



Unione europea
Fondo sociale europeo



PIANO DEL SISTEMA CONFINDUSTRIA EMILIA-ROMAGNA “VERSO INDUSTRIA 4.0”

DIGITAL MARKETING, BIG DATA E ANALYTICS PER LO SVILUPPO INTERNAZIONALE DELLE IMPRESE

Ravenna, 17 aprile 2018, ore 14:30



GLOBBERSEMINARI - Operazione Rif. PA. N.2016-5455/RER,
approvata dalla Regione Emilia-Romagna con DGRn. 1450/2016 del 12/09/2016
e finanziata con fondi PORFSE2014/2020 - Obiettivo tematico8



CONFINDUSTRIA
Emilia-Romagna

in collaborazione con



CONFINDUSTRIA ROMAGNA

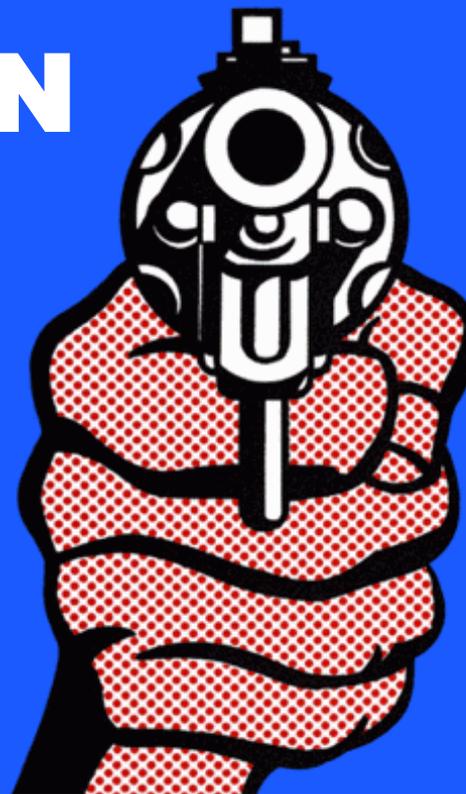


Unione europea
Fondo sociale europeo

 Regione Emilia-Romagna



LinkedIn NON PERDONA!



**Come comunicare online la
propria migliore immagine**



CONFINDUSTRIA
Emilia-Romagna

in collaborazione con



CONFINDUSTRIA ROMAGNA



Unione europea
Fondo sociale europeo



Identità Digitale per comunicare con la rete in modo efficace

Ottimizzare Profili e Pagine aziendali con Scrittura Potente

Buone pratiche di networking per coltivare relazioni con la Rete



CONFINDUSTRIA
Emilia-Romagna

in collaborazione con



CONFINDUSTRIA ROMAGNA



Unione europea
Fondo sociale europeo



500 milioni di UTENTI

di cui **12 milioni** sono in **ITALIA**

**LinkedIn
nel 2017
9.000.000 di
aziende**



CONFINDUSTRIA
Emilia-Romagna

in collaborazione con

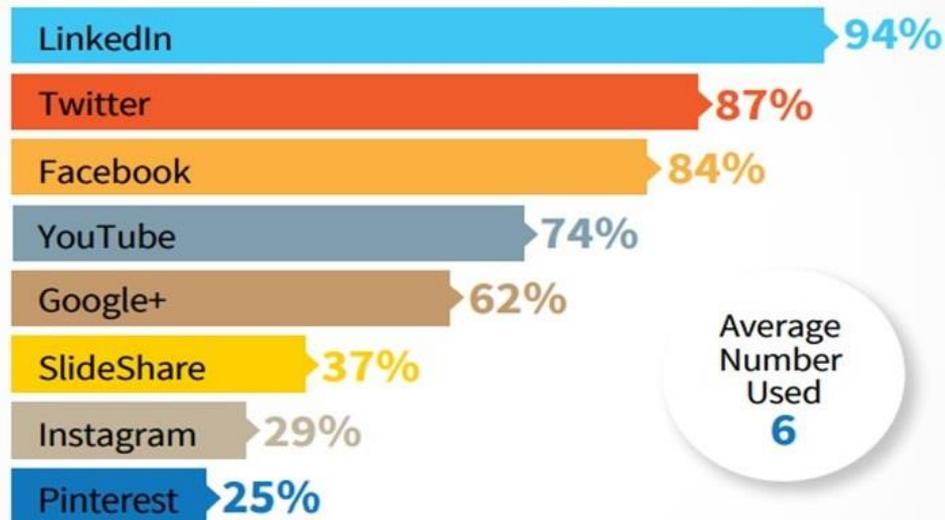


CONFINDUSTRIA ROMAGNA



Unione europea
Fondo sociale europeo

B2B Content Marketing Social Media Platform Usage



Fonte foto : 2016 B2B Content Marketing Trends—North America: Content Marketing Institute

Nel 2017 la ricerca del *Content Marketing Institute* condotta su un consistente campione di aziende B2B del North America, ha evidenziato che **LinkedIn è la piattaforma più usata e giudicata come la più efficace dalle imprese B2B.**

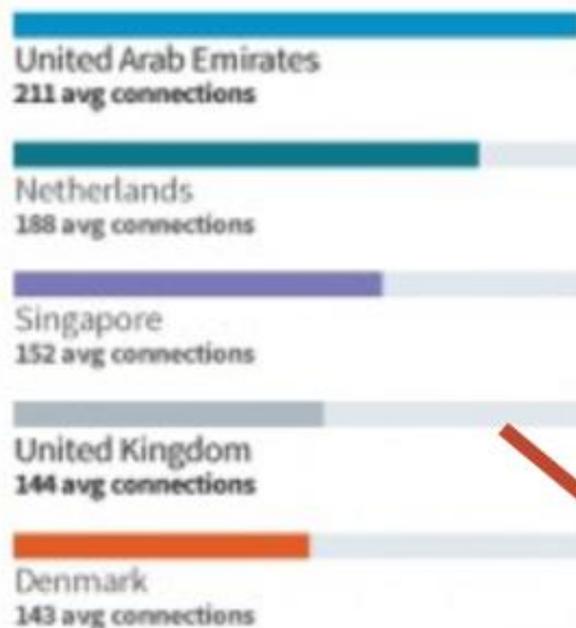




Unione europea
Fondo sociale europeo



Top 5 most connected countries



Top 5 most connected places



Top 5 most connected job functions



** Per connessioni AVG si intende la media dei contatti e delle relazioni che ogni utente ha con gli altri utenti.*



CONFINDUSTRIA
Emilia-Romagna

in collaborazione con



CONFINDUSTRIA ROMAGNA



Unione europea
Fondo sociale europeo

 Regione Emilia-Romagna



A Milano 945mila iscritti / +14% rispetto al 2016
108mila aziende / +12,5%
9mila offerte di lavoro / + 50%



CONFINDUSTRIA
Emilia-Romagna

in collaborazione con



CONFINDUSTRIA ROMAGNA

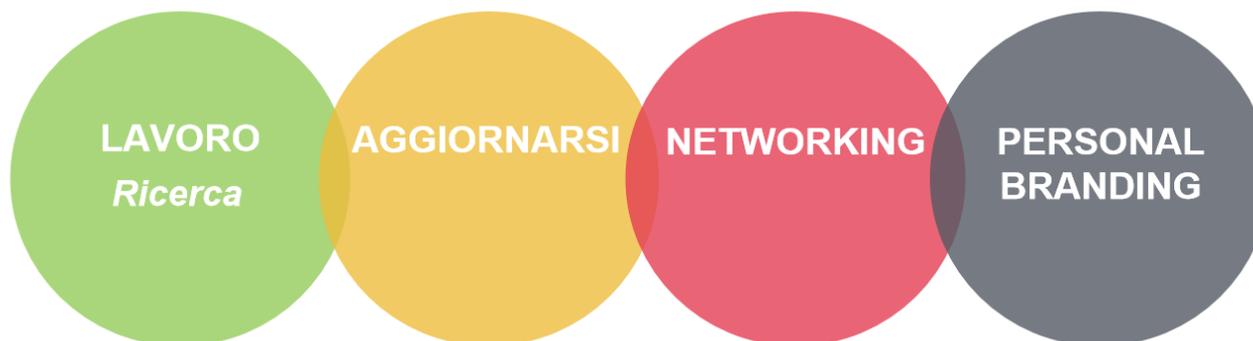


Unione europea
Fondo sociale europeo

PERCHE' LE AZIENDE VANNO SU LINKEDIN?



PERCHE' GLI UTENTI VANNO SU LINKEDIN?





Unione europea
Fondo sociale europeo

 Regione Emilia-Romagna



14
volte in più di probabilità

che il tuo profilo venga
visitato se contiene una
descrizione professionale
ben curata



CONFINDUSTRIA
Emilia-Romagna

in collaborazione con



CONFINDUSTRIA ROMAGNA

Contenuti su LinkedIn



- ▶ **Titolo (Headline) 120 battute**
- ▶ **Riepilogo (Summary) 2.000 battute**
- ▶ **Esperienza e Formazione**
- ▶ **Competenze, conferme, referenze e recensioni**
- ▶ **Post (600 battute)**
- ▶ **Articoli per PULSE (13.000 battute 5 paragrafi)**
- ▶ **PAROLE CHIAVE - individuazione delle keyword che identificano il tuo settore**
- ▶ **CONTENUTI - collegati a VALORE, PASSIONE, TALENTO**

Foto

La **foto del profilo** permette **alle persone di riconoscerti**.

Deve essere professionale e trasmettere subito sensazioni positive.

Puoi anche scattarla con un semplice smartphone, rispettando alcuni accorgimenti:

- Evita sfondi complessi o non professionali
- Metti in evidenza il viso
- Scegli una foto attuale
- Sorridi, se puoi :)



Copertina



La foto di copertina serve a **identificare la categoria o il settore di appartenenza**. Deve essere evocativa e chiara perché **racconta la tua storia professionale in modo visivo**. Chiediti sempre quale immagine ti rappresenta meglio.

Alcune suggestioni:

Per ragionieri / amministrativi: un'immagine con una serie di numeri o fogli di calcolo

Per architetti / ingegneri: progetti

Per venditori: una foto del prodotto

Per gli scrittori: una foto di libri, riviste o un giornale

Per i grafici: un'immagine creata da loro

Titolo

L'**headline** è la frase che accompagna la foto sul social e ha lo scopo di far comprendere **chi sei e cosa fai**.

Sii sintetico e chiaro. Cerca di **far capire il tuo ruolo** anche ai non addetti ai lavori.

RICORDA CHI E' IL TUO TARGET.



The screenshot shows a LinkedIn profile for Regina Moretto. At the top, there is a search bar with the text 'Cerca' and navigation icons for Home, Rete, Lavoro, Messaggistica, and Notifiche. The profile header features a large female symbol icon and the headline 'azioni per la realtà mutante'. Below the headline is a circular profile picture of Regina Moretto, an elderly woman with glasses and a colorful scarf. A red arrow points from the headline area down to the bio section. The bio section includes the name 'Regina Moretto • 1°', a list of skills: 'Trovo le PAROLE GIUSTE per farti vendere di più' (checked), 'Scrittura Potente' (checked), and 'Comunicazione efficace'. Below the bio, it lists 'Ariarosa.it • Università Ca' Foscari di Venezia' and 'Venezia, Italia • Oltre 500' connections.

Riepilogo

È lo spazio dove raccontare la tua storia e il tuo percorso professionale, i tuoi valori e come si sposano con i valori dell'azienda.

L'employer brand passa anche attraverso la tua presenza su LinkedIn.

Aiutati con queste domande per scrivere una presentazione efficace nel riepilogo:

- Chi sei?
- Qual è il tuo percorso professionale?
- Che valori professionali ti distinguono?
- Perché sei orgoglioso di stare con noi?

Come HR Director di ABC spa pianifico la crescita dell'azienda e delle sue persone.

Nel lavoro, nulla mi rende più orgoglioso che vedere i nostri collaboratori condividere con orgoglio la loro appartenenza all'azienda.

Mi piace pensare che l'esperienza quotidiana delle persone che lavorano per ABC spa sia il primo biglietto da visita per i nostri clienti, e che ispiri nuovi talenti a voler scommettere su di noi.

Vuoi unirti alla squadra e cominciare o continuare la tua carriera nel nostro settore? Ti invito a connetterti con il responsabile HR più vicino alla tua zona o a scrivere a: selezione@abc.com.

Contenuti multimediali (2)



Perché ABC spa



Lavora con Noi



[Visualizza meno](#) ^

Esperienza professionale

Le **esperienze professionali** trasmettono di te l'immagine di un professionista di alto livello: **cura i dettagli con attenzione senza però eccedere con troppi particolari.**

Ricorda di selezionare l'azienda giusta dall'elenco che ti suggerisce LinkedIn. In questo modo farai parte della squadra e il **logo aziendale comparirà sul tuo profilo.**

Esperienza



HR Director

ABC spa

ott 2014 - presente • 3 anni 5 mesi
Milano, Lombardia, Italy

Coordino il team HR di ABC spa e pianifico la crescita organica dell'azienda.

Definisco le politiche di compensation e welfare e il rapporto con le istituzioni.

Siamo un team di 6'000 persone in tutto il mondo, valorizziamo la formazione continua, la diversity e la stabilità delle condizioni di lavoro.

Vuoi far parte del team? Connettiti con il responsabile di selezione più vicino a te o scrivi a selezione@abc.com

Contenuti multimediali (2)



Perché lavorare in ABC?



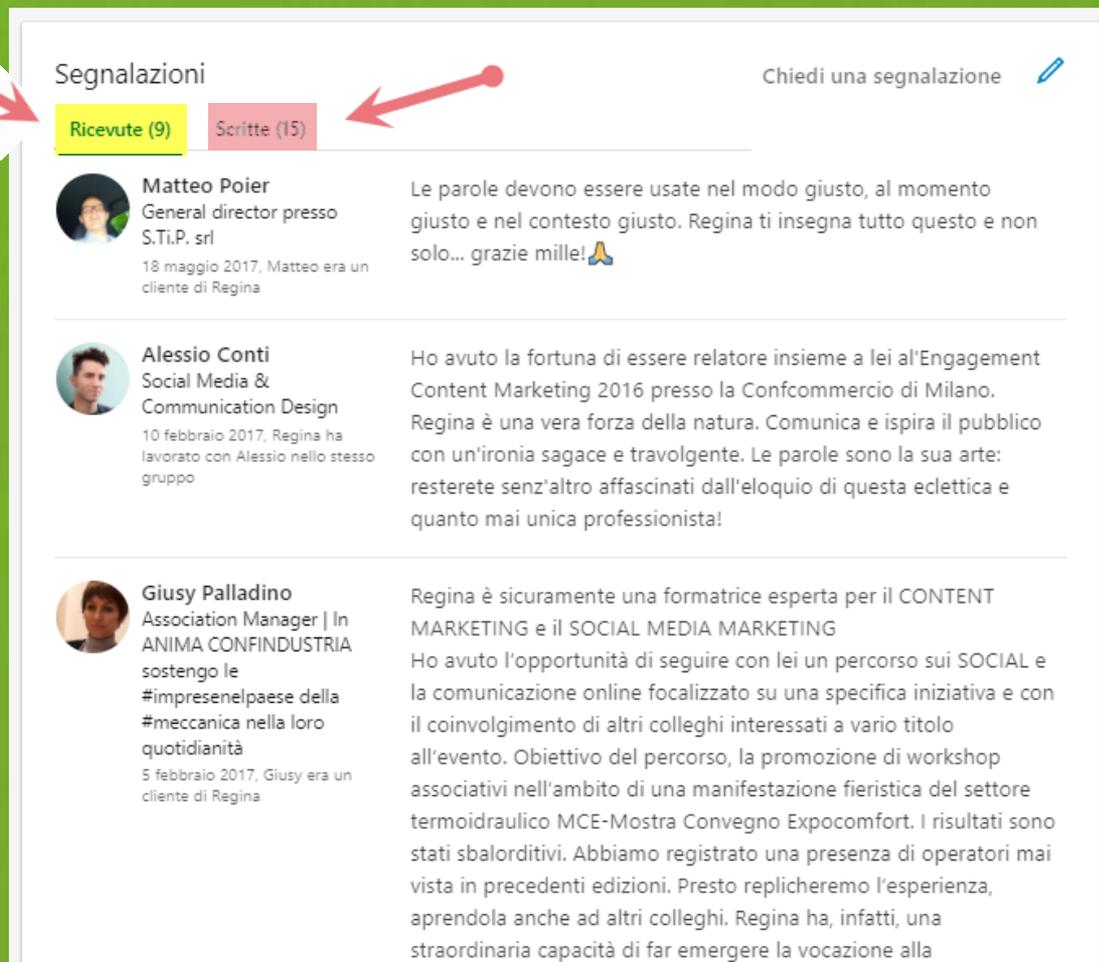
#FormazioneABC

Referenze

Su LinkedIn è possibile ottenere **referenze** dalle persone che hanno avuto modo di lavorare con te.

Puoi chiedere ai tuoi collegamenti e colleghi di prendersi due minuti per raccontare qualcosa di positivo sul tuo lavoro e lasciare una **referenza**.

Fai lo stesso con i colleghi che stimi.



Segnalazioni Chiedi una segnalazione

Ricevute (9) Scritte (15)

Matteo Poier
General director presso S.T.I.P. srl
18 maggio 2017, Matteo era un cliente di Regina
Le parole devono essere usate nel modo giusto, al momento giusto e nel contesto giusto. Regina ti insegna tutto questo e non solo... grazie mille! 🙏

Alessio Conti
Social Media & Communication Design
10 febbraio 2017, Regina ha lavorato con Alessio nello stesso gruppo
Ho avuto la fortuna di essere relatore insieme a lei all'Engagement Content Marketing 2016 presso la Confcommercio di Milano. Regina è una vera forza della natura. Comunica e ispira il pubblico con un'ironia sagace e travolgente. Le parole sono la sua arte: resterete senz'altro affascinati dall'eloquio di questa eclettica e quanto mai unica professionista!

Giusy Palladino
Association Manager | In ANIMA CONFINDUSTRIA sostengo le #impresenelpaese della #meccanica nella loro quotidianità
5 febbraio 2017, Giusy era un cliente di Regina
Regina è sicuramente una formatrice esperta per il CONTENT MARKETING e il SOCIAL MEDIA MARKETING
Ho avuto l'opportunità di seguire con lei un percorso sui SOCIAL e la comunicazione online focalizzato su una specifica iniziativa e con il coinvolgimento di altri colleghi interessati a vario titolo all'evento. Obiettivo del percorso, la promozione di workshop associativi nell'ambito di una manifestazione fieristica del settore termoidraulico MCE-Mostra Convegno Expocomfort. I risultati sono stati sbalorditivi. Abbiamo registrato una presenza di operatori mai vista in precedenti edizioni. Presto replicheremo l'esperienza, aprendola anche ad altri colleghi. Regina ha, infatti, una straordinaria capacità di far emergere la vocazione alla

Ottimizza l'URL del Profilo

Regina Moretto - Esploratrice di Scrittura Potente ... - LinkedIn

<https://it.linkedin.com/in/reginamoretto> ▼



Visualizza il profilo di **Regina Moretto** su **LinkedIn**, la più grande comunità professionale al mondo. Regina ha indicato 15 esperienze lavorative sul suo profilo. Guarda il profilo completo su **LinkedIn** e scopri i collegamenti di Regina e le offerte di lavoro presso aziende simili.

- **Ottimizzare l'URL di LinkedIn** permette alle persone che stanno effettuando delle ricerche legate al tuo nome di trovare il tuo profilo più facilmente.
- La maggior parte degli utenti ha come URL predefinita una combinazione di nome e numeri. Per questo dovresti cercare di **riportare esattamente il tuo nome e cognome**, in modo che risultati proposti siano il più vicino possibile alle tue generalità.
- Questo passaggio non è utile soltanto per facilitare il lavoro di chi ti sta cercando, ma crea anche una sorta di continuum con gli altri social network.



Unione europea
Fondo sociale europeo

Creare la Rete su LinkedIn

CHIAREZZA NEGLI OBIETTIVI. LinkedIn non perdona: metti subito in chiaro i termini del rapporto con i membri della tua rete. Più gli obiettivi sono chiari, più soddisfazione avrai dalle relazioni create su LinkedIn.

FIDUCIA. Su LinkedIn Azienda e dipendenti sono legati. La cessione del controllo deve essere condivisa in un quadro di regole che, se rispettate, servono per esprimersi e non per opprimere. L'azienda cede parte del controllo e accetta di permettere al dipendente di esprimersi a beneficio della crescita di entrambi.

LinkedIn tutela e incoraggia comportamenti umani (professionali) positivi che promuovono il successo.





Unione europea
Fondo sociale europeo



Rete aziendale su LinkedIn

ESPLORAZIONE E SUPERAMENTO DEI LIMITI.

Lo scopo del rapporto è maturare insieme nel superamento dei propri limiti, rafforzarsi. L'azienda può imparare dall'uso dei social dei propri collaboratori e questi possono migliorare sotto la direzione e l'insegnamento del marketing aziendale e delle Risorse Umane.

PER TUTTI E PER POCHI.

LinkedIn è concepito per **costruire e coltivare relazioni sicure, sane e consensuali col proprio network** tramite lo scambio continuo di informazioni e la validazione professionale positiva.

I. Il rispetto per le altre persone

Confrontati sempre cercando di **offrire valore** alla tua rete. Partecipa alle discussioni con **commenti costruttivi**.

Evita di farlo se non apporta valore, mai per fare polemica.

II. Pensa ai tuoi colleghi

Sei libero di esprimerti a titolo personale. Ricorda che dichiarazioni infelici danneggiano la tua immagine e anche quella dei tuoi colleghi.





Unione europea
Fondo sociale europeo

Coltivare la Rete su LinkedIn

COSTANZA. Passa almeno 10 minuti al giorno per:

- a) leggere, condividere o commentare contenuti di valore;
- b) inviare 1-2 richieste di contatto ragionate e
- c) mandare un messaggio privato a un contatto di cui ti interessa approfondire la conoscenza.

Sincronicità, presenza, feedback.

ASCOLTO E COMPLICITA'.

Smettila di cercare su Google *“quali sono i momenti migliori per pubblicare su LinkedIn”*.

Chiedi, ascolta, sii presente con il tuo pubblico.

III. Non dire qualcosa che non vorresti leggessero i tuoi figli, i tuoi genitori o il tuo capo

Tutti i contenuti o i commenti che posti su LinkedIn sono **pubblici**. Possono essere letti anche da chi non è iscritto alla piattaforma e/o condivisi su altri social.

IV. Condividi qualcosa di interessante, di inerente al tuo lavoro, evita di parlare della tua vita privata

LinkedIn è un social professionale e come tale è **preferibile evitare** pubblicazioni di carattere personale, intimo e familiare.





Unione europea
Fondo sociale europeo



**Se vuoi dominare il tuo network professionale, ti deve importare genuinamente qualcosa delle persone.
È inutile voler fare il 2.0 se ancora non hai l'1.0.**

VI. Fai rete

LinkedIn è il luogo in cui professionisti di tutto il mondo si incontrano per scambiare esperienze, informazioni e storie professionali. Funziona solo se lo frequenti e ti relazioni con gli altri.



CONFINDUSTRIA
Emilia-Romagna

in collaborazione con



CONFINDUSTRIA ROMAGNA



Unione europea
Fondo sociale europeo

Qualche domanda



Quante sono quelle aziende, specialmente in settori produttivi, che **potrebbero parlare di sé stesse senza parlare del prodotto?**



Come **connettermi con chi mi segue - in modo delicato -** e far sì che condivida i miei post, magari scomodi, con la sua rete?



E come **trasformare questa attenzione in ritorno economico?**





Unione europea
Fondo sociale europeo

Qualche possibile risposta

→ Parlare di sé senza parlare del prodotto?

→ → Curare la PAGINA AZIENDALE – storia, panoramica, vita aziendale.

→ Connettersi con chi mi segue e far sì che condivida i miei contenuti con la sua rete.

→ → Costruire Identità Digitale solida, basata su VALORI, COMPETENZE, PASSIONI. #PersonalBranding

→ Trasformare questa attenzione in ritorno economico?

→ → Postare contenuti di VALORE, AIUTO, SOLUZIONI.





Unione europea
Fondo sociale europeo

AZIENDE SU LinkedIn



Segui la pagina azienda,
creciamo insieme

Quando parli su LinkedIn, migliaia di professionisti ti ascoltano. Se condividi le foto di un evento, un post sui valori aziendali o un annuncio di lavoro ci aiuti a raggiungere più persone possibili.

Ma non è rischioso, per l'azienda, cedere il controllo della comunicazione a decine, centinaia, migliaia di dipendenti?



CONFINDUSTRIA
Emilia-Romagna

in collaborazione con



CONFINDUSTRIA ROMAGNA



Unione europea
Fondo sociale europeo



Edelman Trust Barometer ha definito il **2018 l'anno della "Battaglia per la Verità"**.

Un momento di confusione generale in cui la fiducia del pubblico verso media tradizionali, influencer, social, quotidiani, brand e siti di informazione viene meno. Facciamo fatica a distinguere il falso dal vero nella comunicazione "a tavolino" e cerchiamo nuovi punti d'appiglio. Secondo la ricerca, hanno sempre più valore:

- → **il parere degli esperti tecnici;**
- → → → **la visione del CEO e dei membri del board;**
- → → → → → **le storie degli imprenditori di successo.**

Fino al 2017 il management poteva "permettersi" di non essere su LinkedIn e delegare alla comunicazione esterna il compito di veicolare i messaggi importanti.

Oggi non è più sufficiente e il manager deve scendere in campo col proprio profilo e la propria attività. Per rappresentare se stesso, l'azienda e dare l'esempio ai dipendenti. Diventa una priorità, per l'azienda, coinvolgere nel proprio marketing online le figure che per prime la rappresentano in pubblico.

Un percorso che richiede strategia, cambio di mentalità e supporto continuo.



in collaborazione con





Unione europea
Fondo sociale europeo



Contenuti e pratiche di VALORE per affezionare la Rete

I. Racconta il tuo punto di vista

I tuoi contatti sono interessati alla tua opinione, non tanto alla notizia.

Se condividi un traguardo, esprimi orgoglio ed entusiasmo. Se informi di una posizione aperta nel tuo team, scrivi in due righe perché candidarsi.

III. Lavora in gruppo

Consiglia, commenta e condividi i post dei tuoi colleghi e dei tuoi contatti, così raggiungeranno più persone. Aiuterai i membri della tua rete a connettersi tra loro e questo aumenta anche la tua credibilità.

II. Condividi notizie sul settore

Ricorda: LinkedIn è un luogo in cui scambiarsi informazioni per accrescere le proprie conoscenze e competenze.

Se pubblichi solo post dell'azienda, il tuo network potrebbe infastidirsi. Condividi anche notizie o eventi di settore più in generale per dare una maggiore varietà alla tua presenza.



CONFINDUSTRIA
Emilia-Romagna

in collaborazione con



CONFINDUSTRIA ROMAGNA



Unione europea
Fondo sociale europeo

- preparazione e studio del **target**;
- **incrocio di dati** offline e online;
- costruzione di **fiducia** prima del contatto;
- contatto diretto con **CTA chiara**;
- **pianificazione e azione per tempo.**



CONFINDUSTRIA
Emilia-Romagna

in collaborazione con



CONFINDUSTRIA ROMAGNA



Unione europea
Fondo sociale europeo



LinkedIn Sales Navigator: il vero potere.

LinkedIn è un referral network: ti fa scoprire la strada più veloce e più efficace per ottenere l'appuntamento con la persona che desideri.

Sales Navigator assomiglia a un CRM, a un database, a un social network combinati. **Importa i CONTATTI. Decidi AREA e SETTORE di VENDITA.**

Seleziona le FUNZIONI AZIENDALI con cui vuoi parlare.

Vai oltre le InMail. Ricorda che puoi:

- gestire i contatti dei prospect,
- → essere aggiornato in tempo reale su quello di cui discutono,
- → → interagire con conversazioni pubbliche e privati prima dei competitor.



CONFINDUSTRIA
Emilia-Romagna

in collaborazione con



CONFINDUSTRIA ROMAGNA



Unione europea
Fondo sociale europeo



3 consigli per mettere in pista i tuoi venditori



Aiutali a costruire la rete

Il segreto del successo su LinkedIn è una rete solida di contatti offline, clienti e potenziali.
Aiuta i tuoi venditori a capire quali figure professionali aggiungere, quante e come approcciarle nel modo giusto.



Aiutali con i contenuti

Produrre contenuti è un lavoro. È un lavoro del marketing.
Raccogli o crea post e notizie che aiutano la rete vendita a sviluppare il network. (Ricorda: è *obbligatorio condividere con un commento personale*. A nessuno piacciono i "pappagalli").



Aiutali con il profilo

I commerciali sono sempre a contatto con il pubblico: la loro presenza LinkedIn deve essere aggiornata e curata.
Organizza un intervento formativo con gli scatti fotografici. Crei coinvolgimento e ti assicuri che i loro profili LinkedIn parlino veramente al cliente.





Unione europea
Fondo sociale europeo



Regina Moretto
Senior Copywriter e
Direct Marketing Specialist @ ThinkIn

it.linkedin.com/in/reginamoretto

Grazie

ThinkIn

Aiutiamo gli HR Manager di medie e grandi aziende ad **attrarre risorse e talenti motivati** e le Reti Vendita ad **aumentare il loro numero di clienti** grazie a LinkedIn.

Operiamo come Business Partner delle Aziende sia sulla **parte strategica** con una consulenza mirata sia sulla parte operativa con modelli specifici, **percorsi formativi dedicati e coaching**.

Per approfondire

Consulenza, Servizi e Formazione LinkedIn per Reti Vendita:

<https://www.thinkinlink.it/consulenza-servizi-formazione-linkedin-vendite/>

Segui la nostra pagina su LinkedIn:

<http://bit.ly/thinkin-page>

Leggi gli ultimi articoli sul nostro blog:

<https://www.thinkinlink.it/blog/>



CONFINDUSTRIA
Emilia-Romagna

in collaborazione con



CONFINDUSTRIA ROMAGNA