



# 5 domande sbagliate su LinkedIn (con le risposte giuste)

di Gianluigi Bonanomi

**Dopo anni di corsi sull'uso strategico di LinkedIn in centinaia di aziende di ogni tipo, ho raccolto cinque domande sbagliate alle quali devo cercare, ogni volta, di dare una risposta sensata. Eccole.**

## 1. LINKEDIN SERVE SOLO PER CERCARSI UN LAVORO?

Questa domanda, che spesso mi rivolge il titolare dell'azienda, sottende una credenza molto diffusa: "LinkedIn non serve a nulla o quantomeno non è utile a livello aziendale (anzi, se potenziamo i profili dei dipendenti, ce li rubano...)". Che visione miope della comunicazione digitale. Partiamo dalle basi: chi pensa che LinkedIn serva solo a cercarsi un lavoro, forse l'ha confuso con Monster o Infojobs. Inoltre i profili LinkedIn

dei dipendenti, se non monitorati, possono portare a brutte sorprese: una volta un mio cliente stava per perdere una commessa perché due commerciali stavano usando male il profilo, dando l'impressione di essere due topi che abbandonavano la nave che affondava. Se ben gestiti, i profili dei dipendenti possono servire a generare opportunità per l'azienda.

## 2. COME FACCIAMO A VENDERE SU LINKEDIN?

Sui social non si vende, secondo me. A meno che si consideri vendita "Facebook marketplace" (non scherziamo). I social - LinkedIn in primis - servono per creare connessioni, relazioni. Servono per generare opportunità, preparando il terreno. In pratica, servono per fare il cosiddetto "social selling" (che non è il social commerce).

## 3. LINKEDIN SERVE SOLO PER FARE NETWORKING?

Eh, no. Per me il networking è un'altra cosa: incontrarsi faccia a faccia, davanti a un caffè, e ascoltare, discutere, proporre e così via. LinkedIn, da questo punto di vista, può essere un ottimo acceleratore. Quando seguo i manager per potenziare il loro personal branding e

il loro networking, suggerisco di trovare tanti contatti in target su LinkedIn, ma poi di incontrarne uno o due alla settimana. Di persona.

## 4. I CONTENUTI SU LINKEDIN NON LI LEGGE NESSUNO, PERCHÉ SCRIVERLI?

Un tempo LinkedIn veniva usato solo come social network, per collegarsi a colleghi e clienti, al limite per mandare e ricevere messaggi. Ora sempre più persone lo usano anche come social media (dovrei scrivere social medium), per pubblicare e leggere contenuti interessanti. La pubblicazione di contenuti è un'ottima tattica per attuare il cosiddetto "content marketing" e generare relazioni e opportunità.

## 5. DOVE LO TROVO IL TEMPO DI GESTIRE IL PROFILO LINKEDIN?

Molte persone pensano non solo che usare LinkedIn sia tempo perso, ma che il tempo necessario sia davvero tanto: ore e ore alla settimana. Ovviamente questo dipende dal tipo di ruolo (un sales manager dovrebbe passare molte ore su LinkedIn) ma in linea di massima per ottenere risultati significativi, a detta di LinkedIn, bastano solo nove minuti al giorno. Ripeto: nove! Per fare cosa? Gestire la rete di contatti (gli inviti in entrata e in uscita), i messaggi, pubblicare e interagire con contenuti altrui. Chi non ha nove minuti per gestire la propria comunicazione digitale?



**GIANLUIGI BONANOMI** è un formatore sulla comunicazione digitale. Dopo la laurea con tesi sulle relazioni online nel 2001, ha lavorato per una dozzina d'anni nel settore dell'editoria informatica come giornalista professionista (Computer Idea, tra gli altri). Ha scritto alcuni saggi e manuali su Internet, computer, smartphone e social media (su tutti Facebook e LinkedIn) per diversi editori ed è direttore della collana "Fai da tech" di Ledizioni. Dal 2012 si occupa di formazione aziendale, anche per la Business School del Sole24Ore, in particolare sull'uso strategico di LinkedIn (e social selling), brand journalism, Web writing, content marketing, e per genitori e scuole sull'uso consapevole del digitale. Sito web: [www.gianluigibonanomi.com](http://www.gianluigibonanomi.com)

