

JOB FARM

ACTL  
Associazione  
per la Cultura e  
il Tempo Libero

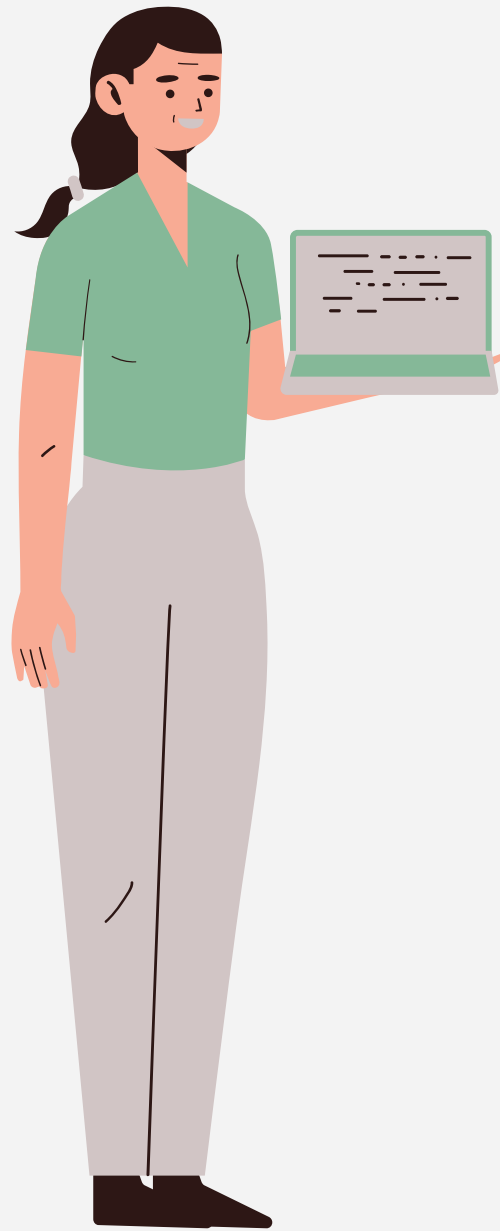
AFFIDAMENTO LAVORO FORMAZIONE  
sportelostage.it

PERSONE DI TALENTO  
Recruit  
in AZIENDE in SUCCESSO

Come ottimizzare il proprio profilo su  
**LinkedIn**



# Il personal branding



*Promuovere e "vendere" se stessi come candidati*

Identificare e comunicare efficacemente

- **chi siamo**
- **cosa sappiamo fare**
- **perchè sceglierci**

# Come fare personal branding?



Riflettere su di **sè** e sulle proprie **caratteristiche**.



Imparare a spiegare **cosa** si sa fare, **come** lo si sa fare e quali siano i propri **punti di forza**.



Riassumere questi aspetti in poche parole (**10 parole**).



# Cos'è LinkedIn?



- LinkedIn è la **prima rete sociale web interamente volta al mondo del lavoro.**
- E' uno dei canali principali di digital recruiting utilizzati da aziende e società di ricerca e selezione: oggi assumono importanza aspetti come il network professionale della singola persona, il profilo digitale e la reputazione online.

# Come funziona LinkedIn?



Con LinkedIn, i recruiter possono:

- **descrivere le caratteristiche e le attività** della propria organizzazione nella pagina aziendale
- **pubblicare annunci di lavoro**
- **cercare i candidati attraverso parole chiave e inviare messaggi privati** (es. competenze, job positions, aziende o titoli di studio), contattando sia persone in cerca di lavoro, sia "candidati passivi"
- **accedere a informazioni che vanno oltre al CV** del candidato (modalità di interazione, interessi...)

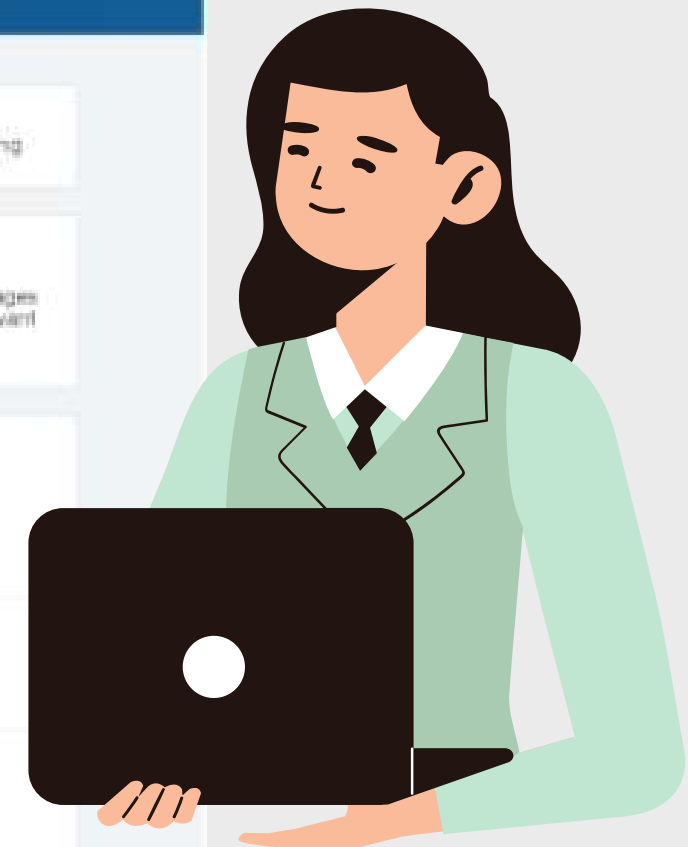
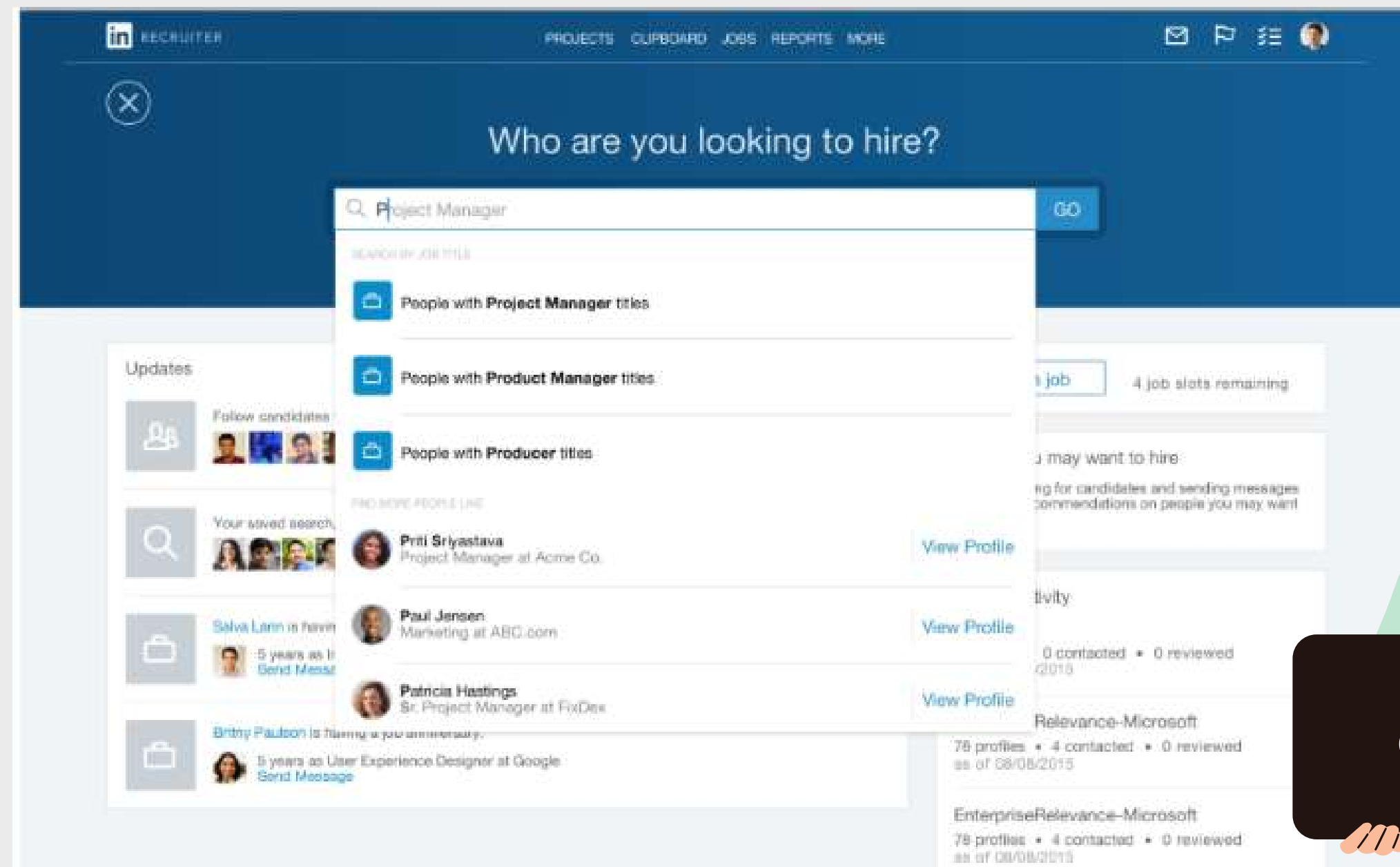
# Perchè usare LinkedIn?

- Farsi conoscere e crearsi una propria reputazione nella comunità di business/interesse (differenze con il CV, strumento statico)
- Ricevere o avanzare proposte di collaborazione (o di un nuovo lavoro) da parte di aziende e selezionatori.
- Coltivare i propri interessi professionali attraverso gruppi e pagine
- Allargare la propria rete con uno sguardo alle eventualità future
- Promuovere il proprio aggiornamento/formazione professionale tramite confronti e tramite corsi e-learning



# Il punto di vista del recruiter

Per capire come usare al meglio questo strumento lato candidato, dobbiamo capire come funziona lato selezionatore...

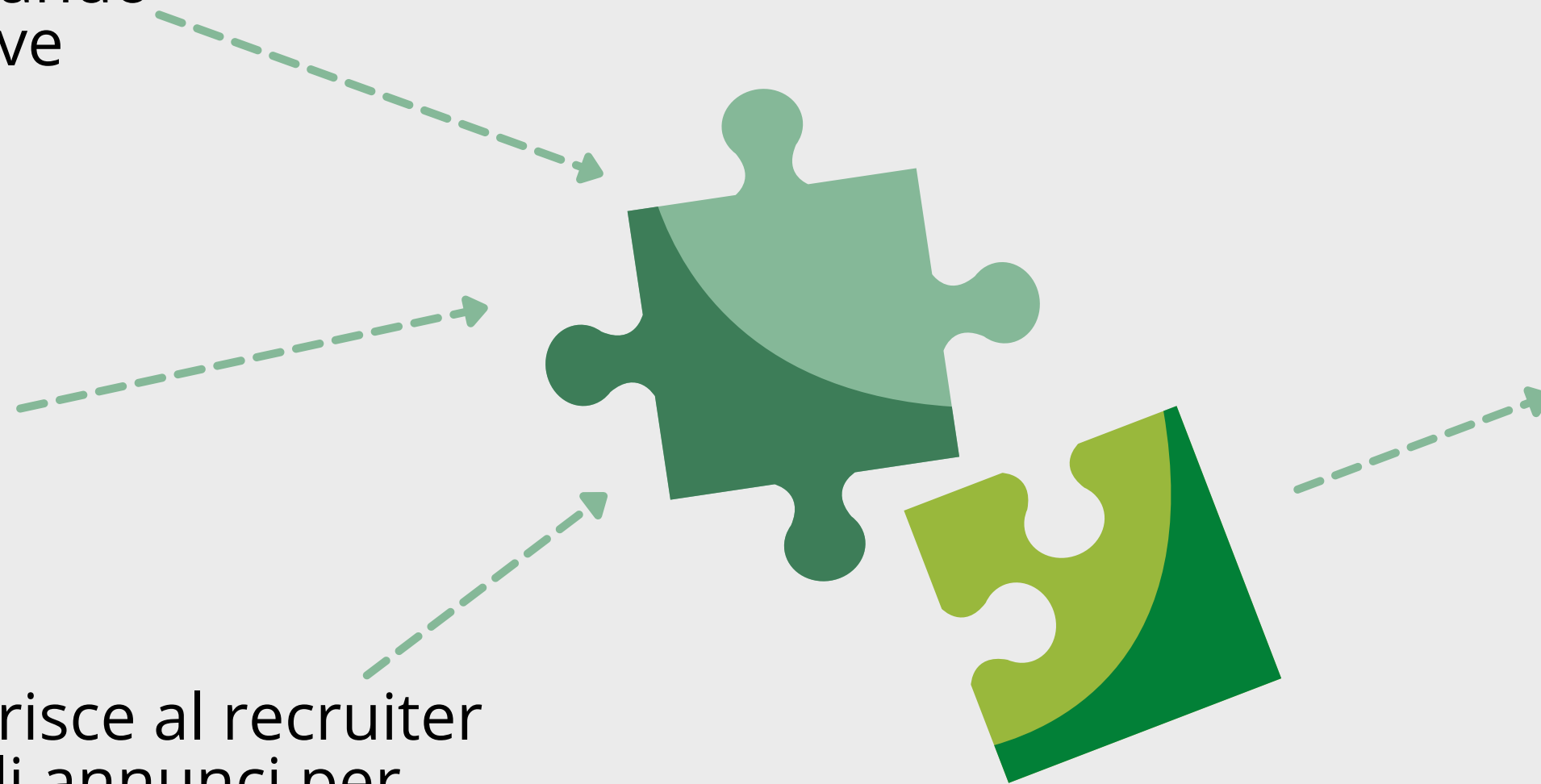


# LinkedIn funziona per keywords

Il recruiter ricerca i candidati digitando parole chiave

LinkedIn suggerisce al candidato annunci di lavoro per parole chiave

LinkedIn suggerisce al recruiter candidati agli annunci per parole chiave



Il candidato deve "farsi trovare" con quelle stesse parole chiave

# Gli obiettivi per il candidato sono:



Rendere il **proprio profilo chiaro, completo e professionale** (chi sono, come lavoro, cosa mi contraddistingue)



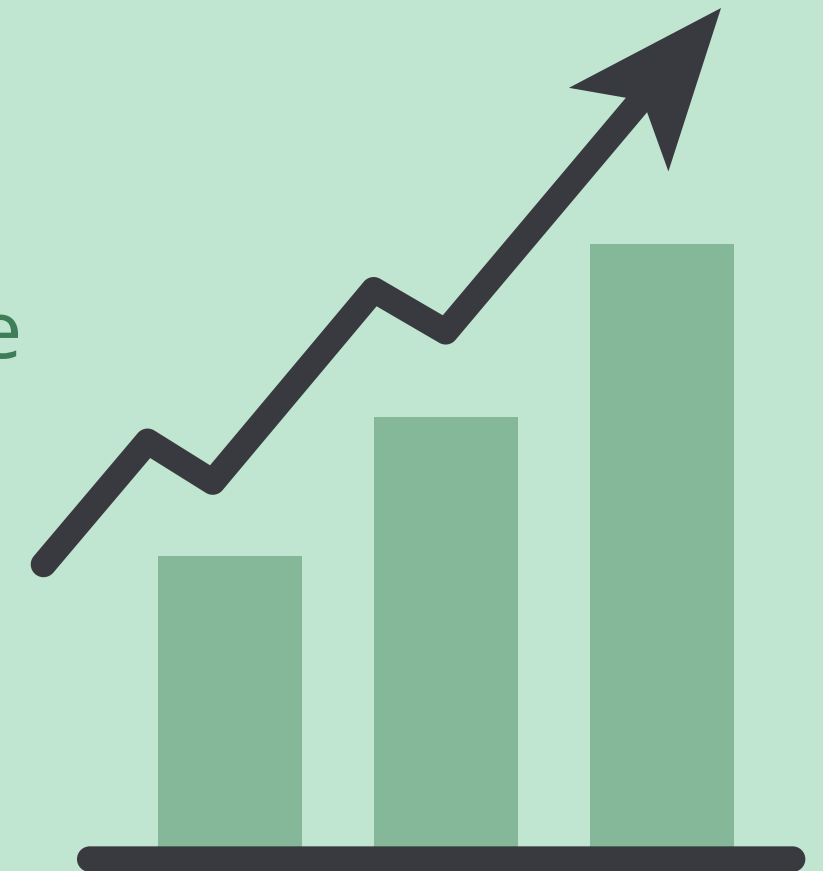
**Farsi trovare dai recruiter** nelle ricerche per parole chiave, per ricevere proposte di lavoro



**Scegliere le parole chiave giuste** per comparire tra i candidati suggeriti rispetto agli annunci di proprio interesse



**Allargare la rete professionale** per entrare in contatto con recruiter e figure professionali del settore





# Prova così: ottimizziamo il tuo profilo in 14 step

Iscriviti e accedi a LinkedIn

# 1. Disattiva le notifiche



La prima cosa da fare prima di apportare qualsiasi modifica al profilo è **eliminare le notifiche dei tuoi aggiornamenti**, altrimenti i tuoi contatti continueranno a ricevere alert su qualsiasi salvataggio e visioneranno il tuo profilo ancora incompleto.

*Clicca sull'icona "Tu" nella parte superiore della tua home page di LinkedIn >> Seleziona Impostazioni e privacy dal menu a discesa >> Clicca sulla scheda Visibilità a sinistra*

The screenshot shows the LinkedIn settings interface. On the left is a sidebar menu with the following items: 'Preferenze account', 'Accesso e sicurezza', 'Visibilità', 'Visibilità del tuo profilo e rete', and 'Visibilità della tua attività su LinkedIn'. The 'Visibilità' item is highlighted with a green border. The main content area is titled 'Visibilità della tua attività su LinkedIn' with the subtitle 'Assicurati che la tua rete veda solo le attività che scegli di condividere'. There are two main sections in this area: 1. 'Gestisci il tuo stato di connessione' with the description 'Scegli chi può vedere quando sei su LinkedIn' and a 'Cambia' button on the right. 2. 'Condividi gli aggiornamenti del profilo con la tua rete' with the description 'Scegli se informare la tua rete in caso di aggiornamenti importanti al tuo profilo' and a 'Cambia' button on the right, which has a 'No' option below it.

## 2. Scegliere l'abbonamento



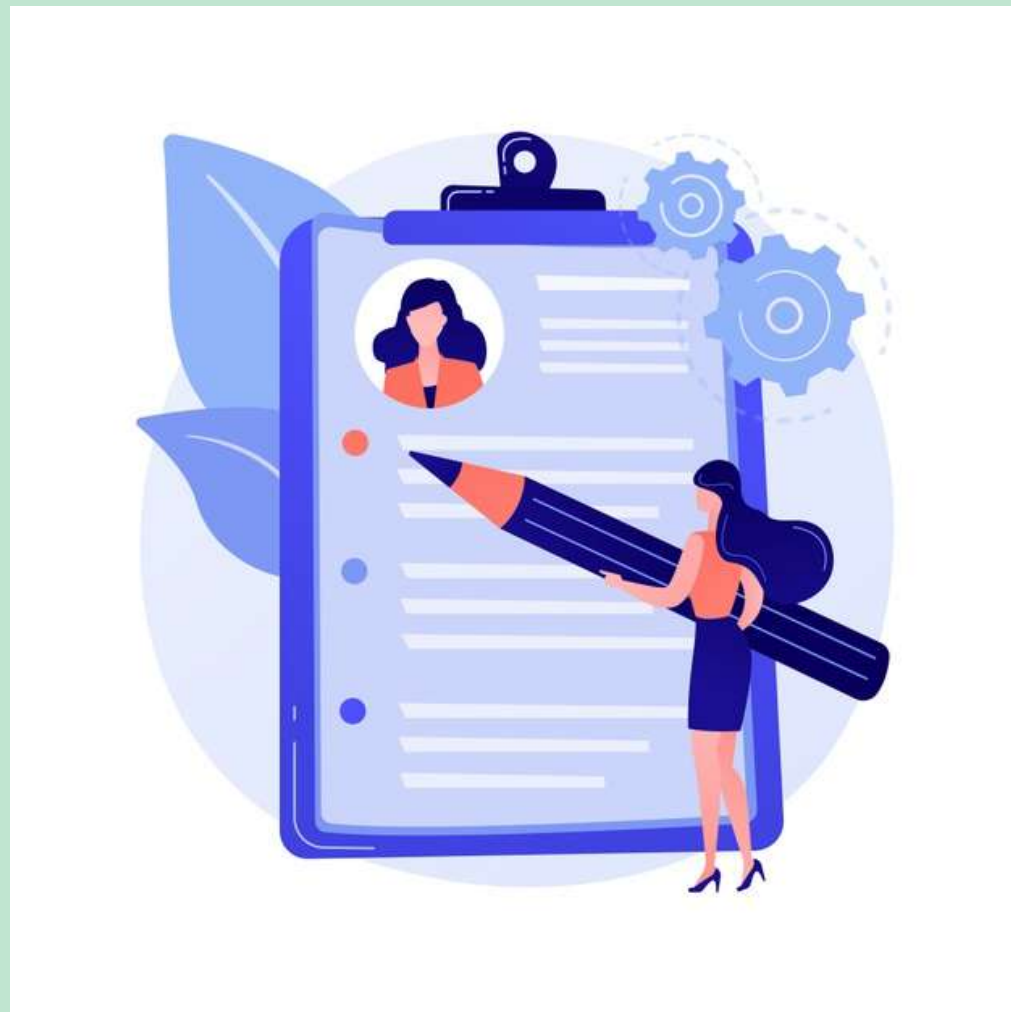
**ACCOUNT BASE**  
gratuito

**VS**



**ACCOUNT PREMIUM**  
a pagamento

# Account di base



- Costruire l'identità professionale sul Web;
- Creare e gestire un'estesa e affidabile rete professionale;
- Trovare e riallacciare i contatti con colleghi e compagni di studi;
- Richiedere e fornire segnalazioni;
- Cercare e visualizzare i profili di altri membri LinkedIn (un massimo di 1000 profili per ricerca);
- Ricevere messaggi InMail illimitati;
- Salvare fino a tre ricerche e ricevere avvisi settimanali su queste ricerche.
- Chi ha visitato il mio profilo? vedrai i 5 visitatori più recenti negli ultimi 90 giorni, oltre a un elenco di suggerimenti per incrementare le visualizzazioni del tuo profilo.

# Account premium

## Funzionalità Premium Career

I candidati con Premium Career vengono assunti in media 2 volte più velocemente.



### Messaggi diretti ai recruiter

Contatta direttamente qualsiasi recruiter e gli autori delle offerte di lavoro con 3 crediti InMail



### Chi ha visitato il tuo profilo?

Scopri chi ha visitato il tuo profilo negli ultimi 90 giorni e come ti ha trovato



### Informazioni sui candidati

Vedi un confronto con gli altri candidati



### Offerte di lavoro ideali

Vedi le offerte di lavoro per cui rientreresti fra i migliori candidati e potresti avere un vantaggio sugli altri



### Navigazione in modalità privata

Naviga in modo anonimo, continuando a vedere chi ha visitato il tuo profilo



### Videocorsi online

Acquisisci le competenze commerciali, tecniche e creative più richieste, insegnate dagli esperti del settore su LinkedIn Learning (disponibile solo in inglese, spagnolo, tedesco, francese e giapponese)

Dopo il mese gratuito il costo è di 30,23€ al mese.

# Account premium: quando sì?

- Sapere **chi ha guardato il tuo profilo** è estremamente utile per creare connessioni preziose.
- Se stai cercando di migliorare il tuo profilo LinkedIn la possibilità di vedere le tue **apparizioni di ricerca** e le **visualizzazioni del profilo** è un ottimo metro per misurare il tuo successo.
- **InMail** ti consente di contattare le persone che ti interessano senza prima chiedere il collegamento.



## Quindi, quando acquistarlo?

Quando si hanno tempo, motivazione e competenze per sfruttare queste funzionalità aggiuntive.

# 3. Scegliere le parole chiave

Identificare le **parole chiave** che ci aiuteranno a comparire nelle ricerche di recruiter, aziende del settore e potenziali contatti interessanti.



**Quali Keywords?** vai alla ricerca di parole che richiamino il tipo di lavoro che svolgi o a cui ambisci, il tuo settore preferenziale, le competenze passate o attuali e le tue specializzazioni



**Dove trovarle?** Consulta innanzitutto gli annunci di lavoro di tuo interesse e prendi nota dei nomi delle posizioni offerte e dei requisiti richiesti più frequentemente



**Dove trovare altri spunti utili?** Consulta profili simili al tuo e osserva quali parole usano per descriversi e dove compaiano sul profilo.

# 3. Decidere dove inserirle

Dopo aver fatto un elenco delle parole chiave più significative per il tuo profilo e le tue ambizioni professionali, devi inserirle strategicamente nel tuo profilo.

## Inseriscile soprattutto in queste 4 sezioni

Cerca di concentrarti soprattutto su 3-4 parole chiave.



- 1 Nella posizione attuale (Qualifica)
- 2 Nelle competenze
- 3 Nelle esperienze passate
- 4 Nella formazione

# 4. Ottimizzare la qualifica

- **120 caratteri** a disposizione per comunicare efficacemente **chi sei** e di **cosa ti occupi**
- Non limitarti a inserire la tua Job description ma usa questo spazio per evidenziare le tue **competenze e specialità**.
- Ricorda che nei risultati appare la foto e la qualifica: **la qualifica è ciò che appare nell'elenco dei risultati del motore di ricerca** e ciò che fa fare un primo screening rapido al tuo potenziale visitatore



- ✗ Qualifica Preimpostata: Job description + Nome azienda
- ✓ Qualifica creativa: Domanda + Job description + specializzazioni
- ✓ Inserire ai primi posti le **parole chiave** per cui vogliamo essere trovati

# 4. Ottimizzare la qualifica

✘ Non usare riempitivi e superlativi

✘ Non essere banale e noioso

Freelance - Web marketing e comunicazione digitale

✘ Non esagerare

User Experience Designer at Novella & Co.

✘ Non sminuirti

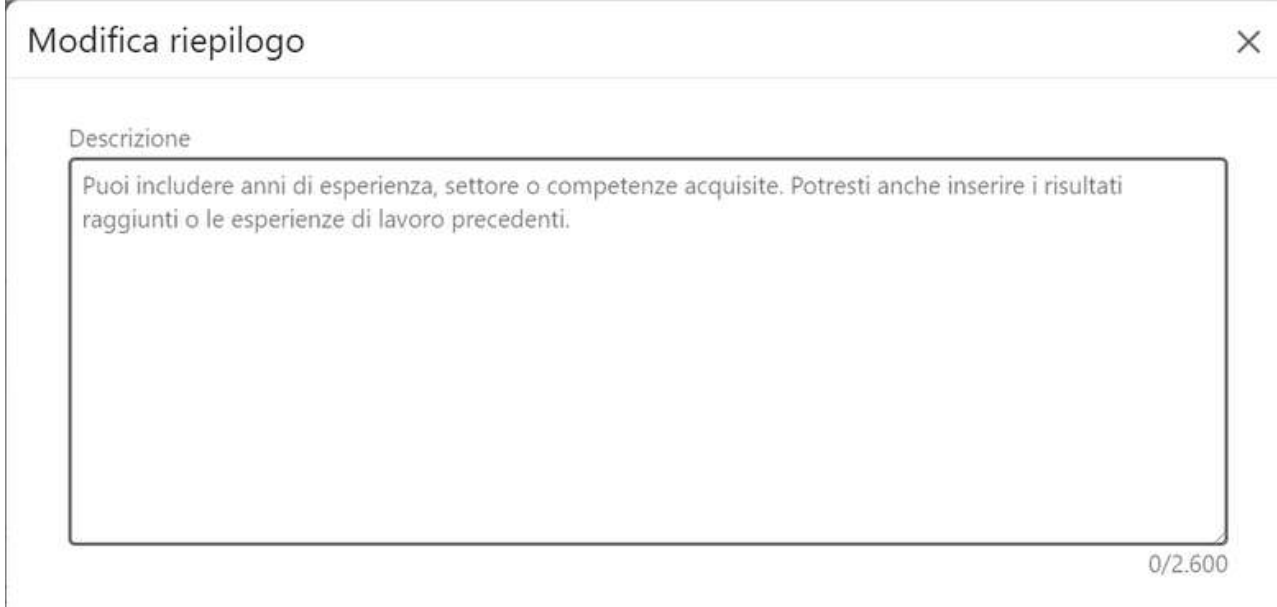
Faccio magie senza bacchetta, che hanno come risultato che la SEO inizia a funzionare e il tuo sito appare nei risultati.”

✘ Non usare linguaggio informale



# 5. Ottimizzare il riepilogo

- 2.600 caratteri a disposizione per dare coerenza al proprio profilo e far emergere la propria personalità.
- È una sezione del profilo molto sottovalutata e spesso non viene compilata.
- Non deve essere un riassunto del profilo, ma un modo per aggiungere specialità, dare concretezza.
- Va scritto in un italiano (o inglese) impeccabile.



- ✓ Chi siamo, cosa facciamo, perchè lo facciamo e dove lo facciamo
- ✓ Cosa ci motiva e ci appassiona: perchè facciamo questa professione?
- ✓ Concetti semplici, chiari, sintetici. In prima persona
- ✓ Focus sul presente (passato solo se funzionale)
- ✓ Cosa possiamo fare oggi per un'azienda/cliente
- ✓ La nostra vision, i nostri valori, la nostra etica
- ✓ Il motivo per cui ha senso sceglierci. Qual è il nostro valore aggiunto?

# Come ottimizzare il riepilogo?

## Scrivi per un target

**A chi ti stai rivolgendo**, chi/cosa non deve mancare? Vorresti catturare l'attenzione? Un Prospect, un nuovo datore di lavoro, un Partner o un Head hunter?

---

## Comunica con efficacia

**Parla il linguaggio di chi vuoi interessare.** Tieni conto della formattazione per rendere leggibile il testo. **Scrivi in prima persona.**

---

## Dai credibilità

**Aggiungi link e documenti** per rendere il Riepilogo più ricco e personale. Aggiungi una testimonianza di un cliente o un fatto esterno che avvalora e dimostra le tue competenze.

---

## Pensa a ciò che ti rende unico

**Evita di cadere nei soliti luoghi comuni** e non usare parole come creativo, motivato, efficace, organizzato.

---

## Autenticità

Racconta una storia che metta in luce le tue qualità, il tuo carattere e la tua personalità. Sii onesto ed autentico. Includi un **fatto interessante, possibilmente personale, che sia significativo per la tua storia** (es. Erasmus o stage all'esterno)

---



Come questo fatto si traduce o si correla alla nostra esperienza professionale? Che impatto ha avuto? Come ha influenzato la nostra crescita o carriera? Cosa abbiamo imparato da quella esperienza?

# 4. Ottimizzare il riepilogo

✗ Noioso, generico:  
deve venire voglia di leggerlo

✗ Falso (ricordati che è pubblico!)

✓ Inserire separatori grafici,  
elenchi puntati

✗ No a testi lunghi senza frasi e spazi,  
descrizioni che non agevolano la lettura

✓ Inserire caratteri in grassetto,  
sottolineature con siti appositi

✗ Tono disperato, sarcastico, polemico

✓ Emoticon, purchè con criterio  
(evitare eccessi o loghi informali)

✗ Non usare linguaggio informale

✓ Descrizioni di casi e situazioni  
rilevanti che non emergono dal CV.

✗ Fuori tema, eccentrico

✓ Valorizzazione delle proprie soft  
skills con esempi pratici



## 5. Aggiornare i contatti

Cosa rendere pubblico tra le informazioni disponibili in questo box dipende molto dalla tua professione e dai tuoi obiettivi.

Se sei un promotore, un venditore, un freelance o un libero professionista, avrai piacere di essere facilmente contattato da un potenziale cliente o Partner, così oltre all'indirizzo email renderai visibile il tuo recapito telefonico.

Non dimenticare di inserire contatti aggiornati e che realmente visiti.



- ✓ Contatti aggiornati e a cui si è reperibili
- ✗ Contatti poco professionali; attenzione alla privacy

## 6. Scegliere una foto

LinkedIn considera incompleto e penalizza nel posizionamento un Profilo senza foto; inoltre avrai molte meno possibilità di essere contattato da prospect, clienti o head hunter.

- Alta qualità
- Almeno 500x500 px
- Recente
- Professionale
- Sfondo neutro
- Scegli un'immagine espressiva e coerente con l'immagine che vuoi dare di te



 Sfuocata

 Ritagliata da un contesto informale/di gruppo

 Piccola

 Logo aziendale, oggetti, luoghi

# 7. Curare lo sfondo


Anche l'immagine di sfondo sul Profilo LinkedIn costituisce un elemento fondamentale per incrementare la propria visibilità ed il proprio posizionamento.


Essa comunica:

- Chi siamo,
- Il nostro posizionamento,
- Le nostre competenze.



# 8. Personalizzare l'URL

Modifica il profilo pubblico e l'URL 

 **Modifica il tuo URL personalizzato**  
Personalizza l'URL del tuo profilo.

www.linkedin.com/in/ \_\_\_\_\_

Nota: il tuo URL personalizzato deve contenere da 3 a 100 lettere o numeri. Non utilizzare spazi, simboli o caratteri speciali.

[Annulla](#) [Salva](#)

LinkedIn ti permette di personalizzare, entro certi limiti, l'URL pubblico del tuo Profilo.

Considera questo Url allo stessa stregua del dominio del tuo sito personale o dell'Url del tuo profilo che hai creato su altri Social network come Facebook e Twitter.

Così facendo renderai l'Url del tuo Profilo pubblico molto più facile da ricercare e da ricordare;

potrai inserire questo URL nella firma della tua email o stamparlo sul tuo biglietto da visita



Parole chiave, nome e cognome



Riferimenti all'azienda attuale

# 9. Considerare il ranking

## Numero di collegamenti



La soglia minima di collegamenti per il tuo network personale non può essere inferiore a 50 collegamenti.

In realtà LinkedIn tende a privilegiare nel ranking i profili con più di 500 connessioni.

## Completezza del profilo

- Settore e località
- Posizione lavorativa aggiornata e attuale (con descrizione)
- Due posizioni lavorative precedenti
- Il tuo percorso formativo
- Competenze (minimo 3)
- Una foto del profilo

# 10. Ottieni referenze

- Includere nel nostro profilo una segnalazione è un ottimo modo per **arricchire e validare le nostre competenze ed esperienze** grazie alla voce e alle conferme di altre persone di cui è possibile leggere il profilo e vedere il volto.
- Cerchiamo di avere almeno una segnalazione per ogni esperienza professionale o progetto a cui abbiamo partecipato.



Segnalazioni Chiedi una segnalazione 

Ricevute (139) Scritte (35)

---

 **Domenico Zangari**  
Marketing: create and manage advertising campaigns. Training and support salesforce  
Communication, Social, Tourism

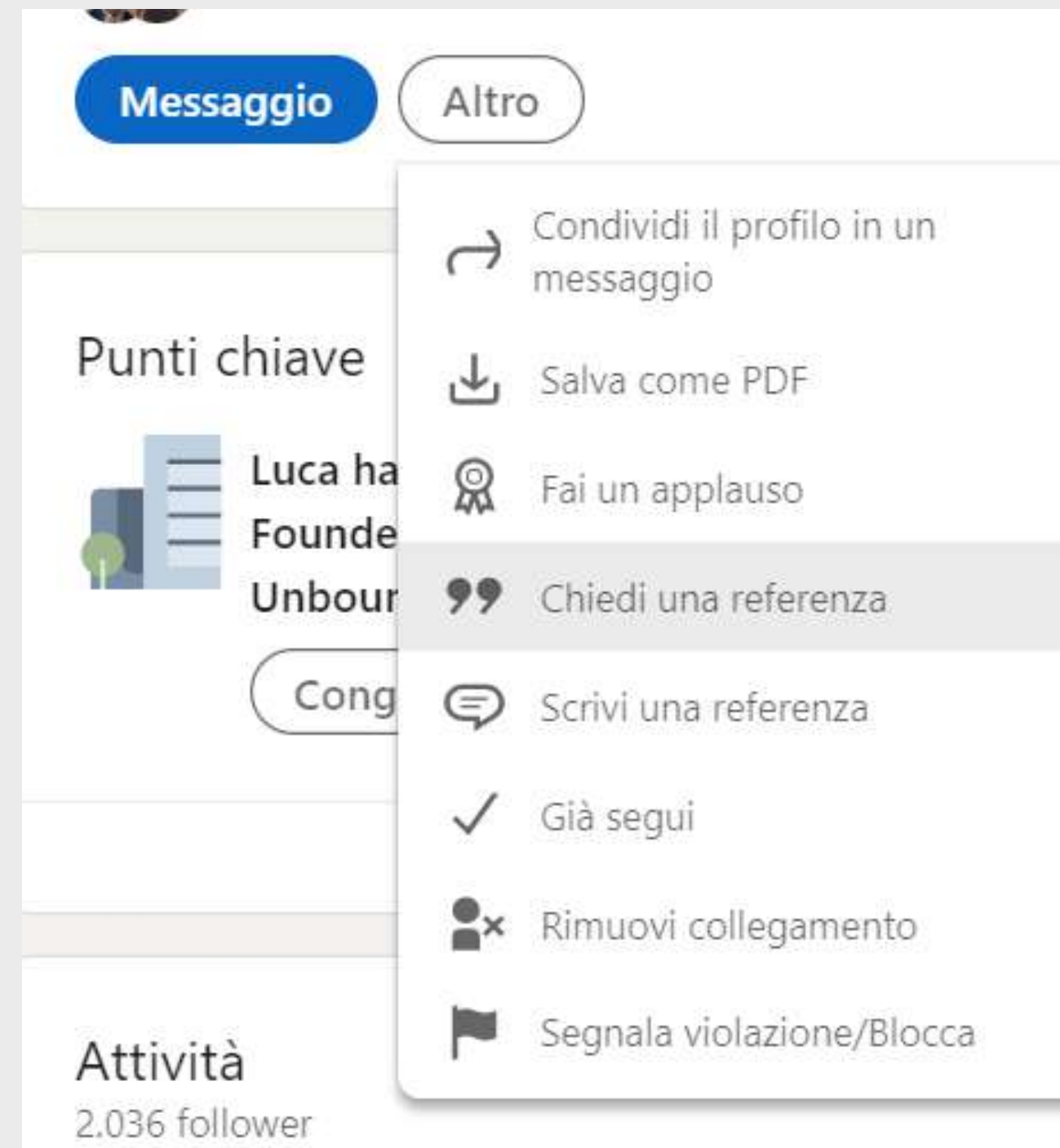
19 febbraio 2019. Domenico era un cliente di Gianluigi

Gianluigi è un formatore spaziale!!! La mia azienda è partita da zero in un progetto social e customer care on line e mi ha dato l'occasione di essere seguito da Gianluigi per conoscere i vari aspetti del marketing applicato ai social. Grazie a lui ho imparato e sto imparando molto arricchendomi di molti strumenti ... [See more](#)


# Come farle e come richiederle?


1. Andiamo sul profilo della persona (deve essere un collegamento diretto, di 1° livello)
2. Clic sul bottone "Altro" presente a destra, sotto la qualifica
3. Voce "chiedi una referenza" dal menù a tendina
4. Voce "scrivi una referenza" dal menù a tendina


L'ideale è fare referenze prima di richiederle




# A chi chiederle?


 Familiari (soprattutto se con lo stesso cognome)


 Sconosciuti, anche se disponibili


 Amici che scrivono informazioni generiche


 Contatti di lavori totalmente incoerenti con il nostro profilo

 Ex datori di lavoro o manager

 Collega con cui collabori solitamente

 Docente dell'ultimo master/corso/scuola

 Contatto nel tuo settore, con cui condividi interessi o ti confronti

 Referenti di aziende clienti con cui hai collaborato in passato



# 11. Ampliare la rete professionale

Su LinkedIn, le persone che fanno parte della tua rete sono chiamate **collegamenti**.  
La **rete** è costituita dai tuoi collegamenti di 1°, 2° e 3° grado, e dai membri iscritti ai tuoi gruppi di LinkedIn.



→ Il **grado di collegamento** con altri membri influisce su come puoi interagire con loro su LinkedIn.

→ Se il loro **nome e cognome sono visualizzati**, puoi inviare loro un invito cliccando su Collegati.

→ Se viene mostrata **solo la prima lettera del loro cognome**, non puoi cliccare su Collegati ma puoi comunque contattarli attraverso un messaggio InMail.

# Inviare richieste di collegamento

- 1. Visita il profilo che ti interessa
- 2. Clicca su "collegati" e invia una richiesta di contatto.
- 3. Apprezza, commenta e condividi i suoi update.

- Quando mandi una richiesta di contatto hai 300 caratteri per:
  - Citare interessi e passioni in comune,
  - Aggiungere contenuti e link a risorse utili per il tuo contatto
  - Fare riferimento a reciproci contatti ed esperienze condivise,
  - Spiegare possibili sinergie e collaborazioni,
  - Anticipare il motivo (non commerciale) della tua richiesta.

Una volta che il tuo contatto ha accettato il tuo invito, **NON inviare subito un messaggio commerciale o di richiesta.**

Crea prima un rapporto di fiducia!



Stefano,

Ho apprezzato - per dettaglio e praticità - i tuoi interventi sul "sistema 231", nei recenti incontri in Assolombarda e Bocconi.

Per la contiguità di molti temi che trattiamo, vorrei aggiungerti alla mia rete professionale, e segnalarti il gruppo AIA su LinkedIn.

Cordiali saluti

Invia nuovamente

• 15:48

Ciao Giulia, ci siamo conosciuti all'evento \_\_\_\_\_ Mi piacerebbe averti nella mia rete di collegamenti per scambiare opinioni sul mondo della comunicazione. Che cosa ne pensi?



• 12:37

Buongiorno. Se non l'hai ancora fatto ti segnalo che il formato digitale è in promozione con lo sconto del 50%. In più ti aggiungo l'opzione "amici soddisfatti o rimborsati": se non ti è piaciuto e non ti ha fatto per niente ridere ti restituisco le 2,90. Mi aspetto comunque una tua gradita (bella o brutta non importa) recensione su Am

Ciao, grazie

Avrei bisogno di un consiglio professionale.

Grazie, Alessandro

OK



# 12. Pubblicare contenuti

Pubblicare aggiornamenti (status o articoli) che siano letti dal pubblico di riferimento è un ottimo modo per generare interazione (commenti, apprezzamenti e condivisioni) e farsi notare.

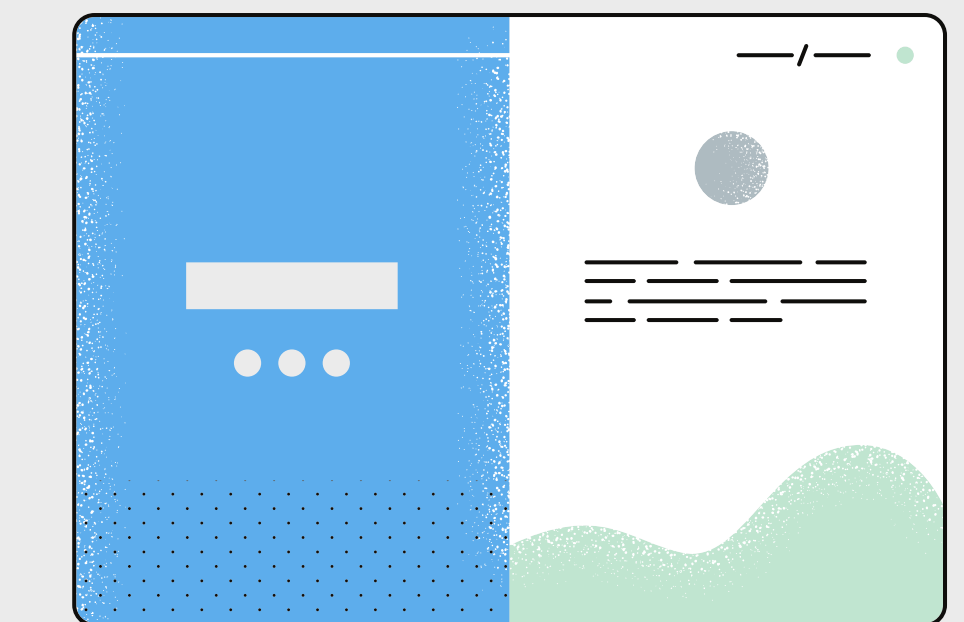


- ✓ Studiare il target (chi desidero che interagisca con me?)
- ✓ Usare citazioni (@) per coinvolgere utenti e hashtag (#) per farci trovare
- ✓ Inserire immagini, video, slideshare: attirano l'attenzione e aumentano la visibilità
- ✓ Condividere post di altri utenti del settore per consolidare i collegamenti e le relazioni instaurate
- ✗ Non esagerare con la lunghezza dei contenuti (soprattutto gli status update)
- ✗ non esagerare con la frequenza di pubblicazione

# 12. Pubblicare contenuti sul profilo

## Quali tipologie di contenuti pubblicare?

- ✓ Contenuti informativi creati da noi sul nostro ambito professionale (potenzialmente interessanti per il target)
- ✓ Domande e sondaggi che stimolino dibattito o confronti su temi attuali
- ✓ Testimonianze, eventi e risultati professionali che manifestino passione e competenza (senza esagerare)



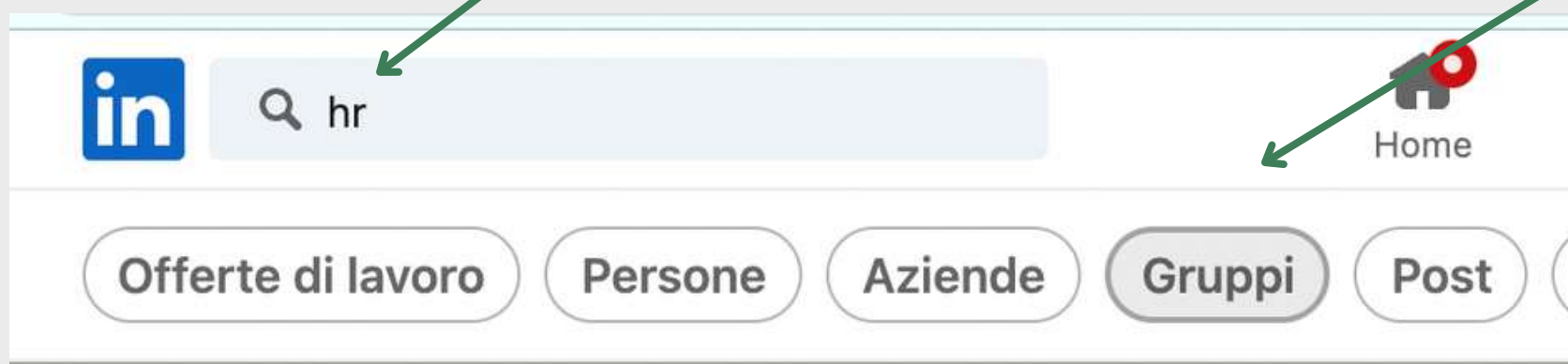
- ✗ Eccesso di contenuti pubblicitari
- ✗ Contenuti troppo personali
- ✗ Linguaggio cinico, polemico, sarcastico

# 13. Partecipare a gruppi

Iscrivendosi a gruppi di settore è un ottimo modo per fare rete sviluppando nuovi collegamenti, farsi conoscere, trovare spunti per nuovi post e rimanere aggiornati.

Inserire l'ambito di interesse

Selezionare i gruppi



La partecipazione a un gruppo consente di contattare gli altri membri come se fossero contatti diretti.



Per ottenere dei riscontri utili, però, è necessario partecipare alle discussioni!



# 14. Misurare i risultati

Ho ottimizzato bene il mio profilo? Quali azioni sono state più efficaci e quali meno? Per rispondere a queste domande è importante monitorare i risultati. Come farlo?

## Account base


- Telefonate
- Convocazioni a colloqui
- Report di base

## Account premium

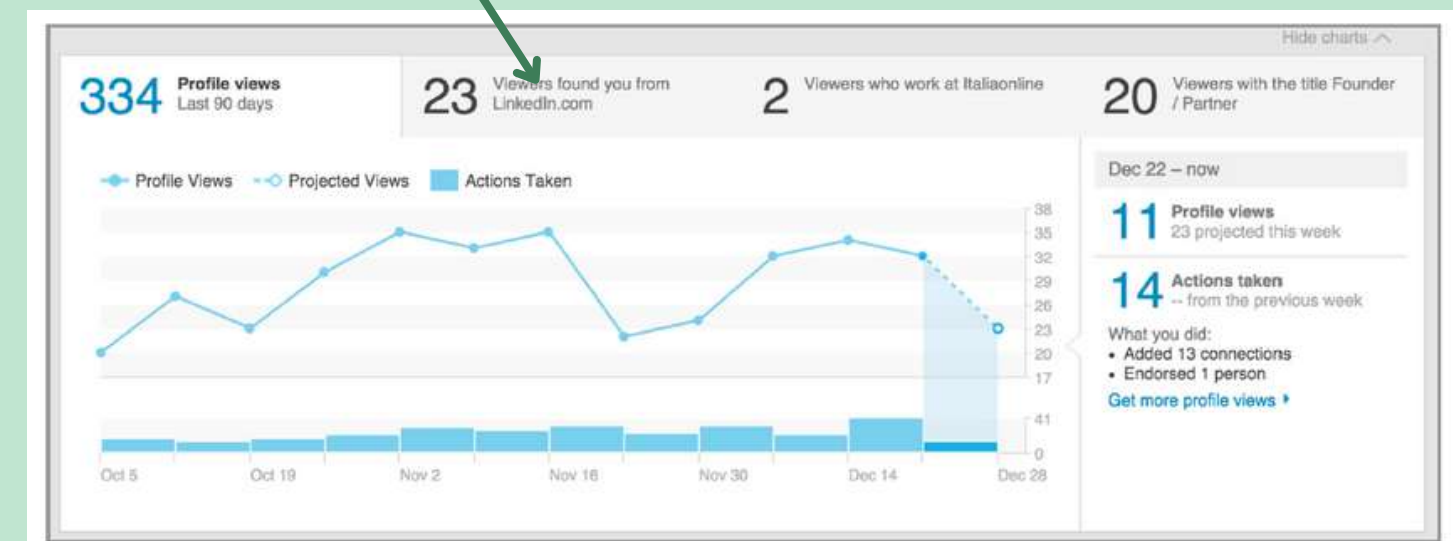
- Telefonate dai recruiter
- Convocazioni a colloqui
- **Report avanzati**

Chi ha visitato il tuo profilo? ⓘ

89 visualizzazioni del profilo negli ultimi 90 giorni **-23%** dalla settimana scorsa



**Sblocca il resto delle visualizzazioni del tuo profilo con Premium**





# JOB FARM

**ACTL**  
Associazione  
per la Cultura e  
il Tempo Libero

APPRENDISTATO LAVORO FORMAZIONE  
**sportelostage.it**

PERSONE DI TALENTO  
**Recruit**  
IN AZIENDE DI SUCCESSO

Job Farm è il frutto dell'unione delle competenze di ACTL e Recruit sulla base delle rispettive pluridecennali esperienze nella progettazione e gestione di servizi dedicati alla formazione, orientamento e inserimento lavorativo.

JobFarm fornisce ad imprese, istituzioni, scuole e Università partner servizi integrati specialistici per la crescita delle risorse umane. I servizi comprendono: orientamento, ricerca e selezione, formazione e sviluppo, promozione di stage ed apprendistato, progetti di Employer Branding e molto altro.