

# CHECKLIST PROFILO LINKEDIN



[brandme.io](http://brandme.io)  
[info@brandme.io](mailto:info@brandme.io)

# IMPOSTAZIONI DI BASE

- La tua immagine sul profilo è curata e professionale
- Il banner è personalizzato e ben dimensionato per tutti i dispositivi
- Il sommario è ottimizzato per i motori di ricerca
- Il riepilogo ti descrive perfettamente e include delle keyword pertinenti il tuo settore e la tua professione
- L'URL del tuo profilo LinkedIn include il tuo nome
- Il profilo è pubblicato sia in italiano sia in inglese
- Il profilo è pubblicato in una terza lingua utile per la mia professione
- Il dominio della tua mail è lo stesso del sito aziendale
- Tutte le informazioni di contatto sono presenti ed aggiornate
- Tutti i media che hai caricato sul profilo sono attinenti alle tue esperienze e competenze professionali
- Tutti i link alle risorse web gestite da te o collegate alla tua azienda sono presenti sul profilo
- Il tuo profilo è collegato alla pagina LinkedIn aziendale
- Il tuo profilo è collegato a gruppi e vetrine LinkedIn aziendali
- Hai attivato un profilo su SlideShare
- Il tuo profilo LinkedIn è collegato al tuo account Twitter
- Il tuo profilo LinkedIn è collegato al tuo profilo Instagram
- Il tuo profilo è sincronizzato con le tue rubriche Outlook o Gmail
- Il tuo profilo è sincronizzato con la rubrica del tuo cellulare aziendale





# VISIBILITÀ

- Hai scelto che il tuo profilo sia visibile sui motori di ricerca
- Effettuando in incognito o privato una query sul tuo nome, il tuo profilo appare tra i primi 10 proposti da LinkedIn su quel motore di ricerca
- Il tuo profilo è visibile a tutti gli utenti LinkedIn
- Chi ha il tuo numero di telefono o indirizzo e-mail in rubrica può trovarti su LinkedIn
- Gli altri utenti possono menzionarti o taggarti nei loro contenuti
- Hai autorizzato LinkedIn ad associare il tuo profilo ai tuoi interessi e a rappresentarli
- Hai dei link che da siti o blog rimandano al tuo profilo LinkedIn
- Il tuo badge di LinkedIn è incorporato nelle tue e-mail
- Il tuo badge di LinkedIn è incorporato nei documenti elettronici che utilizzi
- Il tuo QR code di LinkedIn è nei preferiti dei tuoi album fotografici
- Il tuo QR code di LinkedIn è stampato sui tuoi biglietti da visita

# ESPERIENZE

- Posizioni lavorative precedenti
- Formazione precedente
- Esperienze di volontariato
- Lingue
- Competenze di settore
- Competenze interpersonali
- Altre competenze
- Pubblicazioni
- Certificazioni
- Corsi
- Progetti
- votazione esame
- Organizzazioni
- Brevetti



# PUBBLICAZIONI

- Pubblichiamo degli articoli originali e ben curati nel testo e nelle immagini
- Quando pubblichiamo un articolo prestiamo attenzione anche alla componente SEO
- Pubblichiamo sul tuo profilo anche gli articoli che scrivi per il tuo sito o blog
- Quando pubblichiamo un articolo inviamo il link per messaggio ai tuoi contatti più importanti
- Pubblichiamo almeno un nuovo articolo al mese
- Quando pubblichiamo dei post ti assicuriamo della qualità dell'immagine, dell'accuratezza del testo e che tutti gli #argomenti e @contatti pertinenti siano presenti
- Pubblichiamo almeno un nuovo post alla settimana
- Ricandidiamo regolarmente i post dei tuoi contatti e gruppi arricchendoli con i tuoi contenuti
- Ricandidiamo contenuti da altri social su LinkedIn
- Ricandidiamo i contenuti di LinkedIn su altri social
- Pubblichiamo articoli e post anche in inglese o altre lingue
- Ricandidiamo contenuti anche in inglese o altre lingue
- Utilizziamo PointDrive per fare delle pubblicazioni
- Una selezione dei tuoi contenuti è pubblicata anche su SlideShare
- Dal tuo profilo LinkedIn pubblichiamo dei video inediti e appropriati per questo social
- Sul tuo profilo condividiamo dei contenuti video prodotti da te e che hai già pubblicato su altre piattaforme (YouTube, Vimeo ecc.)
- Quando pubblichiamo o condividiamo dei video dal tuo profilo ti assicuriamo che i sottotitoli siano caricati e attivi
- Quando pubblichiamo o condividiamo un video poniamo cura sia al titolo che alla descrizione dei contenuti che completiamo con i giusti #argomenti e @tag
- Quando condividiamo dei contenuti video prodotti da altri su questa o altre piattaforme social ti assicuriamo di rispettare in pieno regole e netiquette

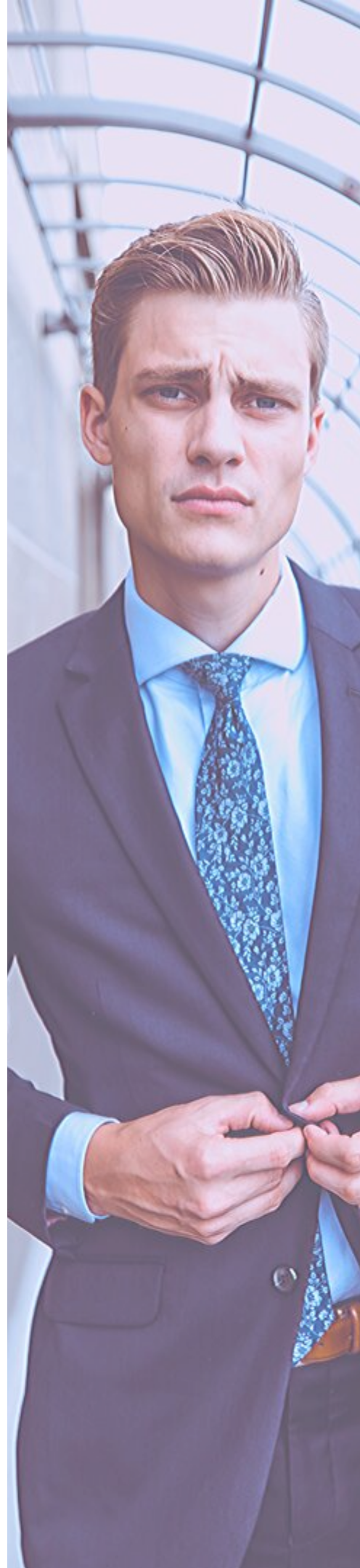


# PRIMO IMPATTO

- Quando il tuo profilo appare tra quelli proposti da LinkedIn su un motore di ricerca la tua "scheda di anteprima" (Rich Snippet) mostra la tua immagine ed è completa in ogni sua parte
- Quando qualcuno visualizza il tuo profilo pubblico riesce ad avere tutte le informazioni importanti senza che appaiano ridondanti
- Le tue 3 competenze in primo piano hanno più di 99 conferme ognuna
- Almeno una di queste conferme viene evidenziata da LinkedIn come proveniente da "un esperto del settore"
- Il tuo profilo pubblico mostra delle segnalazioni che hai ricevuto
- Almeno una di queste segnalazioni non proviene da un tuo collega
- In "Collegamenti" appare l'icona "500+ collegamenti"
- In "Articoli e attività" ci sono contenuti pubblicati o ricondivisi da meno di 30 giorni

# ENTRARE NELLA TUA RETE DI CONTATTI

- Hai attivato la funzione "Seguimi" per quanti visitano il tuo profilo
- Tutti gli utenti LinkedIn possono inviarti una richiesta di collegamento
- Gli amministratori dei gruppi LinkedIn possono invitarti a farne parte
- Chi visita il tuo profilo ha modo di sapere chi altri viene visualizzato insieme a te
- Chi visita il tuo profilo può vedere per cosa contattarti via messaggio
- Chi ha il tuo numero di telefono o indirizzo e-mail in una sua rubrica può inviarti una richiesta di contatto



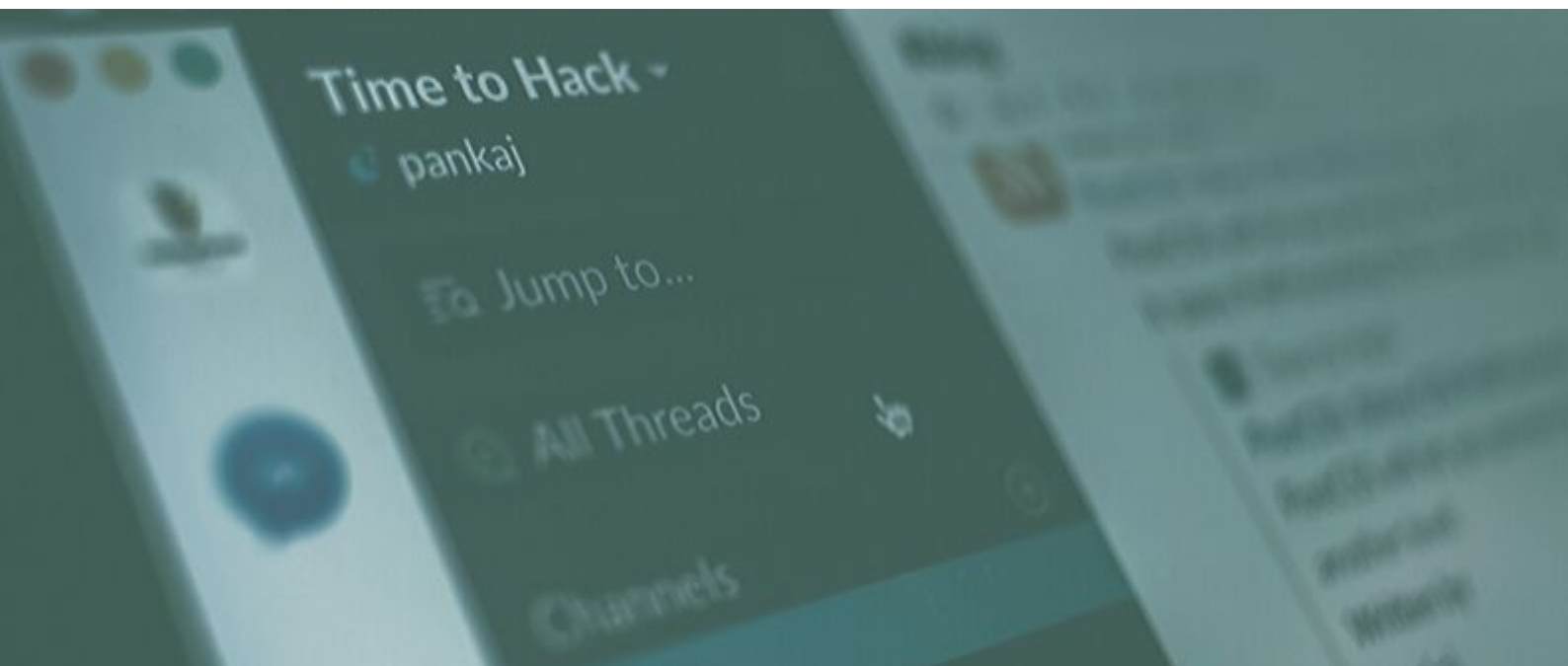
# INTERAZIONI

- Prima di richiedere il collegamento visiti il profilo di quella persona
- Quando richiedi il collegamento a un altro utente invii la richiesta attraverso un messaggio personalizzato anche dall'App.
- Quando intendi inviare una richiesta di collegamento ad una persona che stai già seguendo ti premuri di interagire prima con qualche suo post o commento
- Quando qualcuno ti dà il collegamento gli invii un messaggio di ringraziamento personalizzato
- Dopo aver ricevuto il collegamento rivisiti il profilo e, con cognizione di causa, confermi alcune competenze di quell'utente
- Quando ricevi una richiesta di adesione a un gruppo, prima di decidere, ti accerti che sia coerente con il tuo profilo
- Quando ricevi una richiesta di adesione a un gruppo, se accetti, ringrazi per l'invito
- Ti assicuri di interagire regolarmente con i post delle aziende che segui E dei gruppi di cui fai parte
- Ti assicuri di interagire regolarmente con gli #argomenti di tuo interesse
- Quando ricevi una richiesta di collegamento da un utente prima di accettarla visiti il suo profilo
- Quando ricevi una richiesta di collegamento ad una pagina aziendale, se accetti, ringrazi anche per l'invito
- Quando interagisci con i contenuti degli Influencer ti assicuri di fare qualcosa per entrare in contatto con utenti esterni alla tua rete che condividono le tue opinioni e interessi
- Chiunque commenta i tuoi contenuti riceve una risposta adatta alle circostanze e perfettamente in linea con la netiquette di questo social
- Chiunque ti invii un messaggio riceve una tua risposta, non una "risposta template"
- Ti congratuli per un cambio di ruolo, avanzamento di carriera ecc. solo con persone con cui sei effettivamente in relazione e scrivi loro qualcosa di personale, sentito e appropriato
- Scrivi di tua iniziativa delle raccomandazioni a persone che conosci e che ritieni in gamba per il puro gusto di farlo
- Eviti di richiedere una raccomandazione ogniqualvolta ne scrivi una ad un tuo contatto ed eviti di scriverne una di default ogniqualvolta un tuo contatto ne scrive una a te



# ESPANDERE LA RETE

- Tutte le persone delle tue rubriche professionali hanno ricevuto un invito a collegarsi al tuo profilo
- Hai elaborato almeno una lista di indirizzi e-mail di persone con cui desideri entrare in contatto su LinkedIn e l'hai importata nel tuo profilo
- Elabori regolarmente delle liste di indirizzi e-mail di persone con cui vuoi entrare in contatto su LinkedIn e le importi nel tuo profilo
- Prima di inviare delle nuove richieste di collegamento a una rubrica o lista ti assicuri di ritirare tutte le tue richieste di collegamento ancora in sospeso
- Chi visualizza il tuo profilo riceve a sua volta una tua visita e, se lo ritieni interessante, una richiesta di collegamento personalizzata
- Ogniqualevolta un "Leader senior" visualizza il tuo profilo riceve a sua volta una tua visita e una richiesta di collegamento personalizzata
- Ogniqualevolta c'è un'interazione con un tuo contenuto visiti il profilo di quella persona e se la ritieni interessante gli invii una richiesta di collegamento personalizzata
- Controlli regolarmente i suggerimenti di LinkedIn per espandere il tuo network, visiti i profili degli utenti che ritieni più interessanti e poi decidi se inviare loro una richiesta di collegamento
- Utilizzi regolarmente i suggerimenti di LinkedIn per connetterti alle pagine delle aziende dove lavorano le persone che vorresti invitare nella tua rete di contatti
- Utilizzi regolarmente i suggerimenti di LinkedIn per connetterti agli #argomenti affini alla tua professione e interessi così da migliorare il tuo feed



# TROVARE LAVORO

- Nel tuo sommario il ruolo attuale non è "in cerca di occupazione" o similari, le immagini sono curate e professionali e gli allegati multimediali pertinenti
- Nel tuo sommario la descrizione non è scritta per punti elenco, non è la lista dei tuoi titoli di studio, assomiglia più a una cover che a un CV e ti descrive per quello che sei e non esclusivamente per quello che hai fatto
- Hai seguito i suggerimenti di LinkedIn sia per espandere il tuo network, sia per predisporre tutto il tuo profilo in funzione del tuo obiettivo di collocamento o ricollocamento
- Hai attivato un'utenza premium e, già nel suo periodo di prova, l'hai sfruttata per innalzare il livello della tua rete di contatti
- Le competenze che hai evidenziato hanno un senso con i ruoli per cui ti candidi ed hanno tutte un buon numero di conferme
- Hai almeno una raccomandazione in evidenza sul tuo profilo che ti rappresenta correttamente
- Effettuando in incognito o privato una query sul tuo nome, non appaiono in rete risultati che potrebbero scoraggiare un head hunter dal contattarti

# REPERIRE CANDIDATI

- Avete una pagina aziendale su LinkedIn
- Avete la vostra "Career Pages"
- Utilizzate un account LinkedIn Recruiter o Recruiter Lite
- Utilizzate LinkedIn Talent Insights
- Utilizzate LinkedIn Elevate





# AUMENTARE LA NOTORIETÀ DEL BRAND AZIENDALE

- Avete almeno una pagina aziendale su LinkedIn
- Avete una o più vetrine aziendali
- Gestite uno o più gruppi
- Utilizzate LinkedIn Elevate
- Siete attivi sul blog ufficiale di LinkedIn

# ESPANDERMICI ALL'ESTERO

- Il tuo profilo è multilingue
- Le pagine e vetrine aziendali sono anche in lingua inglese
- Le attività di pubblicazione, posting e re-posting sono in più lingue
- La rete di contatti che ti stai costruendo è orientata a uno o più mercati target

# DIVENTARE UN LEADER DI OPINIONE

- Il tuo profilo è multilingue
- Hai un alto livello di attività e interazione sul blog ufficiale di LinkedIn
- Pubblichiamo regolarmente su SlideShare
- Pubblichiamo regolarmente i tuoi contenuti video

# AGGIORNARMI FORMARMI

- Utilizzi la piattaforma LinkedIn Learning
- Ho attivato l'iscrizione al blog ufficiale di LinkedIn

