnb

San Francisco Bay Area



### **Amybeth Quinn**

@ResearchGoddess e  
domatrice di unicorni presso  
Hewlett-Packard

Seattle



Mostra una passione genuina

# Usa il riepilogo per dare risalto alla tua passione

Il riepilogo del profilo è l'occasione per dipingere un quadro di te e delle tue ambizioni professionali.

Eppure, in tanti si limitano a riempire questa sezione con frasi scontate, come *“Professionista affidabile con esperienza ventennale”* o *“Abituato a ruoli di responsabilità e al rispetto delle scadenze”*. Testi così non dicono nulla di originale o di interessante su di te.

Invece dovresti usare il riepilogo per elencare i tuoi obiettivi e le tue passioni, i tuoi successi e la tua mission come recruiter. In altre parole, per spiegare alle persone perché dovrebbero collegarsi con te e cosa ti rende speciale.

## Incentralo su di te

Molti recruiter usano il riepilogo per lodare la propria azienda, dimenticandosi che dovrebbe invece raccontare la loro storia. Usa questa sezione per definire il tuo brand.

## Racconta una storia

Aiuta i potenziali candidati a conoscerti condividendo cosa ti appassiona del tuo lavoro e quali sono i tuoi obiettivi.

## Scrivi in prima persona

Scrivere in terza persona non è necessariamente sbagliato, ma può suonare impersonale. Non c'è bisogno di essere troppo formali. Sii te stesso!

## Riepiloghi che si fanno notare:

I migliori riepiloghi sono quelli autentici e senza cliché, capaci di invogliare il lettore a saperne di più e a collegarsi con te. Diamo uno sguardo a due ottimi esempi: **John Fleischauer**, Talent Attraction Manager presso Halogen Software, e **Nick Tran**, Military Recruitment Program Manager presso Cameron. Anche se l'approccio è diverso, entrambi i riepiloghi rispecchiano fedelmente gli autori. È proprio l'effetto che vuoi ottenere.



### John Fleischauer

Mago del Recruitment e del Talent Branding @HalogenSoftware

Ottawa, Canada | Software



### Riepilogo

Io sono tante cose. Soprattutto, sono grande e grosso: da qui il mio nickname, bigtalljohn.

So quello che state pensando... L'ennesimo recruiter. E dopotutto, come darvi torto? Sta a me dimostrare che sono diverso.

Sono uno dei fortunati...

Mi sono innamorato del mondo talent acquisition 10 anni fa e non me ne sono mai pentito. Anche se porto a casa uno stipendio, per come la vedo io non ho un "lavoro".

Se pensate che possa darvi un valore aggiunto, vi incoraggio a collegarvi con me, a seguirmi, aggiungermi alle vostre cerchie ecc.

Accetto tutti gli inviti a collegarmi e faccio del mio meglio per rispondere a ogni messaggio entro 24 ore.



## Nick Tran

Il ponte fra i veterani di talento e le infinite opportunità di Cameron

Houston, Texas | Risorse umane



### Riepilogo

La scintilla che ha acceso il mio percorso di leader è scoccata nel corso di 12 incredibili anni di servizio militare che mi hanno fatto conoscere tanti Paesi diversi regalandomi un'infinità di legami indissolubili nati dal sudore, dal sangue e dalle lacrime.

Ho scoperto che il segreto per essere un buon leader sta nella capacità di capire che la risorsa più importante di un team sono le persone che lo compongono. Per ispirare le persone in modo che VOGLIANO seguirti, bisogna stare in prima linea e trovare un equilibrio fra la fedeltà all'azienda e la lealtà verso la tua gente.

Avendo solidi valori di fondo e una filosofia di leadership incentrata sulle persone, per me è stato naturale orientarmi verso le Risorse umane quando la mia carriera si è spostata nel settore civile.

Durante questi 15 anni come professionista Corporate Recruiting e HR, ho avuto tante straordinarie opportunità per crescere e per imparare a trasformare i miei fallimenti in successi; ma c'è un traguardo di cui vado particolarmente fiero: ho avuto l'onore di contribuire al libro Recruiting for Dummies pubblicato nel 2001.

Armato del mio background militare e della mia esperienza come corporate recruiter, mi sono piazzato in prima linea sul fronte della talent acquisition per promuovere vari programmi a sostegno dei veterani e della diversità.

Organizzazioni in tutto il mondo si danno battaglia per assumere la crème de la crème di una forza lavoro limitata. L'arte della talent acquisition è in continua evoluzione. Man mano che la nostra comunità professionale cresce, se vogliamo vincere sul campo dobbiamo sfruttare ogni vantaggio e tentare tutte le strade per trovare e attrarre i migliori talenti sul mercato.

Detto questo, vi invito a collegarvi, perché sono certo che potrò imparare tanto da voi. E chissà: condividendo le mie esperienze e le lezioni che la vita mi ha insegnato, forse potrò aiutarvi ad arricchire e trasformare la vostra carriera.



Crea e condividi contenuti

# Coinvolgi la tua audience con contenuti utili

Il tuo profilo LinkedIn è più di un curriculum: ti permette anche di dialogare con la tua rete. Il modo migliore per avviare la conversazione? Condividi contenuti creati da te o che trovi interessanti e pertinenti.

Se pubblicherai regolarmente informazioni utili, presto i colleghi e i potenziali candidati inizieranno a considerarti un esperto.



# Crea contenuti

La piattaforma editoriale di LinkedIn ti permette di pubblicare approfonditi blog post sul tuo profilo, ed è perfetta per cominciare a esprimere la tua opinione e condividere consigli con la tua rete. Puoi costruirti la tua base di follower e seguire altri membri di LinkedIn.

Suggerimento: scrivi di argomenti che ti interessano e non sentirti obbligato a pubblicare qualcosa ogni settimana. Ricorda che pubblicare con regolarità è meglio che pubblicare tanto in pochi giorni e poi sparire per mesi.

Scopri di più sulla piattaforma editoriale di LinkedIn [qui](#).

## Esempi di contenuti d'impatto

Sempre **Nick** e **John** usano la piattaforma editoriale di LinkedIn per dimostrare una conoscenza approfondita dei rispettivi settori e anche per condividere consigli utili con la rete. Offrendo ai lettori un valore aggiunto e una voce autorevole nei propri campi di esperienza, danno una spinta al loro brand personale.

**Post**

**Pubblicati da Nick** Visualizza altro ▶



**Why I became a Veteran**  
12 novembre 2014



**Veterans: So you want the job? Help Me to Help...**  
18 luglio 2014



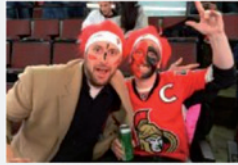
**Veterans: How Approachable is your LinkedIn...**  
3 giugno 2014

**Post**

**Pubblicati da John** Visualizza altro ▶



**Hitting professional puberty.**  
27 ottobre 2014



**Is face paint the key to on-boarding success?**  
20 ottobre 2014



**How to not suck at your job in 3 simple steps.**  
16 settembre 2014

## Condividi contenuti

Condividere contenuti richiede meno tempo che non crearli, quindi potrai farlo più spesso. Invia articoli rilevanti ai candidati tramite un messaggio InMail o un'email, così da mantenere viva la conversazione. Oppure usa gli aggiornamenti di stato per condividere storie interessanti, notizie e spunti. Ricorda che gli aggiornamenti di stato contenenti link o immagini suscitano più interesse.



**Miki Furnish** via **Carhartt**

Seriously... is there anything better than McConaughey wearing a [Carhartt](#) coat?



**How a Carhartt jacket went from blue-collar uniform to hipsterwear to Interstellar**

[theguardian.com](#) • Morwenna Ferrier: In Christopher Nolan's new film, Interstellar, the only thing to get more screentime that Matthew McConaughey is his sand-coloured Carhartt jacket. But its appearance is no accident...

Consiglia (9) • Commenta (2) • Condividi • 4 giorni fa

**Miki**, Responsabile Corporate Talent Acquisition presso Carhartt, sceglie un approccio leggero e divertente con un aggiornamento di stato che condivide un articolo su come Carhartt non passi mai di moda.



Mostra ai candidati la tua bravura

# Fai sapere ai candidati che sei il meglio del meglio

Dimostra ai candidati che hai successo in quello che fai e che con te saranno in buone mani. Rafforza la tua credibilità pubblicando sul tuo profilo il feedback positivo di precedenti assunzioni e colleghi.

## Chiedi segnalazioni su LinkedIn

Le segnalazioni migliori sono quelle dei candidati che hanno avuto esperienze positive con te e che possono scrivere un commento autentico.

Contatta alcune persone e, se è passato del tempo, aiutale a ricordare includendo i tuoi appunti sul loro percorso di selezione.



## Esempio di segnalazione LinkedIn

**La segnalazione di Mily** da parte di un'assunzione recente dà risalto alla sua passione e all'impegno con cui si dedica ai candidati. Dopo aver letto una segnalazione così entusiasta, chi non vorrebbe lavorare con Mily?



### Mily Jain

Global Staffing Business Partner, gTech Ads presso Google

San Francisco Bay Area | Informatica e servizi

#### Segnalazioni

Mily Jain mi ha selezionato per il mio attuale ruolo in Google. Durante il processo di recruiting ha dato il massimo su tutti i fronti, trasformando il percorso di selezione in un vero e proprio viaggio di scoperta.

Mily è stata al mio fianco in ogni fase della procedura di assunzione presso Google, dal primo contatto telefonico al colloquio in azienda, fino al trasferimento dal Texas alla California. È sempre stata disponibile a spiegarmi le varie fasi del percorso e a rispondere in modo chiaro e veloce a ogni mia domanda, facendo trasparire un'attenzione autentica che mi ha dato fiducia nelle mie capacità e nella mia affinità con Google.

Ho affrontato numerosi processi di selezione a livello accademico e lavorativo. Quella con Google è stata in assoluto l'esperienza migliore e il merito è tutto di Mily Jain. Per me Mily è la quintessenza del recruiter alla Google: sa trovare e selezionare con cura i talenti più adatti all'azienda, e allo stesso tempo sa essere un compagno fidato, pronto ad accompagnarti nel tuo viaggio verso l'assunzione.

## Ottieni conferme su LinkedIn

Dopo che avrai aggiunto competenze sul tuo profilo LinkedIn, i tuoi collegamenti avranno l'opportunità di confermarle. Le conferme sono una prova delle tue specifiche qualità e possono aiutarti a costruire il tuo brand.



### Competenze

#### Competenze principali

|     |                          |  |
|-----|--------------------------|--|
| 99+ | Recruiting               |  |
| 99+ | Talent Acquisition       |  |
| 94  | Interviste e Colloqui    |  |
| 93  | Leadership               |  |
| 59  | Internet Recruiting      |  |
| 48  | Microsoft Office         |  |
| 38  | Recruiting Tecnico       |  |
| 28  | Gestione Delle Relazioni |  |
| 26  | Comunicazione            |  |
| 25  | Sviluppo organizzativo   |  |

Suggerimento: le conferme non sono tutte uguali. Per esempio, la conferma della tua capacità di gestire i colloqui ha più peso rispetto a quella della conoscenza di Microsoft Office. Assicurati di aggiungere al tuo profilo le competenze più appropriate.



Personalizza il tuo messaggio

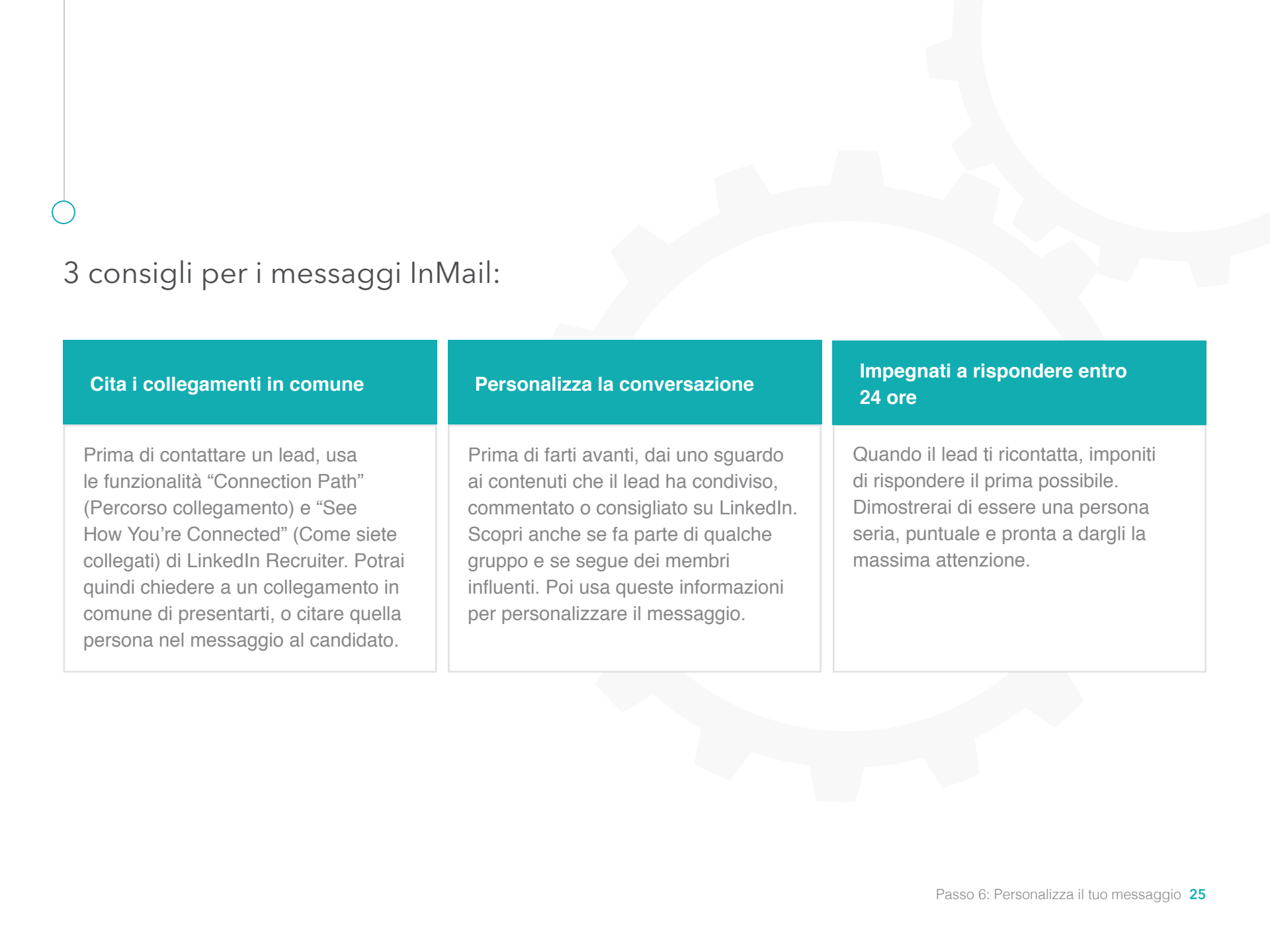
# Personalizza i messaggi e rispondi velocemente

Sapevi che i messaggi InMail personalizzati hanno tassi di risposta più alti del 37% e aumentano le probabilità di assunzione?

Se vuoi essere visto come un recruiter attento che si è informato a dovere, devi prenderti il tempo di scrivere un messaggio personale.

Pensa alle persone con cui preferisci lavorare. Probabilmente ti rispondono tempestivamente e ti fanno sentire importante. Per costruire il tuo recruiter brand, devi far sentire allo stesso modo i tuoi lead e candidati.





### 3 consigli per i messaggi InMail:

#### Cita i collegamenti in comune

Prima di contattare un lead, usa le funzionalità “Connection Path” (Percorso collegamento) e “See How You’re Connected” (Come siete collegati) di LinkedIn Recruiter. Potrai quindi chiedere a un collegamento in comune di presentarti, o citare quella persona nel messaggio al candidato.

#### Personalizza la conversazione

Prima di farti avanti, dai uno sguardo ai contenuti che il lead ha condiviso, commentato o consigliato su LinkedIn. Scopri anche se fa parte di qualche gruppo e se segue dei membri influenti. Poi usa queste informazioni per personalizzare il messaggio.

#### Impegnati a rispondere entro 24 ore

Quando il lead ti ricontatta, imponiti di rispondere il prima possibile. Dimostrerai di essere una persona seria, puntuale e pronta a dargli la massima attenzione.

Riflessioni conclusive



# Che il brand sia con te

Ci auguriamo che questo eBook ti abbia aiutato a capire come dedicare un po' di tempo allo sviluppo del tuo brand personale su LinkedIn possa contribuire a farti salire di livello nel gioco del recruiting.

In breve, ecco 5 punti chiave da ricordare:

- 01 **Perfeziona il tuo profilo** – Fai un'ottima prima impressione scegliendo per il tuo profilo LinkedIn una foto recente, professionale e gradevole.
- 02 **Mostra una passione genuina** – Usa il sommario e il riepilogo per dare risalto alla tua mission, al tuo entusiasmo e ai tuoi successi.
- 03 **Condividi contenuti utili** – Pubblica contenuti interessanti per coinvolgere la tua rete e farti riconoscere come un esperto del settore.
- 04 **Personalizza il tuo messaggio** – Dai un tocco personale alle comunicazioni con i lead e rispondi tempestivamente.
- 05 **Sii te stesso** – Ultimo ma non meno importante, non fingere di essere chi non sei. Usa il profilo LinkedIn per far brillare la tua personalità.

# Informazioni sugli autori

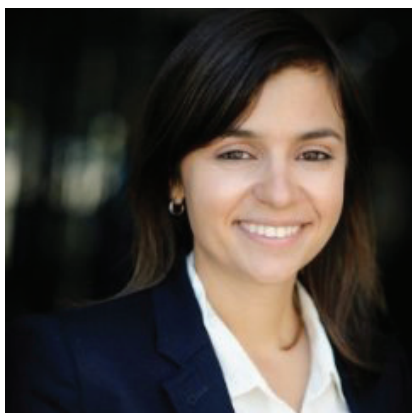


## **Lydia Abbot**

Content Marketing Associate, LinkedIn Talent Solutions

Lydia ama creare contenuti d'impatto che aiutino i professionisti della Talent Acquisition ad avere successo nel trovare i talenti di cui hanno bisogno.

[LinkedIn](#) | [Twitter](#)



## **Maria Ignatova**

Content Marketing Manager, LinkedIn Talent Solutions

Maria si occupa di creare e diffondere contenuti mirati per i professionisti del settore Talent Acquisition. Gestisce anche il nostro Talent Blog all'indirizzo [Talent.linkedin.com/blog](https://Talent.linkedin.com/blog)

[LinkedIn](#) | [Twitter](#)

# Chi siamo

Contatta il team di LinkedIn Talent Solutions all'indirizzo [recruiter-brand@linkedin.com](mailto:recruiter-brand@linkedin.com)

Fondata nel 2003, LinkedIn collega i professionisti di tutto il mondo perché possano essere più produttivi e avere più successo. Con oltre 332 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 di recruiting possibile.

**Leggi tutti i dettagli delle nostre soluzioni all'indirizzo**

[it.talent.linkedin.com](http://it.talent.linkedin.com)

**Segui tutte le ultime novità con il nostro blog**

[talent.linkedin.com/blog](http://talent.linkedin.com/blog)

**Seguici su LinkedIn**

[www.linkedin.com/company/linkedin-talent-solutions](http://www.linkedin.com/company/linkedin-talent-solutions)

**Seguici su Twitter**

[@hireonlinkedin](https://twitter.com/hireonlinkedin)