

CREA UN PROFILO LINKEDIN ECCELLENTE, E COSTRUISCI IL TUO BRAND PROFESSIONALE

10 consigli per creare un profilo d'effetto

1 **NON** tagliare e incollare il tuo CV

LinkedIn ti collega a una rete di professionisti, non solo a un dipartimento di risorse umane. Di solito non distribuisce il tuo curriculum prima di presentarti, quindi evita di farlo qui. Descrivi invece le tue esperienze e abilità professionali come se dovessi parlarne a qualcuno che hai appena incontrato. Inoltre, scrivi paragrafi brevi con indicatori visivi e testuali.

3 Crea un sottotitolo personale

La riga proprio sotto il tuo nome? È la prima cosa che si vede sul tuo profilo, e si accompagna al tuo nome nei risultati di ricerca. È il tuo brand. (Nota: il tuo indirizzo email non è un brand!). Se il brand della tua azienda è molto forte, basterà citarlo insieme alla tua posizione lavorativa. Altrimenti dovrai dare un'idea della tua personalità professionale con una frase d'effetto, che riesca a descriverti in poche parole.

5 Racconta la tua esperienza

Aiuta chi legge a cogliere i punti chiave: racconta brevemente qual è il tuo ruolo e quali obiettivi hai raggiunto. Immagina di nuovo di essere a una conferenza. Dopo esserti presentato, come descriveresti quello che fai, e quello che fa la tua azienda? Utilizza frasi chiare e brevi, e crea piccoli paragrafi riepilogativi.

7 Poni domande e fornisci risposte

Costruisci la tua credibilità con domande intelligenti e risposte utili. Le migliori incoraggiano gli utenti a visitare il tuo profilo. Assicurati di rispondere a domande pertinenti al tuo settore, così potrai definire le tue competenze, favorire la tua visibilità e, ancora più importante, consolidare la tua posizione tra i tuoi contatti. Può darsi che un giorno avrai bisogno anche tu di una risposta alle tue domande.

2 Prendi Spunto dai migliori esperti di marketing

Dai un tono autentico al tuo profilo. Usa aggettivi specifici, verbi brillanti e la forma attiva, per esempio - "ho gestito il team di PM" e NON "responsabile della gestione del team dei PM". Sii naturale: non scrivere in terza persona se non richiesto dal brand della tua organizzazione. Immagina di essere in una conferenza o a un meeting con un cliente. Come ti presenteresti? È la tua voce autentica, utilizzala.

4 Sii breve e convincente

Ripensa a come ti presenteresti durante una conferenza. La tua descrizione di 30 secondi, l'essenza di chi sei e di quello che fai, è il tuo piccolo podio. Utilizzala nella sezione riepilogativa per coinvolgere gli utenti. Hai a disposizione da 5 a 10 secondi per catturare la loro attenzione. Più rilevante è il riepilogo, più tempo sarà dedicato alla sua lettura.

6 Sottolinea le tue COMPETENZE e ricevi conferme

Considera i campi delle competenze come uno strumento per ottimizzare i risultati dei motori di ricerca, per rifinire i modi in cui le persone potranno trovarti e ricordarsi di te. Il numero ottimale è diverso per ogni persona. Includi un mix di competenze di alto livello e di nicchia, e sii dettagliato. Ricevi conferme di competenze: aggiungi le competenze che i tuoi collegamenti possono confermare e riconosci quelle delle persone con cui hai lavorato. Ad oggi, su LinkedIn vi sono più di 3 miliardi di conferme di competenze.

8 Distinguiti dalla folla

Utilizza la sezione "Altre informazioni" per completare il tuo profilo e aggiungere interessi chiave. Aggiungi siti Web che dimostrano le tue abilità o interessi. Quindi modifica l'etichetta predefinita "Il mio sito Web" per incoraggiare il maggior numero di clic (otterrai il PageRank di Google e questo aumenterà la tua visibilità). Se sei iscritto ad associazioni o a gruppi, aiuta i membri a trovarti tramite i relativi nomi. E se hai ottenuto un premio che può essere riconosciuto da colleghi, clienti o datori di lavoro, aggiungi un po' di prestigio senza compiacerti troppo riportando i loro nomi.

9 Migliora il page rank di Google

Congratulati con gli altri e con te stesso. Ottieni segnalazioni da colleghi, clienti e datori di lavoro che possono avvalorare le tue abilità o performance: concentrati sulla qualità, non sulla quantità. Chiedi di enfatizzare una tua particolare capacità o caratteristica personale che avvalori la loro opinione su di te. Scrivi commenti significativi quando segnali qualcuno. E sii creativo, poiché la varietà rende le tue segnalazioni autentiche.

10 COSTRUISCI la tua rete

I collegamenti sono uno degli aspetti più importanti del tuo brand: le tue amicizie ne riflettono la qualità. Cosa succede quando visualizzi un profilo e noti che avete un collegamento in comune? Le azioni di quel profilo vanno alle stelle: avere un collegamento in comune è positivo per entrambi. Dunque, identifica i collegamenti che potrebbero avvalorare la tua credibilità e perseguili.

NOTA: aggiungendo collegamenti e segnalazioni, il tuo profilo acquisterà maggior valore, perché rispecchierà il tuo brand personale approvato da colleghi. Assicurati che sia chiaro, ben strutturato e facile da trovare. Ricordi quel collegamento permanente? Modifica l'URL del tuo profilo pubblico in modo che includa il tuo nome o il sottotitolo, poi mettilo al lavoro: aggiungilo al tuo blog, collegalo dal tuo sito Web, includilo nella tua firma digitale. Poi dai inizio a una conversazione.

COSTRUISCI IL TUO PROFILO LINKEDIN

Il tuo profilo è la prima cosa che verrà vista dai membri che vogliono scoprire chi ha inviato loro un messaggio InMail o chi ha pubblicato un'offerta di lavoro. Quindi deve essere coinvolgente e raccontare di te e della tua azienda. Le persone che visitano il tuo profilo devono pensare "interessante, dimmi di più!".

Usa una foto che ti ritrae in atteggiamento professionale.

Personalizza il tuo URL per i biglietti da visita e la firma digitale.

Usa contenuti multimediali per rendere il profilo più accattivante.

Giovanna De Giacomo
Innovatrice e creativa presso
Milano, Italia | Internet
Attuale: Acme
Precedente: LinkedIn
500+ collegamenti

uk.linkedin.com/in/janejones

Informazioni di contatto

Percorso professionale e accademico

RIEPILOGO

Sono un'esperta creativa del marketing strategico con una passione per le opportunità create dalla tecnologia per il mondo del lavoro. La mia vasta esperienza nel settore include content marketing, generazione della domanda, digital marketing, sviluppo di campagne e supporto alle vendite. Attualmente sono a capo del reparto Marketing di Acme per i paesi EMEA, e lavoro insieme a un team qualificato di esperti del marketing moderno.

Acme sta cambiando il mondo.

Perché Acme è la migliore?

Acme: storie di vendita

Usa il tuo vero nome

Spiega in modo creativo quello che fai.

Aggiungi fino a 3 siti Web.

Descrivi chi sei e l'azienda che rappresenti.

Esperienza

LinkedIn non è un sito di annunci di lavoro, quindi il tuo profilo non deve sembrare un curriculum. Usa la sezione Esperienza per raccontare la tua storia. Scrivi due o tre frasi concise sui tuoi principali successi o progetti per ciascuna posizione lavorativa, e parla del contributo che hai dato al team.