COME OTTIMIZZARE IL TUO PROFILO LINKEDIN

CREA IL TUO PERSONAL BRAND

PER LEADER D'AZIENDA, IMPRENDITORI E PROFESSIONISTI

Am.
PERSONAL BRANDING



Alice Marmieri

Consulente di Personal Branding | LinkedIn Expert

Aiuto persone straordinarie a comunicare il proprio valore grazie al Personal Branding.

Da oltre 10 anni mi occupo di Online Marketing prima come Manager in multinazionali del calibro di Luxottica e Google, successivamente come imprenditrice e ora come consulente.

È grazie a queste esperienze che ho carpito l'importanza del personal branding per avere una carriera di successo.

Vuoi trovare la tua voce e creare il tuo personal brand ma non sai da dove iniziare?

Scrivimi a alice@alicemarmieri.com

Indice

Cos'è il Personal Branding? 5

Perché LinkedIn? 6

Perché tutto questo è importante? 9

Da dove partire per costruire il proprio Personal Brand su LinkedIn? 11

Ottimizza il tuo Profilo LinkedIn 12

Foto Profilo 13

Cover photo 13

Headline 14

URL del profilo 15

Biografia e esperienze lavorative 15

Biografia 15

Esperienze 16

Recensioni 17

Altro: Titolo di studio, volontariato, competenze 17

Skills 17

Servizi 17

Passi successivi 18

Senti di avere qualcosa da dire ma non sai da dove partire? 19

“Il tuo Personal Brand è ciò che le persone dicono di te quando non sei nella stanza.”

- cit. Jeff Bezos



Cos'è il Personal Branding?

Ognuno di noi ha un Personal Brand che lo voglia o meno. Infatti, il personal brand è costituito dalla percezione, dalle sensazioni e dalle emozioni che scaturisci negli altri, quello che dicono di te quando non ci sei, nel bene e nel male.

Fare Personal Branding significa appropriarsi di questa immagine, di quella sensazione che susciti negli altri e comunicare ciò che desideri, ridefinendo il tuo modo di essere percepito.

Spesso succede che chi sei, o pensi/desideri essere, non sia assolutamente allineato con quello che le altre persone percepiscono di te. Per esempio, potresti ritenerti la persona più generosa e altruista del mondo mentre i tuoi amici non sono dello stesso parere: quando se ne è presentata l'occasione raramente hai offerto un drink.

Fare Personal Branding non vuol dire manipolare la tua immagine e far percepire alle persone chi non sei, ma vuol dire esserne consapevole e fare in modo che il tuo valore sia ciò che traspare agli altri.

Ci sono tantissimi fattori che influenzano la percezione che le persone hanno di te tra cui: *il tuo aspetto, il modo di stringere la mano, il tono di voce, l'accento, il modo di parlare, il modo in cui rispondi, come sorridi, quello che dici, le parole che usi, il tuo profumo, etc. Allo stesso modo la tua immagine online traspare dalle immagini che utilizzi, dal tuo titolo professionale, dal tuo CV, da cosa scrivi, da come interagisci con gli altri etc*.

Grazie al Personal Branding sarai in grado di aumentare la tua autorità, diventando un leader di riferimento nella tua nicchia, grazie alla condivisione di valore. Questo ti permetterà di creare fiducia nella tua audience costruendo relazioni di valore e una community di fan che potrai trasformare in tuoi clienti.

*In questa guida vedremo insieme uno degli aspetti fondamentali per iniziare a creare il tuo Personal Brand online: l'ottimizzazione del **tuo** profilo LinkedIn.*

Per chi?

Ho pensato questa semplice guida per tutti quei professionisti imprenditori consulenti, coach, formatori o professionisti ma anche leader d'azienda che desiderano creare il proprio Personal Brand online in modo efficace.

Non mi focalizzerò sull'ottimizzazione del profilo per chi cerca lavoro, non mi occupo di risorse umane e questa non è la mia area di competenza, tuttavia molte delle best practice che condivido sono applicabili anche in questo contesto.

Perché LinkedIn?

LinkedIn è indubbiamente la piattaforma professionale #1 al mondo.

I numeri lo testimoniano con i suoi oltre **660 milioni di membri** (dati LinkedIn 2020) in tutto il mondo e oltre **14 milioni solo in Italia** (40% dell'audience social totale) è anche il social media #7 per utilizzo (Report We Are Social).

A differenza di quello che si pensava inizialmente LinkedIn non è solo pensato per la ricerca di lavoro ma è un'ottima piattaforma per la creazione di relazioni professionali, lo scambio di idee e la creazione di opportunità di business con i propri utenti.

Il potere di LinkedIn risiede nel **network** e la conseguente possibilità di creare **relazioni** in quanto questa piattaforma ti consente di cercare professionisti per nome, job title, area di business, località, seniority, e molte altre informazioni e ti consente di raggiungere persone in tutto il mondo con un semplice clic.

Ci sono diversi vantaggi significativi nell'utilizzo di LinkedIn:

1. La capacità di creare il proprio personal brand.
2. La possibilità di entrare in contatto con professionisti e aziende del tuo settore o interesse e creare relazioni di valore.
3. La capacità di essere scoperto da potenziali clienti.
4. La possibilità di imparare, sviluppare competenze, rimanere aggiornato su argomenti altamente professionali in un modo che nessun'altra piattaforma ti concede.
5. L'opportunità di condividere le tue competenze, creare fiducia e essere riconosciuto come un leader del tuo settore.

Da pagina 6 alla prima posizione

Perché leggere la mia guida e non quella di uno dei tanti guru del web?

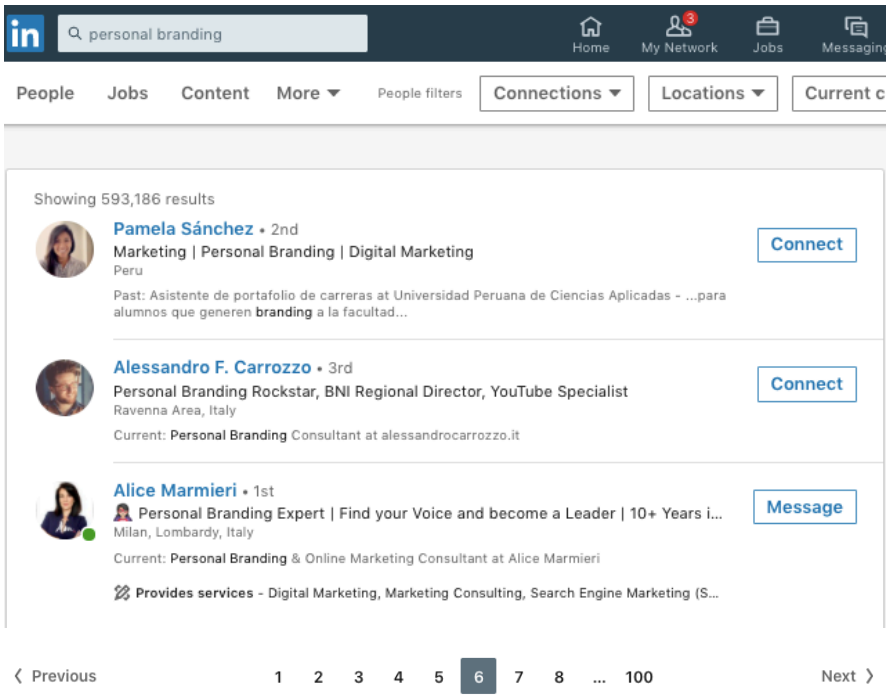
Ho oltre 12+ anni di esperienza nel settore Marketing Online, conosco la strategia ma mi piace sporcarmi le mani e dimostrare le mie competenze con i fatti. Mi piace parlare chiaro e condividere ciò che so perché l'ho provato sulla mia pelle e ha portato risultati.

Infatti, in meno di un mese sono passata da essere posizionata a pagina 6 per la ricerca "personal branding" alla posizione 1 grazie ai consigli che condivido in questa guida.

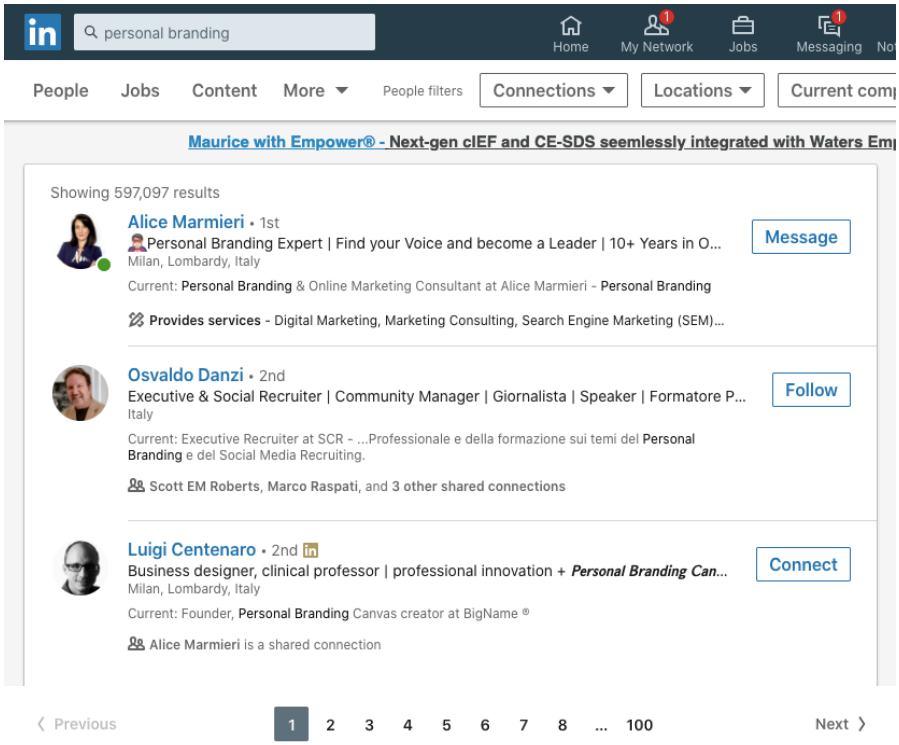
Prova a verificare se anche tu mi trovi in prima posizione

ATTENZIONE: come tutti i motori di ricerca i risultati delle ricerche di LinkedIn dipendono da molti fattori e variano in base allo storico e alla persona che effettua la ricerca. Per questo motivo i risultati che vi riporto sono stati rilevati effettuando la ricerca dallo stesso identico profilo e con la visualizzazione in incognito pulendo cache e cookies ma è assolutamente normale se tu mi trovi in un'altra posizione. Voglio portare questo esempio non per vantarmi ma per mostrarvi il processo.

Prima


personal branding
Home
My Network
Jobs
Messaging
People
Jobs
Content
More
People filters
Connections
Locations
Current c
Showing 593,186 results
Pamela Sánchez • 2nd
Marketing | Personal Branding | Digital Marketing
Peru
Past: Asistente de portafolio de carreras at Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas - ...para alumnos que generen branding a la facultad...
Connect
Alessandro F. Carrozzo • 3rd
Personal Branding Rockstar, BNI Regional Director, YouTube Specialist
Ravenna Area, Italy
Current: Personal Branding Consultant at alessandrocarrozzo.it
Connect
Alice Marmieri • 1st
Personal Branding Expert | Find your Voice and become a Leader | 10+ Years i...
Milan, Lombardy, Italy
Current: Personal Branding & Online Marketing Consultant at Alice Marmieri
Provides services - Digital Marketing, Marketing Consulting, Search Engine Marketing (S...
Message
Previous
1 2 3 4 5 6 7 8 ... 100
Next

Dopo


personal branding
Home
My Network
Jobs
Messaging
People
Jobs
Content
More
People filters
Connections
Locations
Current comp
Maurice with Empower® - Next-gen cIEF and CE-SDS seemlessly integrated with Waters Emp
Showing 597,097 results
Alice Marmieri • 1st
Personal Branding Expert | Find your Voice and become a Leader | 10+ Years in O...
Milan, Lombardy, Italy
Current: Personal Branding & Online Marketing Consultant at Alice Marmieri - Personal Branding
Provides services - Digital Marketing, Marketing Consulting, Search Engine Marketing (SEM)...
Message
Osvaldo Danzi • 2nd
Executive & Social Recruiter | Community Manager | Giornalista | Speaker | Formatore P...
Italy
Current: Executive Recruiter at SCR - ...Professionale e della formazione sui temi del Personal Branding e del Social Media Recruiting.
Scott EM Roberts, Marco Raspati, and 3 other shared connections
Follow
Luigi Centenaro • 2nd
Business designer, clinical professor | professional innovation + Personal Branding Can...
Milan, Lombardy, Italy
Current: Founder, Personal Branding Canvas creator at BigName ®
Alice Marmieri is a shared connection
Connect
Previous
1 2 3 4 5 6 7 8 ... 100
Next

Hai ancora dubbi che LinkedIn sia la piattaforma giusta per te?

Lo capisco, parlare di strategie e grandi numeri non ti dice nulla delle opportunità reali che questa ha per te. Quindi ti voglio portare l'esempio concreto di ciò che è successo a me.

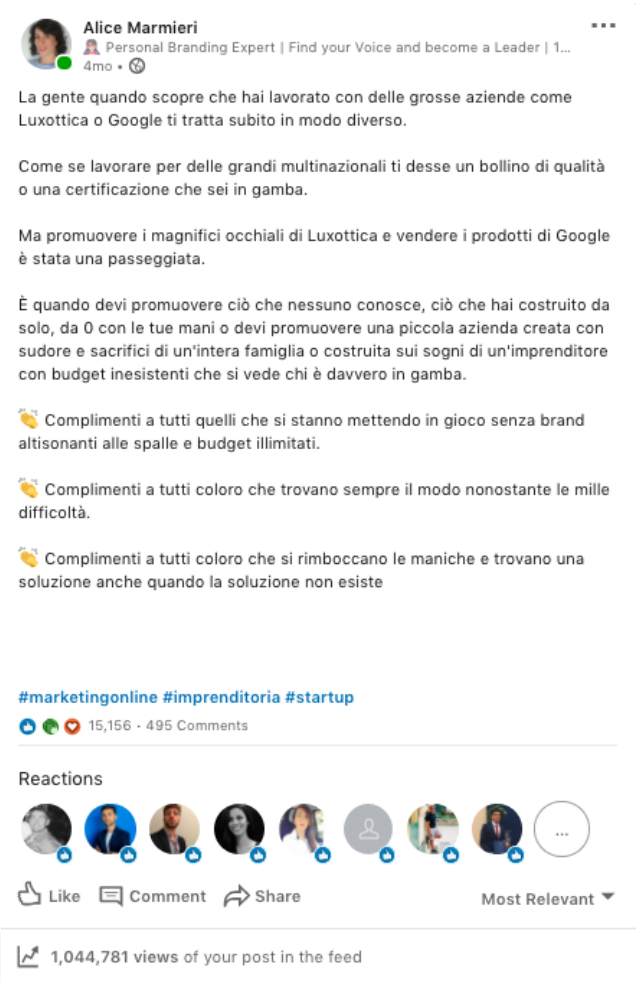
Iniziando a creare il mio personal brand e condividendo contenuti di valore in soli 3 mesi ho ricevuto oltre 17.000 visualizzazioni del mio profilo e in una sola settimana il mio profilo è apparso oltre 3.800 volte nei risultati di ricerca (di seguito i numeri a testimoniarlo).



In aggiunta in meno di 6 mesi sono riuscita a raggiungere oltre **5 milioni di visualizzazioni** dei miei contenuti.

Quale altra piattaforma ti concede di raggiungere una visibilità organica (non a pagamento) come questa?

Un post solo ha raggiunto oltre 1 milione di visualizzazioni.



E quindi?

È vero che queste possono essere considerate delle vanity metrics, ma non solo.

In meno di 6 mesi sono passata da avere 2.000 contatti ad averne quasi 11.000, e sono tutte persone in target con ciò che scrivo e ciò che condivido.

Tra questi ho ricevuto numerose opportunità lavorative e di collaborazione, permettendomi di creare dei percorsi personalizzati per aiutare le persone a raccontare la propria storia, trovare la propria voce e creare il proprio Personal Brand.

Perché tutto questo è importante?

> *"Le persone comprano dalle persone di cui si possono fidare non dalle aziende."*

Non mi sono mai sentita a mio agio a vendere, né quando lavoravo in azienda, né quando ero un'imprenditrice e men che meno quando sono diventata una consulente freelancer.

Il problema è che ho sempre visto la vendita come un approccio subdolo volto a "fregare i clienti", ma mi sono sempre focalizzata sull'aspetto sbagliato, forse perché sono rimasta traumatizzata dall'aggressività di molti venditori da quattro soldi.

Ma non c'era via d'uscita, se avessi voluto continuare a lavorare avevo bisogno di imparare vendere i miei servizi.

Ho quindi trovato un modo tutto mio di vendere, e l'ho fatto grazie a LinkedIn, ribaltando le regole del gioco e donando valore. Per mesi e mesi ho creato contenuti, ho testato e ho ottimizzato.

Il Personal Branding è un processo continuo che non finirà mai e per questo vorrei condividere con te la mia esperienza sperando che ti possa aiutare a creare il tuo personal brand.

Per me LinkedIn è la piattaforma perfetta, in quanto mi permette di attrarre il mio cliente ideale senza vendere, nel senso più stretto del termine, e questo è quello che insegno ai miei clienti.

I risultati che ho raggiunto io li puoi raggiungere anche tu, numerosi miei clienti hanno già dimostrato che grazie al mio modello Find Your Voice è molto più semplice di quello che sembra.

Quindi se sei qui per trovare la formula magica, sei nel posto sbagliato.

Se sei qui nella speranza che ti insegni a trasformare il tuo profilo in una macchina di vendita, sei nel posto sbagliato.

Se sei qui perché senti di avere qualcosa da dire, perché vuoi trovare la tua voce e attrarre il tuo cliente ideale senza doverlo è ora di costruire insieme il tuo Personal Brand.

Sei nel posto giusto!

Da dove partire per costruire il proprio Personal Brand su LinkedIn?

Il primo passo per costruire il tuo personal brand è sicuramente ottimizzare il tuo profilo personale su LinkedIn.

Come fare?

Innanzitutto, devi smetterla di trattarlo come il tuo CV ma trasformarlo in una *Landing Page*.

Successivamente ricordati che le persone vogliono acquistare da persone di cui si possono fidare quindi gli obiettivi del tuo profilo saranno:

1. Posizionarti per le tue competenze utilizzando le **parole chiave** cercate dalla tua audience.
2. Attrarre il tuo **cliente ideale.**
3. Creare fiducia dando **valore.**

Solo con questi 3 step potrai successivamente creare relazioni significative ed infine trasformare la tua audience in clienti.

Prima di iniziare a migliorare sul tuo profilo personale devi però porti queste domande:

1. Qual è il tuo obiettivo?
2. Chi vuoi essere agli occhi dei tuoi clienti? Per quali parole chiave desideri posizionarti?
3. Chi è il tuo cliente ideale?
4. Perché dovrebbe seguirti o entrare in contatto con te?
5. Quale valore gli offri?
6. Come ti differenzi dalla tua concorrenza? Qual è la tua Unique Value Proposition?

Senza definire questi passi ed identificare come ti vuoi posizionare agli occhi del cliente non potrai mai sviluppare un personal brand di successo online.

A questo punto puoi iniziare a lavorare sul tuo profilo.

Ricordati ancora una volta di non utilizzare il tuo profilo come un CV, alla fine il tuo obiettivo è trovare clienti o influenzare la tua audience e non essere assunto da un'azienda.

Il tuo profilo ha quindi l'obiettivo di comunicare la tua autorità, il valore che offri ai tuoi clienti e come ti distingui dalla concorrenza.

Con questi elementi in testa andiamo a vedere nel dettaglio le sezioni più importanti del tuo profilo.

Parole chiave

Quindi è importante (se qualcuno è su Linkedin o ti trova in un altro modo) assicurarsi che questi aspetti del tuo profilo Linkedin mostrino il tuo marchio personale in modo accurato ed efficace.

I motori di ricerca eseguono la scansione dei siti Web per i contenuti e decifrano come classificare siti e contenuti con parole chiave. Quindi, per Google, le parole chiave definiscono di cosa tratta il contenuto.

In questo caso, le parole chiave nel tuo profilo Linkedin definiranno di cosa tratta il tuo marchio personale. Quindi vuoi avere un profilo facilmente ricercabile che comunichi chiaramente la tua esperienza.

L'obiettivo di questa lezione è definire da 4 a 5 parole chiave che desideri rappresentare il tuo marchio e utilizzarle in tutte le diverse sezioni del tuo profilo.

Quando fai brainstorming di parole chiave appropriate, considera quanto segue:

- la tua nicchia
- titoli di lavoro specifici che hai ricoperto: attuali (o passati se pertinente)
- le tue capacità, competenze e competenze
- i tuoi risultati
- credenziali pertinenti

Suggerimento Ecco un esercizio divertente:

Per scoprire quali parole chiave riflette il tuo profilo attuale, puoi utilizzare un sito chiamato wordclouds.com. È gratis.

Copia e incolla il PDF del tuo profilo Linkedin in wordclouds e ti dirà quali parole chiave vengono estratte dal tuo profilo.

Se stai costruendo il tuo profilo Linkedin da zero, puoi usare il tuo curriculum, o anche la descrizione del tuo lavoro attuale invece del tuo profilo Linkedin.

Ecco come scaricare il tuo profilo come PDF:

- Fai clic su "Altro" accanto a "Aggiungi sezione profilo"
- Salva il PDF
- Vai su www.wordclouds.com
- Selezionare "Apri documento PDF" dal menu file
- Scegli il tuo profilo Linkedin che hai appena salvato
- Ora puoi vedere il tuo wordcloud

Tip JobScan and TagCrowd are other websites you can utilize to identify keywords.

Ottimizza il tuo Profilo LinkedIn

Foto Profilo

La tua immagine del profilo è il tuo biglietto da visita su LinkedIn: è il modo in cui le persone si fanno una prima impressione su di te, non avendo la possibilità di vederti di persona e stringerti la mano il ruolo della foto profilo è fondamentale per la creazione del tuo personal brand.

Verrà visualizzata non solo dalle persone che persone che visitano il tuo profilo ma in qualsiasi momento tu pubblichi qualcosa sulla timeline oppure interagisci con gli altri contenuti. È il tuo biglietto da visita.

Se vuoi avere un reale impatto e creare un business di successo non devi avere paura di distinguerti!

Quindi inizia utilizzando un'immagine professionale e di alta qualità che metta in risalto la tua personalità e il tuo business. La tua immagine non deve solo rappresentare chi sei ma permetterti di entrare in relazione con i tuoi potenziali clienti e farli sentire da subito a proprio agio. La costruzione di un rapporto di fiducia inizia da qui.

Quindi:

- Scatta un'immagine di alta qualità: assicurati che non sia sgranata (min 200x200 pixel).
- Utilizza una foto recente che corrisponda alla realtà delle cose.
- Usa una foto in cui il tuo viso occupi il 60% dello spazio.
- Assicurati di avere uno sfondo neutrale che non distragga l'utente.
- Utilizza un abbigliamento adeguato alla tua professione e che ti rappresenti.
- Sorridi!

Questa per esempio è la mia. Ci è voluto un po' per sceglierla ma anche se sorrido poco mi rappresenta molto, trasmette il mio modo di essere ed il mio posizionamento. Inoltre, l'ho controbilanciata con la mia cover foto che invece è più sorridente.



Hai dei dubbi su quale foto profilo scegliere?

Ti consiglio Photofeeler un tool che ti consentirà di chiedere il parere di perfetti sconosciuti che voteranno la tua foto profilo in termini di 3 variabili:

- Competenza
- Attrattività
- Influenza

Cover photo

La tua cover photo è il secondo elemento visivo nella parte superiore della pagina del tuo profilo. Attira l'attenzione della gente, stabilisce il contesto e mostra qualcosa in più su ciò che conta per te. Più di ogni altra cosa, la cover photo aiuta il tuo profilo a risaltare, attirare l'attenzione e rimanere impresso nella memoria.

Sfruttala a tuo vantaggio.

Puoi facilmente creare un'immagine di copertina personalizzata usando Photoshop o Canva trasmettendo il tuo posizionamento professionale, il tuo modo di essere e che parli direttamente al tuo pubblico ideale.

Alcune best practice che puoi utilizzare sono:

- Inserire uno slogan che indica ai visitatori del profilo cosa fai e cosa offri.
- Aggiungere l'URL del sito Web e link ai tuoi social media.
- Utilizzare un'immagine di sfondo che ti rappresenti e che ti renda unico agli occhi del tuo pubblico.
- Utilizza un'immagine che ti fornisca autorità per esempio mentre parli in pubblico.
- Includere un invito all'azione o in altro modo far sapere agli utenti come contattarti.

Questo il mio nuovo header dove ho deciso di non inserire call to action e il sito. Che ne pensi? Che messaggio ti trasmette?



Se desideri approfondire ho scritto un articolo completo analizzando le cover foto di molti professionisti eccezionali: [Cover Foto per vendere]

Headline

La headline sono i 220 caratteri che compaiono al di sotto del tuo nome e sono visibili non solo nel tuo profilo ma in combinazione alla tua foto profilo anche sulla timeline quando condividi un post e ti permette di dire ai visitatori chi sei e cosa offri.

Il primo consiglio per la tua headline è di renderla più di un semplice titolo professionale e assicurati che sia chiara ed in linea con l'obiettivo che vuoi raggiungere.

Insomma, qui è dove devi chiederti: chi desidero essere agli occhi della mia audience?

La Headline dovrebbe essere una combinazione di parole chiave SEO di LinkedIn e un copy accattivante che attragga il tuo cliente ideale e lo incentivi a scoprire di più.

Non esiste una regola che dice che la descrizione nella parte superiore della pagina del tuo profilo deve essere la tua job title, soprattutto se lavori in proprio hai la massima flessibilità per personalizzarlo e renderlo unico. Usa il campo della headline per dire

qualcosa in più su chi sei, perché fai quello che fai e come offri valore ai tuoi clienti. Inoltre, se possibile sfrutta questa sezione per comunicare i tuoi risultati e la tua autorità.

Riassumendo:

1. Utilizza le parole chiave per cui vuoi essere trovato
2. Non utilizzare il tuo "titolo" ma ciò che cercano le persone
3. Metti qualcosa di te
4. Sii accattivante
5. Crea autorità condividendo premi e riconoscimenti o aziende per cui hai lavorato

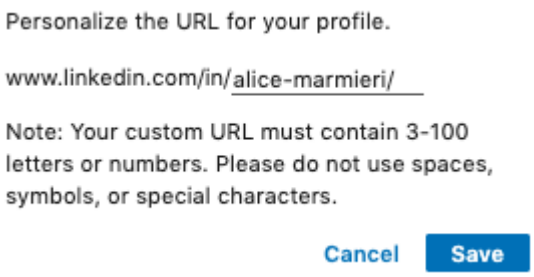
Aiutati guardando i profili dei leader di settore, ma non copiare MAI! Il tuo obiettivo deve essere proprio quello di distinguerti.

URL del profilo

Lo sapevi che puoi personalizzare l'URL del tuo profilo inserendo il tuo nome?

Per esempio: www.linkedin.com/in/alicemarmieri

Lo puoi fare in modo estremamente semplice dalle impostazioni del tuo profilo.



Biografia e esperienze lavorative

La combinazione tra la tua biografia e l'esperienza lavorativa sono la chiave per comunicare il tuo valore.

Scrivi pensando al tuo pubblico di destinazione, scrivi il tuo profilo LinkedIn come se fosse il tuo profilo di incontri online, solo più professionale. Rendilo interessante non noioso e disegnalo in modo da attirare le persone giuste.

Biografia

La prima cosa importante riguardo alla sezione *About* di LinkedIn è: assicurati di averne una!

È incredibile quante persone lasciano ancora questo campo vuoto durante la creazione del proprio profilo LinkedIn. Il tuo riepilogo è la tua occasione per **raccontare la tua storia**, quindi non limitarti a usarla per elencare le tue abilità o i ruoli che hai avuto.

Ma ricordati di farlo non pensando a te ma sempre con in mente il tuo cliente ideale, non è il tuo diario personale, ma un'opportunità per farti conoscere e mostrare come tu puoi aiutare il tuo cliente ideale a risolvere un determinato problema.

Cerca di dare vita al perché le tue esperienze, il tuo percorso (alti e bassi) e le relative competenze acquisite contino e soprattutto ricordati di evidenziare la differenza che possono fare per le persone con cui lavori.

Più riuscirai ad entrare in empatia con chi legge maggiore sarà la probabilità di successo.

Non dimenticarti di renderti **unico**. In un mercato altamente competitivo come quello attuale le persone non comprano brutte copie ma personalità che si distinguono dalla massa.

Devi convincere chi legge ed è interessato a ciò che offri che il tuo prodotto/servizio è la soluzione/trasformazione che sta cercando.

Non aver paura di investire un po' di tempo nella creazione di questa sezione, crea una bozza e chiedi il parere di persone che ti possano dare un parere onesto.

Questo è la parte più personale del tuo profilo LinkedIn , ottimizzarlo ne vale la pena.

BONUS TIP: evita di usare buzzwords. Sono usate così spesso nei titoli e nei riassunti di LinkedIn che diventano quasi del tutto privi di significato. LinkedIn ha rilevato che parole come "specializzato", "leadership", "focalizzato", "strategico", "esperto", "appassionato", "creativo", "innovativo" e "certificato" sono termini abusati.

Ora non sto dicendo che non puoi descriverti con questi termini, o che non contano. Tuttavia, usando solo queste parole non convincerai le persone che hai queste qualità. Devi dimostrargli le tue reali abilità e competenze, insomma dire che sei un esperto, non ti rende un esperto.

Esperienze

Ok hai appena raccontato la tua storia, comunicato il tuo valore e ciò che ti rende unico.

È ora di togliere ogni dubbio alla tua audience, devi convincerla che tu sei la persona che stavano cercando.

Tuttavia, la sezione esperienza è quella in cui vedo la maggior parte degli imprenditori diventare pigri e trattare il loro profilo come un curriculum. L'ho fatto anch'io fino a poco tempo fa.

Parti dal tuo ruolo attuale descrivi ciò di cui ti occupi e i risultati raggiunti. Rendi evidente la tua *Unique Value Proposition*.

Fai tutto ciò senza dimenticare di includere le rassicurazioni a tutte le possibili obiezioni che i tuoi clienti possono avere. In questo contesto prevenire è meglio che curare.

Esperienze pregresse

La sezione delle esperienze pregresse deve testimoniare che non hai raccontato solo una bella storia ma che quelle cose le hai fatte sul serio. Non mentire, sul web è facile essere scoperti e non ti rendere ridicolo inserendo ruoli come influencer associandoti ad aziende con cui non hai mai lavorato (PS: Influencer non è una professione, i veri influencer non devono scrivere che sono influencer).

Descrivi ogni esperienza sottolineando i traguardi raggiunti e le competenze che hai acquisito.

Recensioni

Le recensioni su LinkedIn funzionano esattamente come social-proof che quello che dici lo puoi veramente fare. Sono la testimonianza del lavoro svolto e rassicurano il potenziale cliente del reale valore e risultati che puoi portargli.

Ora mettiti al lavoro e contatta i tuoi clienti e chiedi il loro sincero parere.

Altro: titolo di studio, volontariato, competenze

Assicurati di completare tutto il tuo profilo, LinkedIn in questo ti aiuta mostrandoti il livello di completamento del profilo.

Sii onesto e trasparente, non mentire mai!

Skills

Completa la sezione con le tue competenze, questo ti permetterà di raggiungere una migliore indicizzazione SEO e confermare quanto scritto nella tua Headline. Assicurati di inserire solo le skill rilevanti e che le persone che ti conoscono possano confermare.

LinkedIn da poco ha aggiunto anche la possibilità di fare dei quiz per dimostrare il livello delle tue abilità e di mostrare un badge Competenze verificate sul tuo profilo. La visualizzazione dei risultati delle tue valutazioni delle skills è del tutto volontaria e puoi ripetere i test tutte le volte che vuoi prima di dimostrare di averli superati.

Servizi

Ora puoi mettere anche in evidenza i servizi che offri!

Servizi è una nuova funzionalità di LinkedIn che aiuta consulenti, liberi professionisti e coloro che lavorano per le piccole imprese a mostrare la gamma di servizi offerti. La compilazione della sezione Servizi del tuo profilo può aumentare la tua visibilità nei risultati di ricerca.

Passi successivi

È ora di generare valore condividendo le tue competenze per creare fiducia e posizionarti come un leader nella tua industria!

Infatti, una cosa è avere una rete di connessioni su LinkedIn con cui non interagisci mai, come andare ad una festa e starsene seduto in un angolo, un'altra è avere un ruolo attivo in quella rete, creando e condividendo il tuo valore in modo attivo.

Non devi essere da subito l'anima della festa. Puoi iniziare tenendo d'occhio la tua timeline, interagendo e condividendo i contenuti che ritieni davvero interessanti e che si allineano con il tuo punto di vista. Non avere paura di dare la tua opinione anche se in contrasto con quella degli altri, l'importante è farlo sempre con educazione e rispetto delle opinioni altrui.

Una volta che ti sentirai a tuo agio su LinkedIn sarà ora di fare il prossimo passo e iniziare a condividere contenuti con la tua audience.

Come?

Sto scrivendo una nuova guida dedicata alla creazione dei contenuti su LinkedIn. Per non perdertela iscriviti alla mia newsletter per rimanere sempre aggiornato.

Inoltre, ogni settimana condivido post e interviste dedicate al Personal Branding sul mio profilo LinkedIn. Quindi inizia a seguirmi!

Feedback

Se hai ottenuto dei risultati utilizzando i consigli di questa guida ti chiedo di condividerli su LinkedIn taggandomi, sarò felice di condividerli con la mia community.

Senti di avere qualcosa da dire ma non sai da dove partire?

Desideri avere un impatto maggiore e creare il business che hai sempre desiderato? Pensi che sia arrivato il momento di cambiare le cose e desideri costruire il tuo personal brand con l'aiuto di un percorso personalizzato?

Scrivimi una mail raccontandomi chi sei e quelli che sono i tuoi obiettivi a: *alice@alicemarmieri.com*.

Non sei ancora pronto a fare questo passo? Continua a seguirmi su LinkedIn e sulla mia Newsletter *Find Your Voice*.

Vuoi costruire il tuo Personal Brand? Scopri come posso aiutarti

www.alicemarmieri.com

alice@alicemarmieri.com

Am.
PERSONAL BRANDING