



# LinkedIn.

Prenditi cura del tuo personal branding



# AGENDA

1. Perché LinkedIn
2. Il profilo
3. Relazioni e networking
4. Contenuti
5. Risultati
6. Risorse



# 1. PERCHÈ LINKEDIN

# LinkedIn



«Social network **professionale**»,  
è la prima rete sociale web  
interamente volta al mondo del  
lavoro. ...fornisce un servizio  
gratuito di social network e  
**microblogging.**

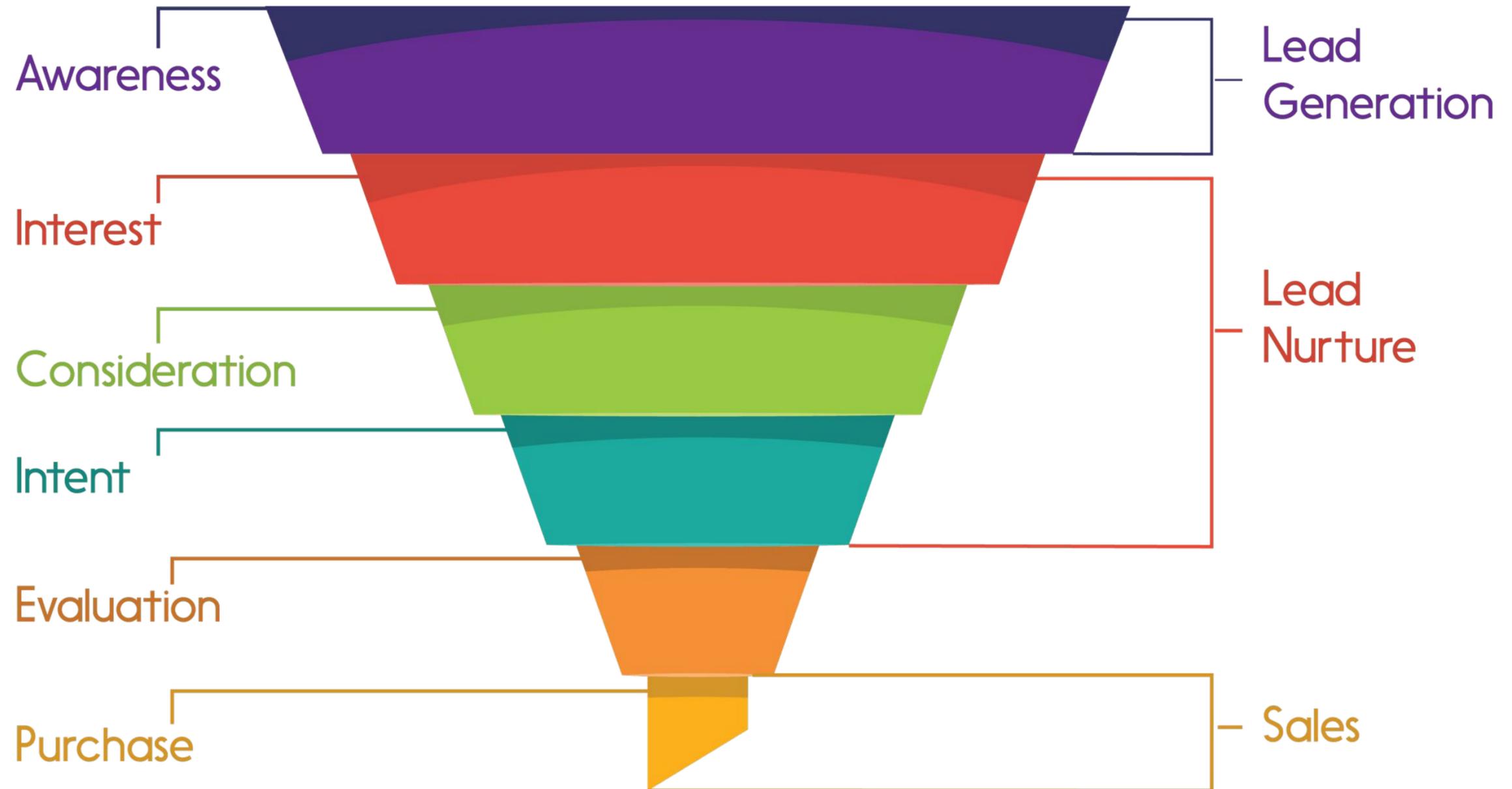
(Treccani)

# PERCHÉ LINKEDIN



- **Unico** social network professionale
- **21,2** milioni di italiani lo utilizzano (+20%vsLY)
- **90%** degli HR usa regolarmente LinkedIn
- **500.000** aziende italiane hanno un profilo

# Funnel di marketing



# Sei tu il brand da promuovere!

## Setta il tuo obiettivo

- Nuovi clienti
- Trovare lavoro
- Fare networking

## **2. IL PROFILO**

# Attention



**Profilo curato, attivo**, in grado di riflettere la vostra professionalità e le vostre capacità.

**Da cosa è  
composto**

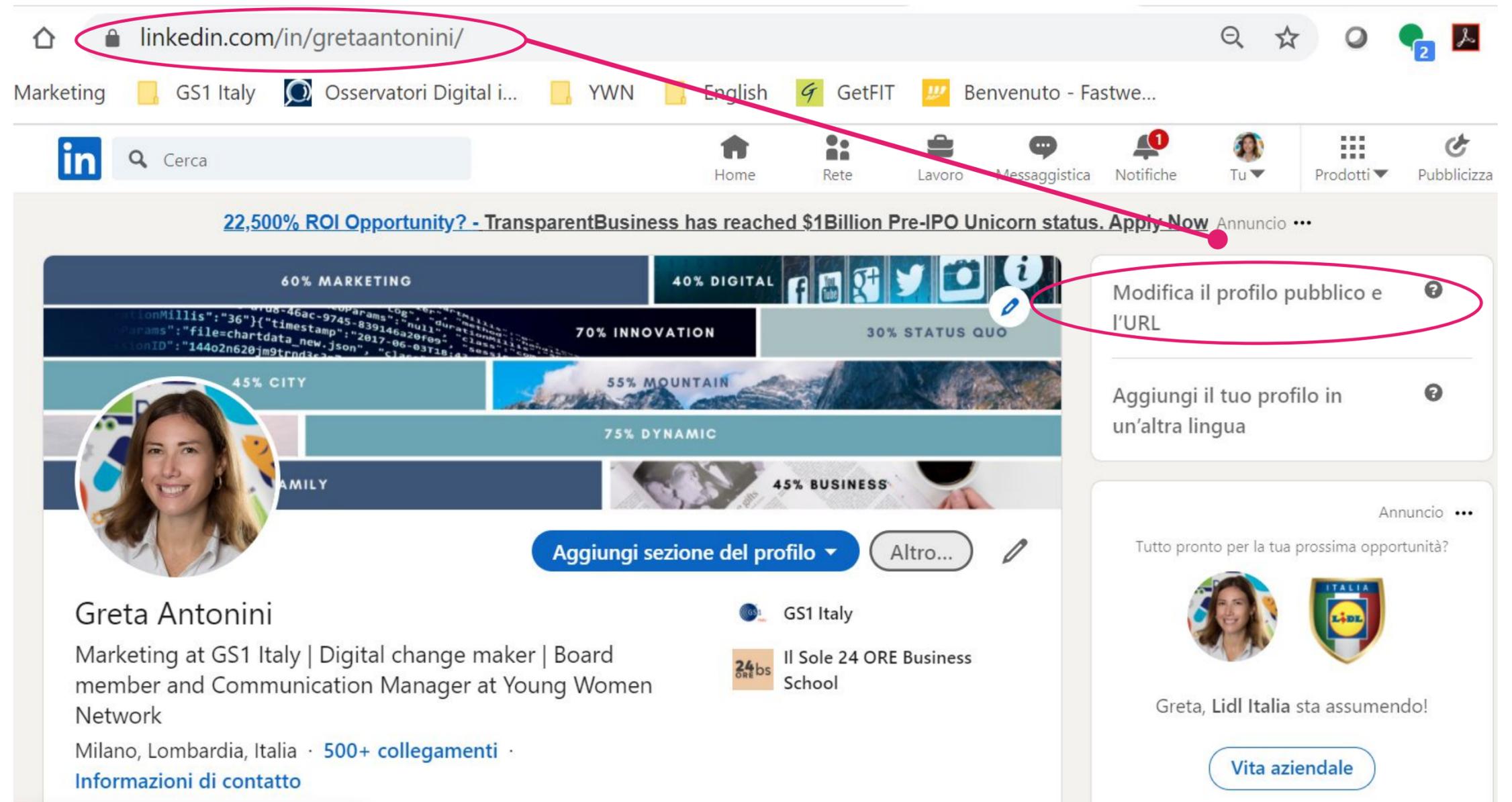
# Il profilo

1. URL
2. Foto.
3. Copertina.
4. Headline.
5. Informazioni (summary).
6. Lavoro, formazione e volontariato.
7. Competenze e conferme.
8. Referenze.



# Prima di tutto

URL!!!!



linkedin.com/in/gretaantonini/

Marketing GS1 Italy Osservatori Digital i... YWN English GetFIT Benvenuto - Fastwe...

Cerca Home Rete Lavoro Messaggistica Notifiche Tu Prodotti Pubblicizza

22,500% ROI Opportunity? - TransparentBusiness has reached \$1Billion Pre-IPO Unicorn status. Apply Now

60% MARKETING 40% DIGITAL 70% INNOVATION 30% STATUS QUO 45% CITY 55% MOUNTAIN 75% DYNAMIC 45% BUSINESS

Modifica il profilo pubblico e l'URL

Aggiungi il tuo profilo in un'altra lingua

Annuncio ...

Tutto pronto per la tua prossima opportunità?

Greta, Lidl Italia sta assumendo!

Vita aziendale

# Giochiamo

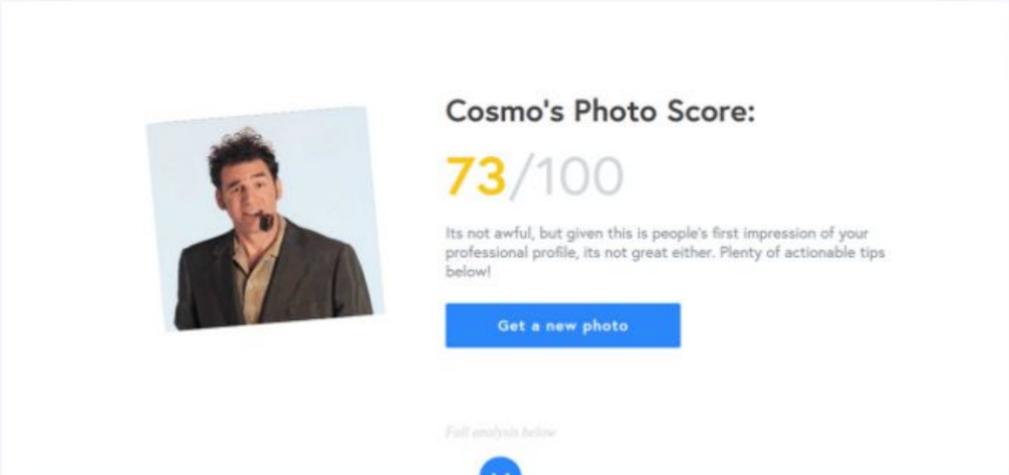


Book a Snappr 

## How Good is Your LinkedIn Profile Picture?

Snappr's Photo Analyzer uses the latest research, combined with image recognition and machine learning technologies, to determine how well your photo will perform. 

Analyze my LinkedIn photo 

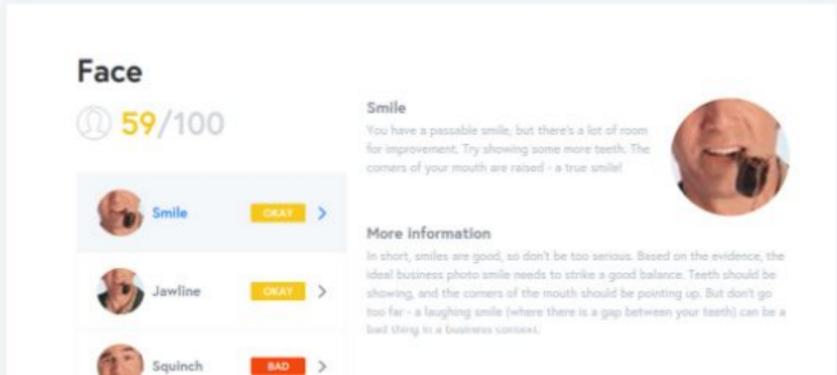


**Cosmo's Photo Score:**  
**73/100**

Its not awful, but given this is people's first impression of your professional profile, its not great either. Plenty of actionable tips below!

[Get a new photo](#)

Full analysis below 



**Face**  
 **59/100**

-  Smile **OKAY** >
-  Jawline **OKAY** >
-  Squinch **BAD** >

**Smile**  
You have a passable smile, but there's a lot of room for improvement. Try showing some more teeth. The corners of your mouth are raised - a true smile!

**More information**  
In short, smiles are good, so don't be too serious. Based on the evidence, the ideal business photo smile needs to strike a good balance. Teeth should be showing, and the corners of the mouth should be pointing up. But don't go too far - a laughing smile (where there is a gap between your teeth) can be a bad thing in a business context.



# Foto

Greta's Photo Score:

78/100

You've done pretty well. But there's always room for improvement, so check out our very actionable tips below.

[Share your score](#)

[or upload another photo to analyze](#)

- Dresscode: meeting.
- Guardare in macchina.
- Sorriso, occhi, mento.
- Sfondo, regola dei terzi e zoom.
- Editing professionale.



# Copertina e Headline

60% MARKETING 40% DIGITAL

70% INNOVATION 30% STATUS QUO

45% CITY 55% MOUNTAIN

75% DYNAMIC 45% BUSINESS

Aggiungi sezione del profilo Altro...

**Greta Antonini**

Marketing at GS1 Italy | Digital change maker | Board member and Communication Manager at Young Women Network

Milano, Lombardia, Italia · 500+ collegamenti

Copertina

Headline

Headline e copertina rappresentano la **tua campagna pubblicitaria**.

- Sono **un'ottima opportunità per differenziarci**.
- **Raccontato qualcosa di voi** a colpo d'occhio.

# Dal summary al volontariato

## Informazioni

I'm always evolving, obsessed with "I want to do better" and I do it with a positive and enthusiastic attitude.

For the last 7 years I have been working in the marketing departments of BTC but also BTB companies, to better understand customer needs. In a world in which there is constant transformation, obsessed with customer satisfaction, I like to keep up to date with the new opportunities that digital technology offers to marketing and the evolution that companies are making in the last years. Indeed, I have recently completed a master's degree in Innovation strategy and digital transformation to meet the new business opportunities.

## Esperienza



### Marketing and Communication specialist

GS1 Italy · A tempo pieno

nov 2018 – presente · 2 anni 1 mese

Milan Area, Italy

In an international and innovative environment, I lead the marketing and digital strategy in a Btb company. I am responsible for adv on-offline, email marketing, social media adv and our sites. I am in charge of defining the new brand positioning, marketing strategy and digital customer experience to understand the customers' needs and increase the customer base. I profile and monitor our customers through analytics and I lead data driven campaigns. I am an active participant in our internal digital transformation in which we implement new digital solutions (CRM, ERP and others) to increase our customer base and to manage our audience.



GS1 Corporate Video

Summary

Esperienza,  
formazione,  
licenze e  
esperienze di  
volontariato.

**DA COMPLETARE TUTTO!**

**ATTENZIONE A NON MIXARE LE  
DIVERSE ATTIVITÀ.**

# **3. RELAZIONI E NEWTWORKING**

# Interest



**Invito personalizzato,**  
senza proposta commerciale, studiato  
sulla base della leads.

# COLLEGATI



**Collegati** **Messaggio** Altro...

 Atlantic Technologies

 Università Cattolica del Sacro Cuore

Annuncio

LinkedIn Ad Vantage is a choose-your-own-adventure video experience.



Choose the path that's right for you.

Play today

**Punti chiave**

 **28 collegamenti in comune**  
Tu e Caterina conoscete entrambi Giuseppe Messeri di Eniliana Messeri e 26 altri collegamenti.

 Entrambi avete studiato presso Università Cattolica del Sacro Cuore

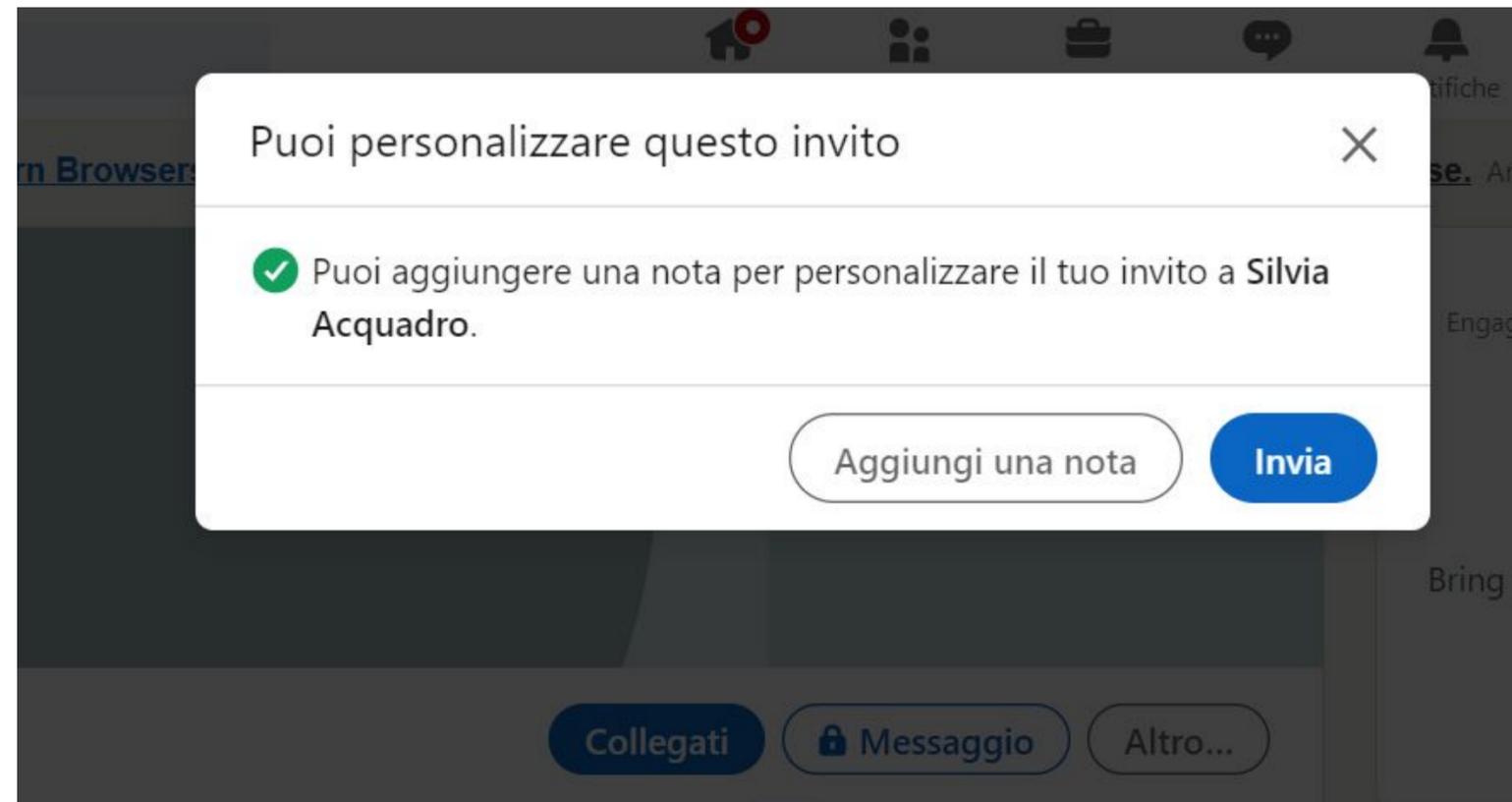
**Altre aziende consultate**

 **Cinzia Bartoloni**  
• 2°  
Junior HR Recruiter

 **Vincenza Franzese**  
• 2°  
Sales Marketing Representative S

 **Messaggistica**

# OLTRE A DARE LA MANO...



# PRESENTATI

# CHI ACCETTERESTI?

Inviti Vedi tutti (2)

**Roberto Zani**  
Sales Account Executive presso Ushare  
🔗 Lucia Bottaro

Ignora Accetta

Salve Greta,  
mi chiamo Roberto Zani e sono Senior Executive di USHARE, azienda che lavora nel campo big data e fintech.  
La contatto perchè dal profilo vedo una persona ambiziosa e "open-minded".  
Mi piacerebbe scambiare due parole per evidenziarle i benefici di una ipotetica collaborazione.  
[Visualizza meno](#)

Rispondi a Roberto

**Abbie Hong**  
NEW ORIGINAL Chinese printed circuit board using in automobile...  
🔗 Giuseppe Carnemolla

Ignora Accetta

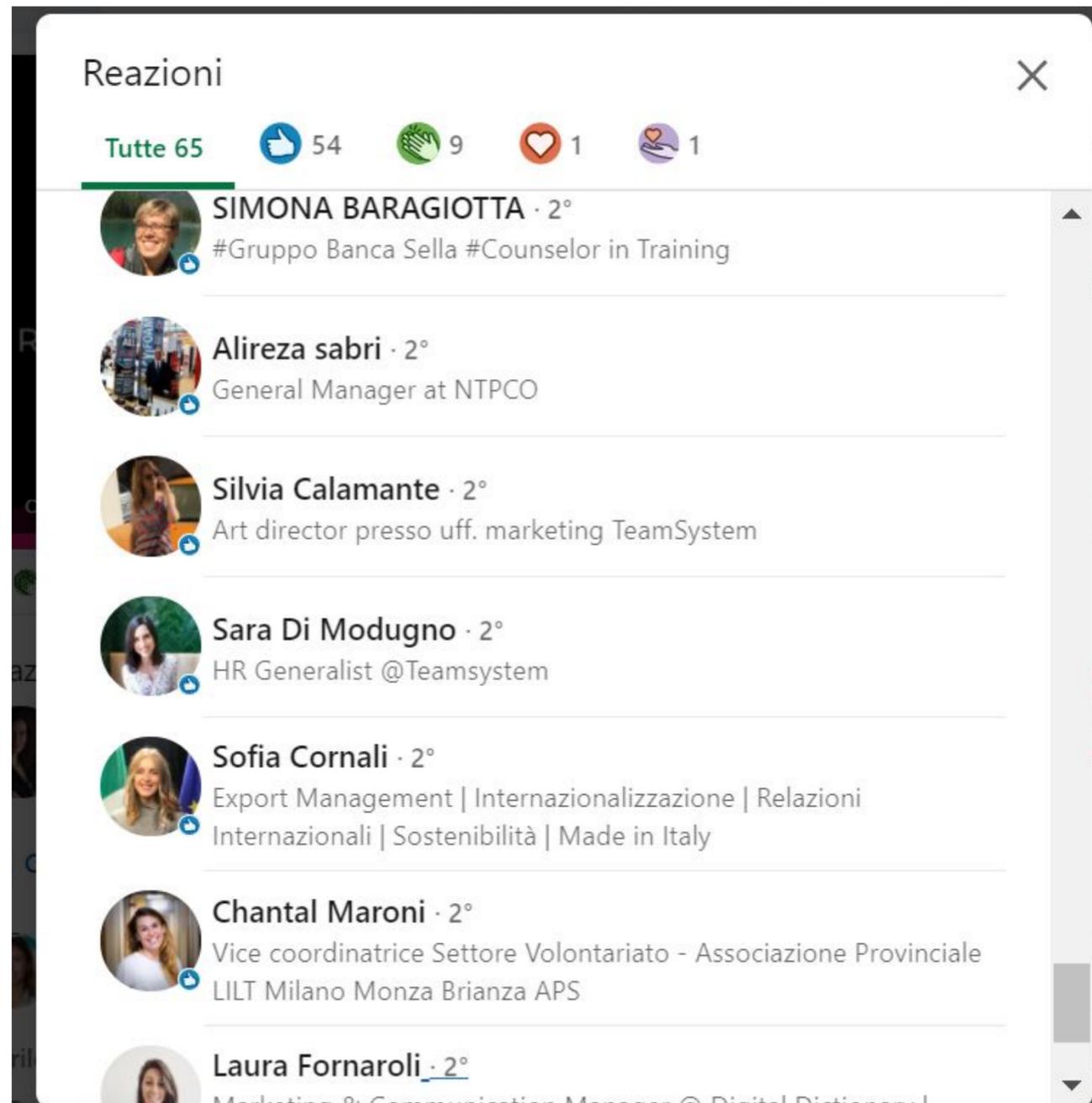
# COSA SCRIVO?

Non passiamo subito alla vendita....

Es. visita il sito, hai visto il mio ultimo post lo consigli?

Ci vuole tempo, **è sempre una relazione!**

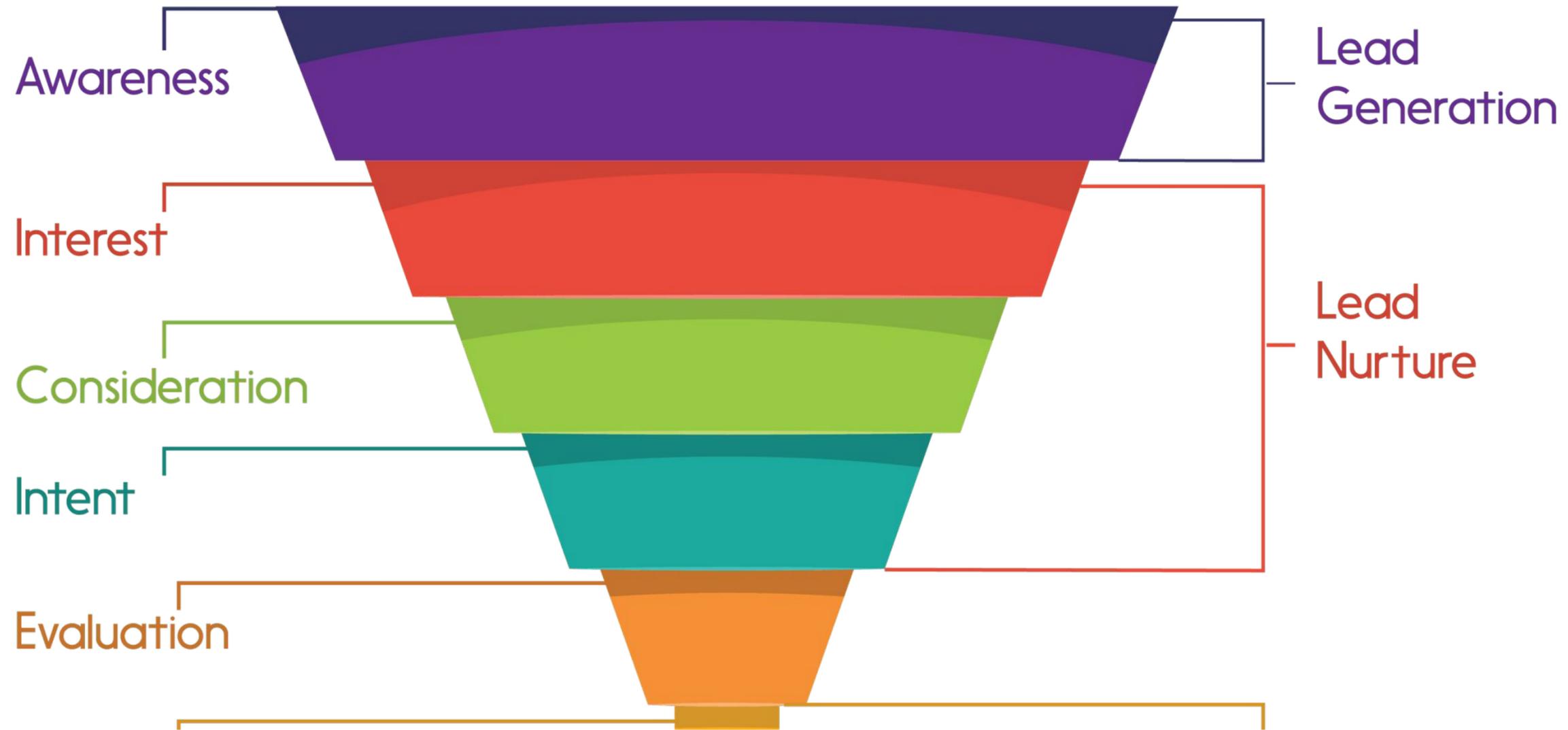
# A CHI MANDO LA RICHIESTA?



1. Con le persone con cui entro in **contatto lavorativamente.**
2. **Con chi commenta/consiglia i miei post**, con cui abbiamo qualcosa in comune.
3. Con le **persone che scrivono contenuti che mi interessano.....**( e mi ispiro)

# 4. CONTENUTI

# DESIRE



Coinvolgere il target **con contenuti interessanti, interagire, gratificare.**

# CHI È IL TUO PUBBLICO?

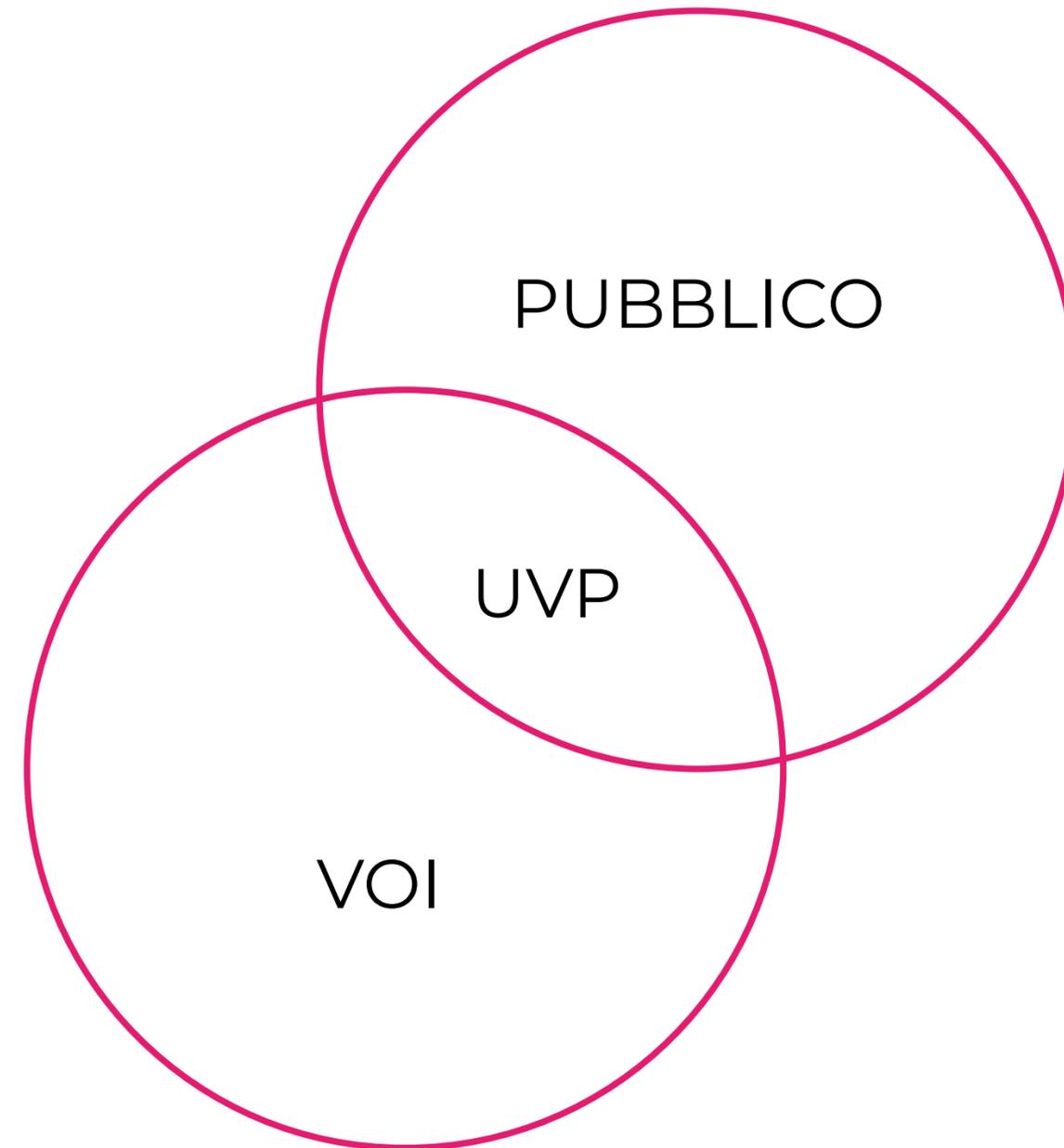


# CHE EROINA SEI?



La UVP (o Personal Brand Statement) è un mix tra ciò che siete e ciò che sapete fare.

LA UNIQUE VALUE PROPOSITION  
ESISTE SOLO IN RELAZIONE AL  
PROPRIO PUBBLICO



# ESEMPI

## Informazioni

Sono una consulente aziendale in ambito marketing e comunicazione.

Come amo spesso dire, il marketing è la mia grande passione, non solo la mia professione da oltre vent'anni. È questa passione che mi spinge ad aiutare le persone, le aziende e i brand a crescere, online così come offline.

Nel corso degli anni, la mia innata curiosità e alcune straordinarie esperienze lavorative mi hanno consentito di sviluppare un grande know-how in ambito marketing, sia tradizionale che digitale, e il mio continuo desiderio di imparare mi aiuta a restare sempre aggiornata.

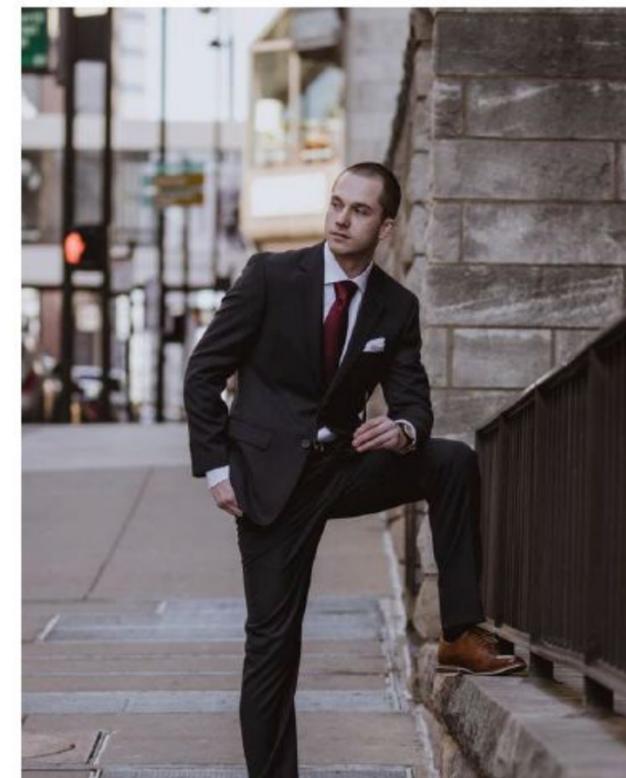
*«Sono un ragazzo che con passione si è affacciato al mondo della consulenza finanziaria da circa un paio d'anni.*

*Per me essere Consulente Finanziario è sentirsi punto di riferimento per i miei clienti, per ogni loro esigenza con il massimo della disponibilità.*

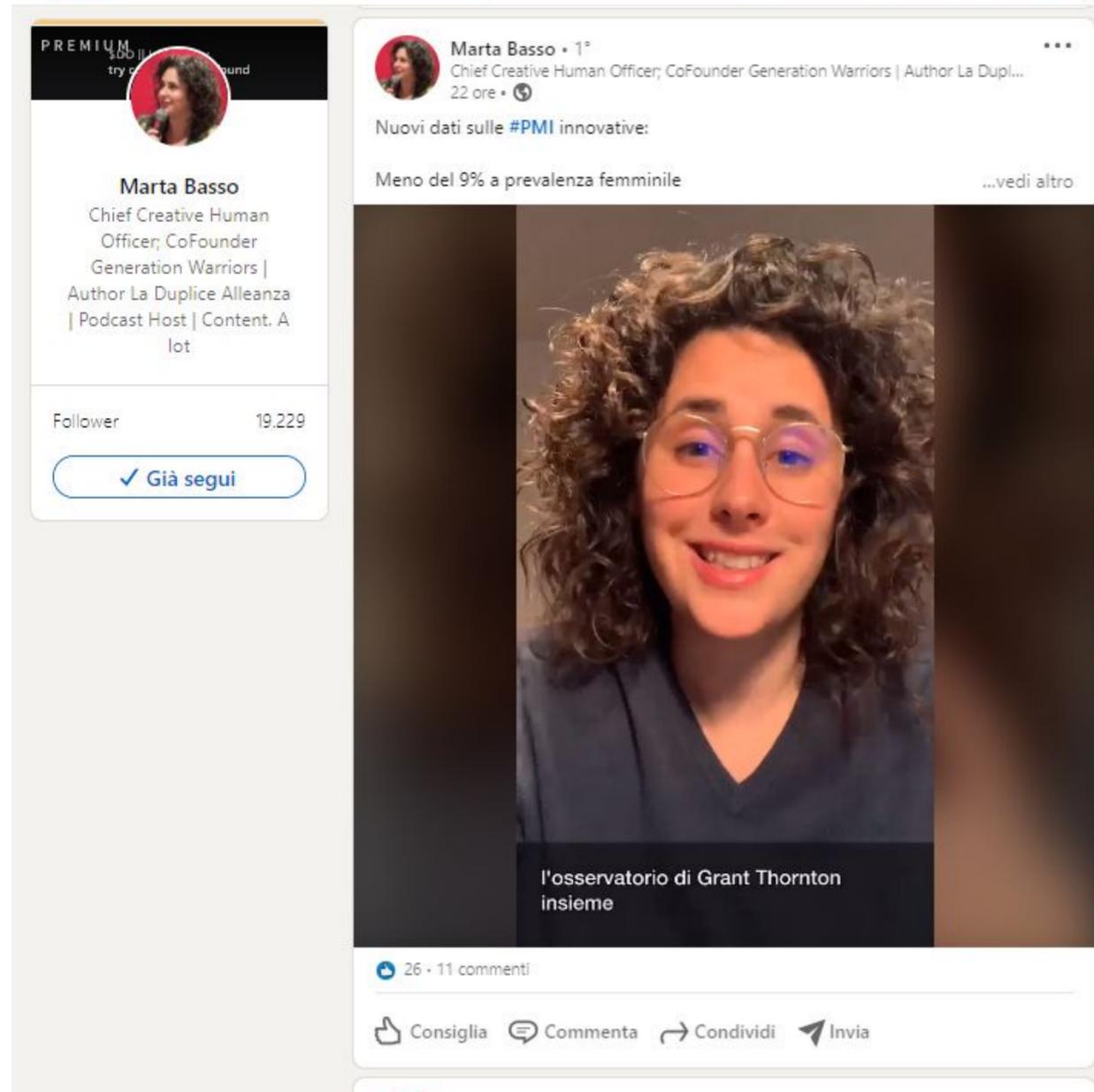
*Intendo la consulenza finanziaria come un viaggio da intraprendere con loro: si parte "da dove si è" oggi, ma soprattutto mi piace decidere insieme "dove si vuole arrivare".*

*In questo percorso mi piace essere sempre al fianco del mio cliente, trovando le soluzioni più adatte alle sue esigenze e ai suoi bisogni.*

*Mi piace ascoltare le persone per capire le loro reali esigenze, mettendo a loro disposizione la mia professionalità e le mie competenze perché ho la consapevolezza che il patrimonio più prezioso che gestisco è la loro Fiducia».*



# CONTENT



1. **Post**
2. Articoli - microblogging
3. Stories (da poco)
4. **Video**
5. Gruppi

# CONTENT

In primo piano



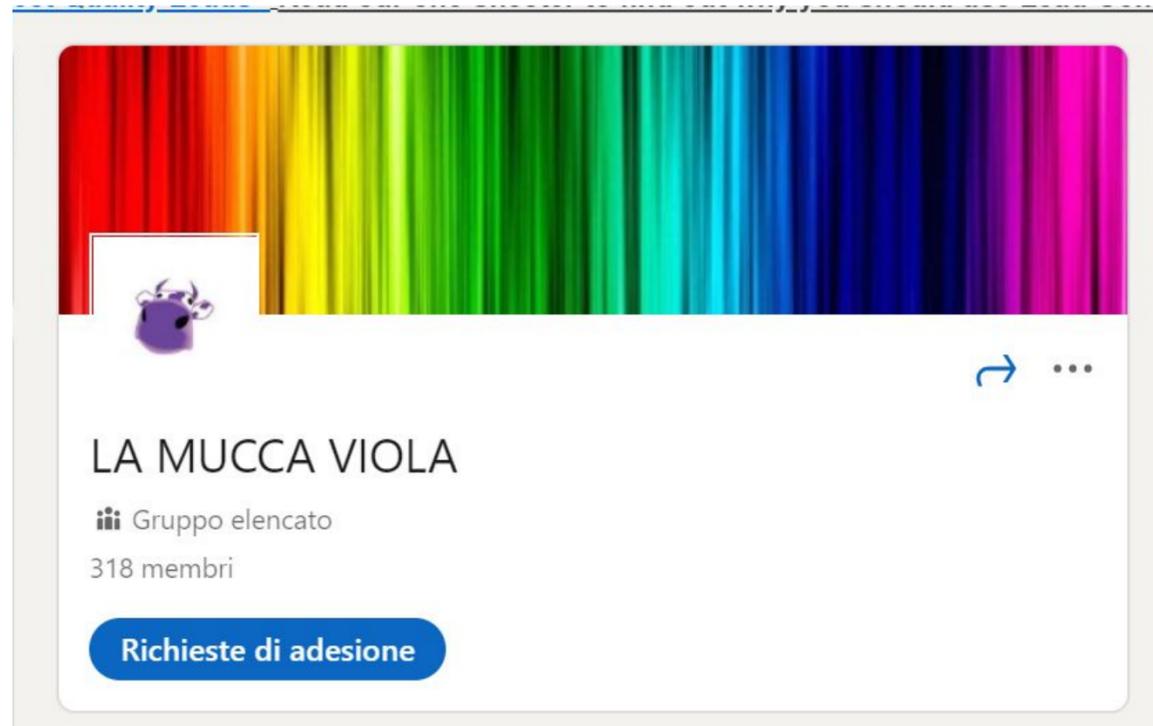
L'Italia, un paese vecchio anche in termini automobilistici. Ma i buoni propositi ci sono.

Valeria Donato su LinkedIn

I mesi di lock-down ci hanno insegnato una cosa molto importante: la Terra senza di noi se la cava benissimo ed ha dimostrato la capacità, in poco tempo, di riprendersi quegli spazi che le erano stati sottratti. E sono proprio gli spazi, che stanno...

  20

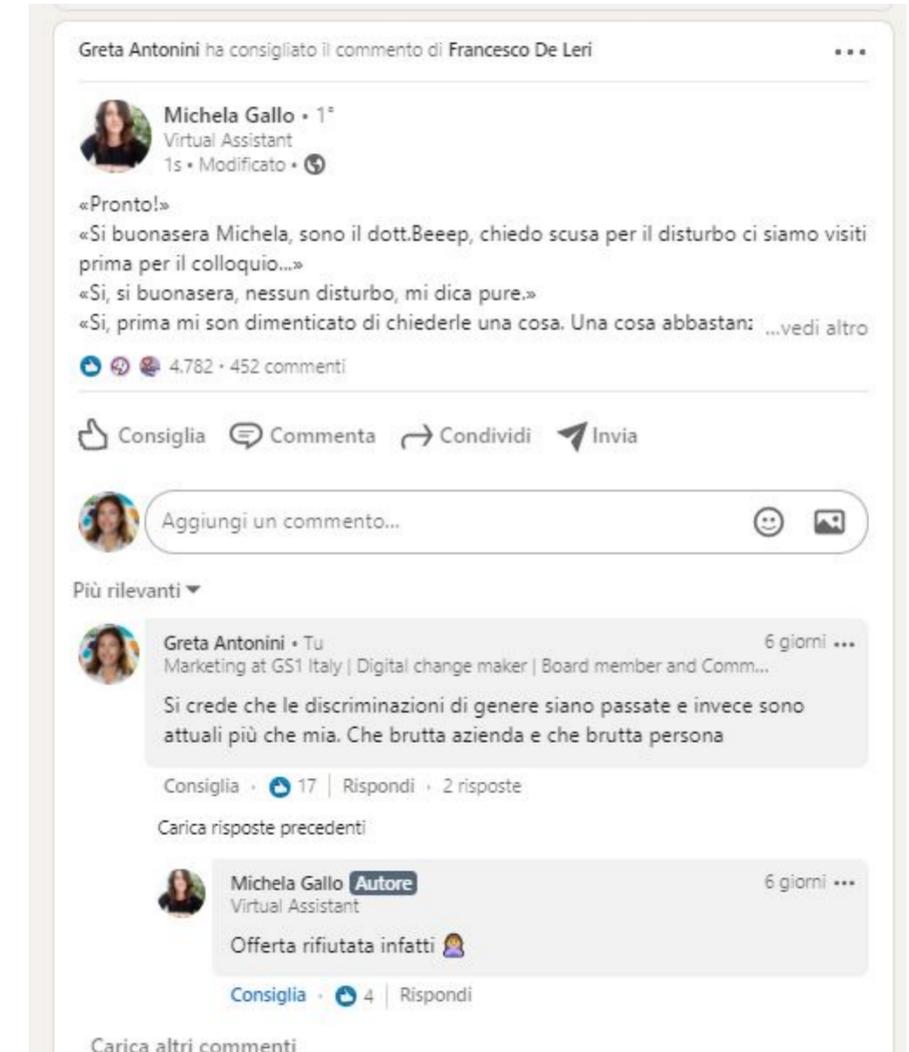
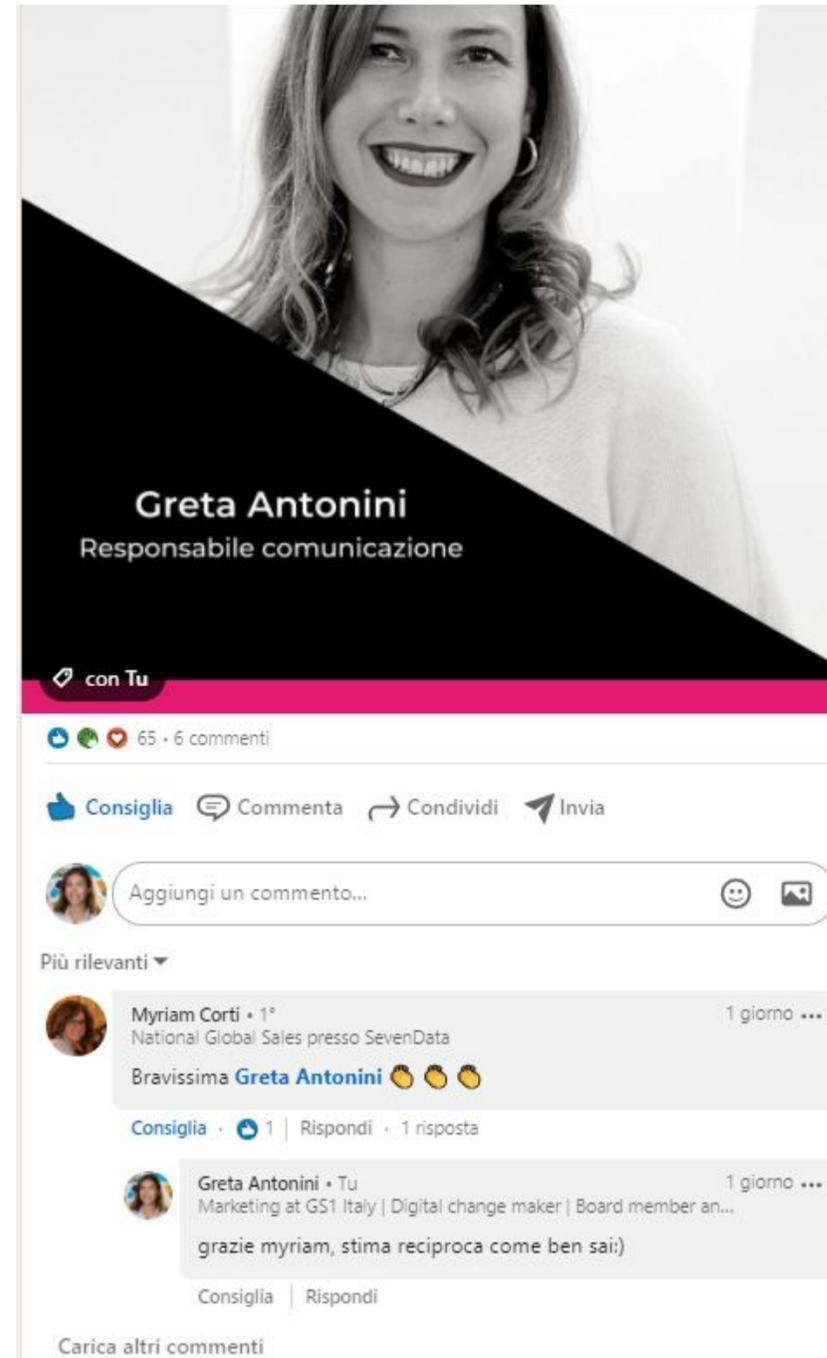
1. Post
2. **Articoli** - microblogging
3. Stories (da poco)
4. Video
5. **Gruppi**



# INTERAZIONI

Ma posso anche..

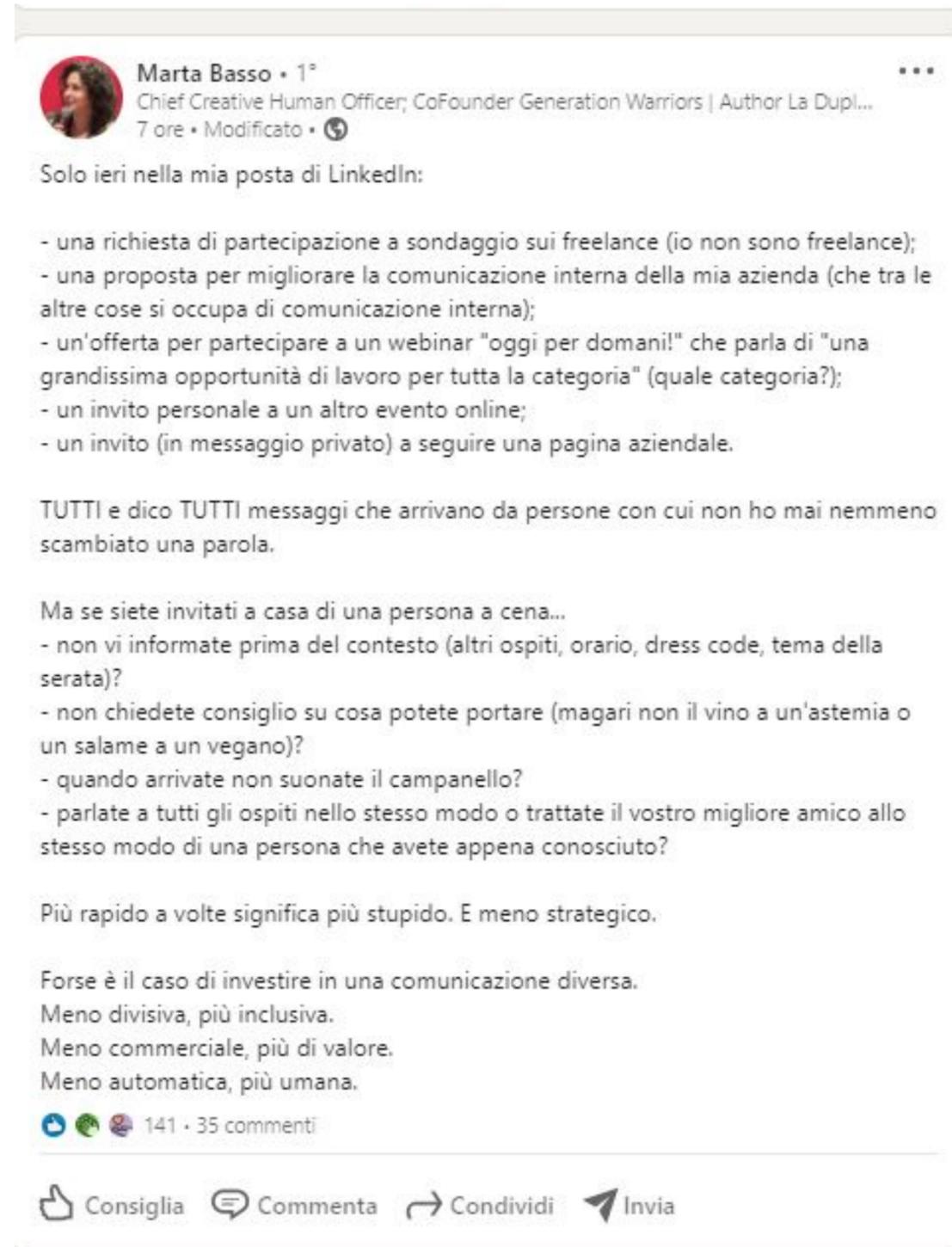
- **Consigliare altri post.**
- Ancora meglio **commentare** i post di altri che mi interessano



# RICORDA



# APPROCCIO HTH



**Marta Basso** • 1°  
Chief Creative Human Officer; CoFounder Generation Warriors | Author La Dupl...  
7 ore • Modificato • 🔒

Solo ieri nella mia posta di LinkedIn:

- una richiesta di partecipazione a sondaggio sui freelance (io non sono freelance);
- una proposta per migliorare la comunicazione interna della mia azienda (che tra le altre cose si occupa di comunicazione interna);
- un'offerta per partecipare a un webinar "oggi per domani!" che parla di "una grandissima opportunità di lavoro per tutta la categoria" (quale categoria?);
- un invito personale a un altro evento online;
- un invito (in messaggio privato) a seguire una pagina aziendale.

TUTTI e dico TUTTI messaggi che arrivano da persone con cui non ho mai nemmeno scambiato una parola.

Ma se siete invitati a casa di una persona a cena...

- non vi informate prima del contesto (altri ospiti, orario, dress code, tema della serata)?
- non chiedete consiglio su cosa potete portare (magari non il vino a un'astemia o un salame a un vegano)?
- quando arrivate non suonate il campanello?
- parlate a tutti gli ospiti nello stesso modo o trattate il vostro migliore amico allo stesso modo di una persona che avete appena conosciuto?

Più rapido a volte significa più stupido. E meno strategico.

Forse è il caso di investire in una comunicazione diversa.  
Meno divisiva, più inclusiva.  
Meno commerciale, più di valore.  
Meno automatica, più umana.

🌐 🌱 🌍 141 • 35 commenti

👍 Consiglia   💬 Commenta   ➦ Condividi   ✈ Invia

**QUANTE VOLTE?  
A CHE ORA?  
GIORNI?**

# 5. RISULTATI

# NON SOLO FOLLOWER



**Sono persone, connessioni, relazioni, possibilità,  
chiamate e opportunità!**

**GIOCHIAMO CON  
I VOSTRI PROFILI**

# 6. RISORSE

# RISORSE

- Personalizza il tuo URL.
- Valuta la tua foto profilo.
- Per la tua copertina con Canva oppure una bella fotografia ad alta risoluzione.



**GRAZIE**