

COSTRUISCI IL TUO PROFILO PER LE VENDITE

10 suggerimenti su come creare un profilo efficace per le vendite

01 Carica una foto professionale

Includi un tuo ritratto professionale, una foto che metteresti su un biglietto da visita. I profili con foto hanno il 40% di risposte in più ai messaggi InMail, perché alle persone piace vedere con chi stanno parlando. Inoltre, il tuo account LinkedIn Sales Navigator ti permette di caricare una foto più grande rispetto agli altri membri di LinkedIn, così puoi risaltare più facilmente.

02 Scrivi un sommario d'impatto

Il testo che appare sotto il tuo nome è il sommario. È la prima cosa che guarda chi visita il tuo profilo, e compare dopo il tuo nome nei risultati delle ricerche. Anziché inserire semplicemente una qualifica sotto al tuo nome, pensa a come potresti spiegare in modo creativo quello che fai o come aiuti i clienti (esempio: "aiuto i team di vendita ad aumentare le opportunità di business tramite il social selling").

03 Aggiungi contenuti multimediali

Trasforma il tuo profilo di LinkedIn in un ulteriore luogo in cui clienti e lead possono trovare e scaricare file importanti come schede prodotto, white paper e presentazioni. Carica i file dal computer oppure aggiungi link a video e presentazioni SlideShare per mostrare documenti creati da te, e dai uno sguardo alle presentazioni dei colleghi. Cerca il pulsante Aggiungi contenuto nelle sezioni Riepilogo, Formazione ed Esperienza del tuo profilo.

04 Personalizza l'URL del tuo profilo pubblico

Posizionato sotto il blocco superiore del tuo profilo, dove compaiono nome e sommario, l'URL (indirizzo web) del tuo profilo pubblico è perfetto per le firme e i biglietti da visita, e ti farà trovare più facilmente nei risultati dei motori di ricerca. Crea un URL che riprenda il tuo nome (esempio: www.linkedin.com/in/albanesemaria).

Responsabile Marketing - Creazione di campagne pubblicitarie internazionali nell'industria automobilistica
Milano, Italia | Marketing e pubblicità

Attuale	Ferrari
Precedente	Piaggio Group, Barilla
Formazione	MIP - Politecnico Di Milano

Visualizzazione del profilo ▼

it.linkedin.com/in/chiararossi

05 Aggiungi le tue informazioni di contatto

Dopo esserti collegato con un potenziale cliente o un collega, vorrai fare in modo che possa contattarti facilmente. Aggiungi almeno il tuo indirizzo email e numero di telefono aziendale. Le informazioni di contatto sono visibili solo ai tuoi collegamenti diretti.

06 Personalizza i link ai siti Web

Sfrutta lo spazio dedicato ai siti Web sotto la sezione **Informazioni di contatto** del tuo profilo aggiungendo link e siti Web correlati a quello che vendi, al tuo punto di vista o al tuo background. Aniché utilizzare il titolo di default del link, scegli **Altro** e personalizza il testo per includere una call to action, per esempio “Scarica i nostri white paper”.

Siti Web

Altro : Tutto sul social sellin http://business.linkedin.com/sales-solutions x

Altro : Per saperne di più su http://www.linkedin.com x

Scegli... URL (ad es.:http://www.sito.it) x

Salva Annulla

07 Racconta la tua storia nel riepilogo

Dopo la foto e il sommario, la parte del profilo che i visitatori leggono più spesso è il riepilogo. Usa questo spazio per raccontare la tua storia, e mentre la scrivi mettili nei panni di una persona che sta valutando se fare affari con te o se rispondere a un tuo messaggio InMail. Quale valore aggiunto puoi offrire? Quali spunti e informazioni puoi fornire alla sua azienda? Che contributo hai dato alle organizzazioni che hanno già fatto affari con te? Allo stesso modo, il riepilogo delle tue esperienze non deve assomigliare a un curriculum, ma piuttosto sostenere la storia che stai cercando di raccontare.

08 Aggiornate la vostra qualifica attuale e i precedenti ruoli

Dovendo proporre i vostri prodotti e servizi a potenziali clienti e non ottenere una nuova posizione di lavoro, sarà necessario strutturare il vostro profilo in maniera che lo stesso risponda alle esigenze dei vostri potenziali clienti e non dei potenziali datori di lavoro. Mostrate quindi come siete in grado di aiutare i vostri clienti a risolvere i problemi ai quali si trovano di fronte, utilizzate le parole chiave che i vostri potenziali interlocutori ricercano, aggiungete contenuti multimediali (schede tecniche, video dimostrativi ecc...) e descrivete il vostro percorso professionale.

09 Aggiungi la tua formazione

Dai rilievo alla tua formazione per far sapere ai potenziali clienti che lavoreranno con un professionista preparato. Ti consentirà anche di collegarti agli ex compagni di studi per allargare la tua rete, migliorando così le tue chance di avere nuove opportunità. E per chi ha studiato con te sarà più facile trovarti.

10 Chiedi delle segnalazioni

Chiedi delle segnalazioni a colleghi, dipendenti e, meglio ancora, a clienti che possono dare un parere credibile sulle tue capacità e il tuo lavoro. Chiedi di enfatizzare una tua particolare capacità o caratteristica personale che avvalorati la loro opinione su di te. Quando segnali qualcun altro, scrivi commenti significativi (il modo in cui descrivi gli altri e la tua esperienza con loro dice tanto di te quanto della persona che stai segnalando). Dai priorità alla qualità piuttosto che alla quantità, e scrivi in modo autentico.

Chiara Rossi
Responsabile Marketing - Creazione di campagne pubblicitarie internazionali nell'industria automobilistica
Milano, Italia | Marketing e pubblicità

Attuale **Ferrari**
Precedente **Piaggio Group, Barilla**
Formazione **MIP - Politecnico Di Milano**

Visualizzazione del profilo

- Visualizza attività recenti
- Chiedi una segnalazione**
- Crea il tuo profilo in un'altra lingua
- Salva come PDF
- Gestisci le impostazioni del profilo pubblico

it.linkedin.com/in/chiararossi

Percorso professionale e accademico

Esperienza