

# Avvocati:

## ecco come utilizzare

# LinkedIn

di mario alberto catarozzo\*



# N

ella precedente puntata ([si veda il numero 91 di \*MAG\*](#)) abbiamo visto come impostare un profilo LinkedIn in modo che possa rappresentare un utile strumento di business. Vediamo ora come poterlo utilizzare per creare un network di contatti professionali mirato.

## **CONTENUTI MULTIMEDIALI**

Innanzitutto mi raccomando di tener aggiornato il profilo non solo per ciò che attiene alle informazioni che ci riguardano, ma anche con contenuti quali articoli, slides etc.

Per fare ciò è necessario collegare il proprio profilo con SlideShare ([www.slideshare.net](http://www.slideshare.net)), che è il social più famoso al mondo per le presentazioni in ppt. Poiché SlideShare è di proprietà di LinkedIn, è sufficiente loggarsi utilizzando lo stesso account che avete su LinkedIn, in modo che SlideShare colleghi automaticamente i due social e faccia comparire sul vostro profilo – nella sezione "Articoli & Attività" - i contenuti caricati su SlideShare.

Anche i video sono un valido strumento per arricchire il vostro profilo. Potrete a tal proposito collegare il vostro account

Youtube con il profilo LinkedIn per importare i video.

## **ARTICOLI E BLOG**

Nella sezione "Articoli & Attività" verranno anche automaticamente inseriti gli articoli che scriverete sul blog di LinkedIn, un tempo chiamato "Pulse", e ora disponibile oltre che nella versione inglese del social, anche nella versione italiana.

Per accedere al blog di LinkedIn troviamo sulla nostra dashboard il pulsante "Scrivi un articolo", che permetterà di aprire una nuova pagina già predisposta per accogliere titolo, testo e immagine del nuovo articolo. Scrivere sul blog di LinkedIn è utilissimo, sia perché arricchirete il vostro profilo di contenuti aggiornati, sia perché il vostro articolo verrà indicizzato sui motori di ricerca e avrà grande visibilità sul web, dal momento che utilizza gli algoritmi e page rank di LinkedIn.

Scrivere sul blog di LinkedIn è strategico, inoltre, perché vi permette di avere grande visibilità all'interno del social network sia presso i vostri contatti diretti, sia verso un pubblico più vasto, che vi troverà attraverso ricerche effettuate con parole chiave.

Con queste due attività, dedicate alle presentazioni in ppt e agli articoli del blog, avrete completato il profilo LinkedIn e potrete facilmente tenerlo aggiornato.

## NETWORKING

È arrivato il momento di allargare il proprio network di contatti. Potrete procedere in due modi: accettare le richieste di contatto che vi verranno inviate e chiedere voi di entrare in contatto con terzi. In quest'ultimo caso potrete effettuare le ricerche mirate per nome, per qualifica, per ente datore di lavoro, oppure valutare tra i profili proposti quali sono di vostro interesse e in quel caso procedere con la

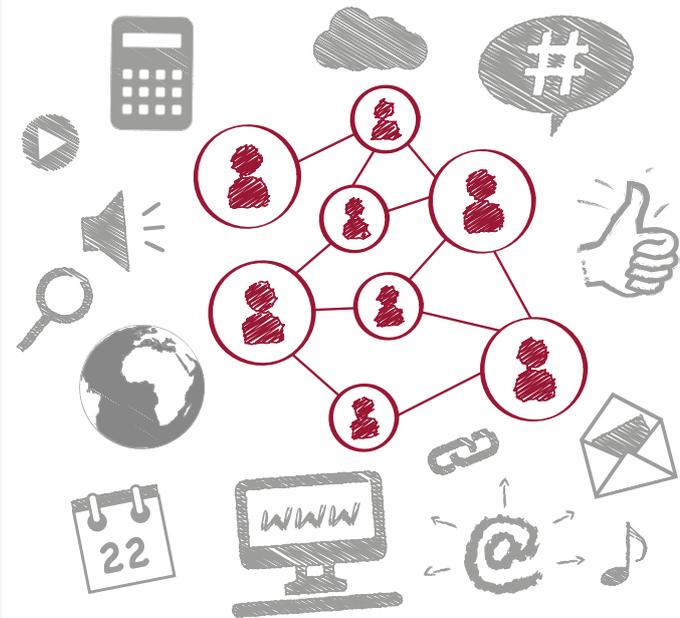


richiesta di contatto. LinkedIn propone costantemente una serie di contatti in funzione del vostro network e, più precisamente, propone i profili che rientrano nel network dei vostri contatti. Molto utile, inoltre, è chiedere il contatto alle persone conosciute in occasione di convegni, riunioni o con cui ci siamo scambiati i biglietti da visita. Una volta entrati in contatto, infatti, la nostra rete vedrà tutte le attività che partono dal nostro profilo, dagli aggiornamenti dello stesso, agli articoli, ai post, agli allegati multimediali. È questo un modo semplice ed efficace per mantenere nel tempo un contatto con persone conosciute nel mondo "reale", oppure nel mondo "digitale", che prima o poi potrebbero tornarci utili per il nostro business. Mentre il biglietto da visita dopo poco sparisce in fondo a qualche cassetto, la rete di

contatti su LinkedIn resta invece sempre attivo e fonte di potenziali clienti.

### **GRUPPI**

Una volta che avrete il vostro profilo potrete anche entrare a far parte dei gruppi e, laddove utile, potrete anche pensare di creare un vostro gruppo LinkedIn. I gruppi sono ottime occasioni di confronto con altri colleghi e con potenziali clienti. Sono inoltre fonti di informazione e ottime vetrine per avere visibilità. Esistono gruppi aperti e gruppi chiusi. In quest'ultimo caso dovrete chiedere l'autorizzazione per essere ammessi nel gruppo, dopodiché potrete pubblicare post nel gruppo e interagire con i partecipanti. Considerate che esistono gruppi con migliaia e in alcuni casi decine di migliaia di iscritti, che offrono quindi fantastiche opportunità di networking.



### **COSA PUBBLICARE**

Abbiamo detto che LinkedIn è un ottimo strumento di business, pertanto ricordiamoci che i contenuti devono avere sempre un taglio attinente al mondo professionale e business. LinkedIn non è Facebook, un diario personale dove pubblicare contenuti di vario genere, ricordiamolo sempre.

Vediamo dunque alcune regole per pubblicare contenuti su LinkedIn utili a migliorare la vostra visibilità, a creare network e a creare le condizioni per fare business development:

- pubblicate post corredati di elementi multimediali o grafici (fotografie, infografiche, video);

- pubblicate con periodicità (un articolo alla settimana può essere sufficiente);
- pubblicate contenuti coerenti con la vostra attività e specializzazione;
- se girate contenuti di terzi, che siano coerenti con la vostra attività e con gli interessi dei vostri contatti;
- i post non devono essere più lunghi di una/due pagine word, piuttosto pubblicateli a puntate;
- inframezzate post impegnativi come contenuto, con post più leggeri, fotografie, infografiche, sempre attinenti al vostro lavoro;
- coinvolgete il vostro network con domande e commenti;
- pubblicate non solo sulla dashboard, ma anche nei gruppi, distinguendoli per interessi e target;
- pubblicate contenuti utili al vostro target e non solo autoreferenziali.

### **LINKEDIN E SITO INTERNET**

Se avete un sito internet di studio ricordatevi di collegarlo al profilo LinkedIn attraverso le apposite icone social posizionate nell'header o nel footer del sito.

Queste permetteranno a chi visita il vostro sito di trovarvi facilmente sui social e di seguirvi con un click.

Per facilitare lo sharing dei vostri contenuti pubblicati sul sito nella sezione blog o articoli potete far inserire dal vostro webmaster le icone social sharing, attraverso cui il lettore potrà facilmente condividere sui vari social i vostri contenuti, realizzando così il passaparola digitale che caratterizza i social network.

Potrete infine collegare i social tra di loro, in modo che basterà pubblicare su un solo social per ottenere in automatico la pubblicazione su tutti gli altri social collegati al vostro profilo.