



LinkedIn: *show, don't tell!*

Meno immediato e meno conosciuto di altri network, **LinkedIn** è un social ancora oggi poco utilizzato a livello aziendale ed il cui potenziale inespresso è dovuto al fatto che difficilmente se ne riesce a fare un utilizzo strategico. Ne parliamo con **Gianluigi Bonanomi**, giornalista professionista che da sempre si occupa di tematiche legate al web.

Gianluigi, perché avere LinkedIn per un'azienda è assolutamente necessario?

“Semplicemente perché sul web si colloca il primo biglietto da visita aziendale, per chi acquista da tale azienda e per chi vi collabora. Un'azienda che non ha la sua pagina aziendale non rappresenta online un punto di riferimento per i suoi dipendenti ed impedisce un fenomeno molto importante, ovvero quello della capillare diffusione del marchio. Avere una pagina ben strutturata, a cui ciascun dipendente si agganci fa sì che ognuno diventi *brand ambassador* della propria azienda. Questo vale per tutte le aziende, ancora di più in campo vinicolo”.

Ok, creiamo allora questa pagina. Qualche dritta affinché abbia successo?

“Adesso dico una cosa che può sembrare banale, ma che in realtà non lo è per niente. Occhio alle foto!”

E' buona norma che l'immagine del profilo sia un logo ben cen-

I numeri di LinkedIn

LinkedIn, nel 2018, ha compiuto 15 anni. Ha 11 milioni di iscritti in Italia (560 milioni nel mondo), che ne fanno la terza community europea dopo Inghilterra e Francia. In pratica ha quintuplicato i numeri in sei anni. In Italia è Milano la città più social: è addirittura la quinta città al mondo per numero di utenti connessi tra di loro. È aumentata anche la varietà di professioni rappresentate, anche se la parte del leone la fa sempre l'IT, Information Technology.



trato ed a risoluzione ottimale! Diverso il discorso se si crea di un profilo personale (ditelo a tutti i vostri dipendenti!). In tal caso va sempre inserita la foto e, mi raccomando, che questa sia un primo piano. Niente piani americani e niente mezzi busti! Mostratevi in faccia, sorridenti e senza sfondi che possano distogliere l'attenzione!

Stessa attenzione per la foto di copertina che tutti trascurano e che ha invece un'importanza fondamentale. Non consideratela mai un riempitivo! Mettete delle belle bottiglie o una foto della vostra cantina!"

Quanto ai contenuti invece?

"Qui arriva un vero problema! State attenti al SEO. Un bel profilo, ben sistemato, ordinato e chiaro, non verrà trovato da nessuno se non è ben ottimizzato! Per restare in tema vinicolo... scegliete un bouquet di parole chiave utili per far incontrare domanda/offerta e lavorate su quelle, a partire dal *job title*! E siate quanto più possibile specifici e dettagliati nelle descrizioni di ciò che fate! Questo perché LinkedIn è anche un motore di ricerca. Altra cosa fondamentale è quella di non pensare mai di poter fare, permettimi l'espressione, il fenomeno. Alle persone non interessa essere impressionati da te, interessa sapere che fai e chi

sei. Se sei una cantina metti dei numeri belli in evidenza, che forniscano una sorta di reale fotografia dell'azienda. Più contatti, più contenuti, più visite: è un circolo virtuoso che permette alla pagina di crescere".

Questo vale sia per la presentazione che per il piano editoriale?

"Ovviamente sì! Bisogna sempre partire dal concetto che alla gente di te non frega niente su LinkedIn, qui non siamo su Instagram o su Facebook! Alle persone che ti cercano importa solo come risolvere i problemi, come puoi essergli utile. Qui si parla di business! Evitate tutti gli aggiornamenti autoreferenziali tranne, nel caso delle cantine appunto, quelli che riguardano la vincita di un premio. Questo perché un premio dice all'acquirente che nel tempo ti ha scelto, che è un vero intenditore e che ha fatto una corretta scelta davanti allo scaffale delle bottiglie. Per il resto poche chiacchiere, la pagina deve aiutare a capire com'è il tuo vino, deve spiegarlo, aiutare ad abbinarlo, a riconoscerne le caratteristiche. Ribaltare la prospettiva è la chiave del successo. Show, don't tell!"



Chi è Gianluigi Bonanomi

Nato come giornalista professionista specializzato in hi-tech, ha lavorato per oltre dieci anni per la celebre rivista ComputerIdea e tutt'oggi scrive per alcune testate online di settore.

La perdita del lavoro a causa del fallimento dell'editore rappresenta un punto di svolta nella sua vita e gli permette di reinventarsi come scrittore di Ebook; il suo libro "Fai da tech" è stata scaricato da Amazon quasi centomila volte.

Dal 2014 ad oggi si è occupato della formazione di oltre 3 mila persone, tra cui molti giornalisti. I temi trattati riguardano il web writing, il brand journalism e l'utilizzo strategico dei social network. Il suo corso best-seller è quello sull'uso strategico di LinkedIn.

www.gianluigibonanomi.com



Sconto del **10%** sul primo ordine inserendo il codice **GV1218**

- ✓ Calcolatore online
- ✓ Spedizione gratuita
- ✓ Produzione espressa
- ✓ Finiture premium
- ✓ Piccole e medie tirature
- ✓ Campionario omaggio



DOMANDE? SIAMO QUI PER AIUTARTI!

+390694803980 info@etichetta.it

www.etichetta.it