



COME STRUTTURARE UN PROFILO



EFFICACE

BY LUCA GIANNUZZI - JR RECRUITER PLACE&PEOPLE



LINKEDIN, IL SOCIAL "PROFESSIONALE"

Perché registrarsi su LinkedIn?

LinkedIn fa parte della grande famiglia dei social network, ed esiste ormai da diversi anni. Sin dal suo lancio il 5 maggio del 2003, LinkedIn nasce come un "social professionale", ovvero una piattaforma finalizzata alla condivisione di contenuti appartenenti al mondo del lavoro.

Annunci e vacancy si affiancano allo sharing di post, immagini, articoli, infografiche, link, video, topic e gruppi attraverso i quali è possibile entrare in contatto con **professionisti** con più o meno esperienza, appartenenti al nostro stesso settore lavorativo o provenienti da diverse realtà aziendali, di cui sono portatori di valori e idee.

Con il passare del tempo LinkedIn è cresciuto ed ha implementato diverse nuove funzioni, adeguandosi alle necessità dei propri utenti: per esempio ha recentemente aggiunto la funzione relativa all'**e-learning**, a **servizi di talent solution**, **sales solution**, e **soluzioni di marketing per le aziende**

Dunque, creare un profilo personale può essere utile per molteplici motivi, tra cui conoscere ed entrare nel mondo del lavoro, capirne l'evoluzione e la trasformazione, oltre a conoscerne punti di vista riguardo innumerevoli tematiche e dinamiche.



FOTO DEL PROFILO E COPERTINA

L'immagine del profilo

Uno degli elementi distintivi su LinkedIn è sicuramente la **foto** del profilo.

Dunque è necessario che la nostra foto sia quella più giusta, che rispecchi in particolare la nostra professionalità.

Ecco i **requisiti** che dovrebbe avere la foto del nostro profilo LinkedIn:

- la foto dev'essere **recente**, in modo da essere immediatamente riconosciuto da chi ci ha incontrato o cercato;
- è necessario riempire il più possibile lo spazio con il nostro volto (**in primo piano**): un mezzo busto ad esempio va benissimo.
- scegliamo la **giusta espressione** cercando di accennare a un sorriso e al contempo di dimostrare credibilità e professionalità;
- indossiamo un **abito coerente** con il nostro settore professionale.
- assicuriamoci che non siano presenti altri elementi sullo sfondo di qualsiasi genere (uno sfondo bianco senza loghi, quadri ecc. sarebbe l'ideale).

L'immagine di copertina

Anche l'immagine di copertina, ovvero l'immagine sullo sfondo del nostro profilo può rappresentare un elemento determinante nel farsi notare da chi ci cerca, in particolare durante la ricerca di lavoro.

Essa infatti, al pari della nostra foto del profilo, può rappresentare sia la nostra **professionalità**, che i nostri valori e idee.

Perciò sarebbe meglio scegliere un'immagine di copertina che si inserisca all'interno del nostro profilo e che riesca a dare l'idea di chi siamo.

Almeno su questo punto non esistono "regole" specifiche e ben definite.



HEADLINE ED ESPERIENZE PROFESSIONALI

Curare la headline

Headline è facilmente traducibile come "**Linea di Testa**", ovvero nel profilo LinkedIn quella parte più in alto che descrive la nostra essenza e professionalità in soli 120 caratteri. Pertanto sarebbe dunque necessario provare a vestire i panni di un potenziale cliente o recruiter, cercando il più possibile di capire cosa loro si aspettano di leggere nella nostra headline: il consiglio principale è quello di utilizzare **keywords** che riguardano la nostra professione, in modo da comparire facilmente all'interno di ricerche e descrivendo al tempo stesso in modo sintetico di cosa ci occupiamo. **Job title** e termini specifici relativi alla nostra professionalità ci aiutano anche nel nostro posizionamento SEO, elemento da non trascurare per cercare di superare i nostri competitor!

Esperienze professionali

Come un **curriculum vitae virtuale**, LinkedIn offre la possibilità di inserire all'interno del profilo tutte le nostre esperienze professionali. Ma come le possiamo riportare in modo efficace?

Anche in questo caso vale il discorso fatto per la headline, cercando di ricoprire il ruolo di recruiter o clienti e provando a riportare cosa vorremmo che loro visualizzassero. Perciò il suggerimento è di essere **precisi** e completi nel riportare le esperienze lavorative, cercando di inserire nello spazio descrittivo sia le **attività svolte**, sia i successi raggiunti. A volte numeri e statistiche relativamente a quanto fatto in passato possono dare un'idea del **contributo** operativo che potremmo dare ad un nostro futuro cliente o datore di lavoro.



FORMAZIONE E COMPETENZE

Formazione e Corsi

Senza dubbio anche la sezione relativa alla formazione ha il suo peso.

Dunque, il suggerimento è cercare, fin dove possibile, di essere completi e sintetici allo stesso tempo: **formazione scolastica ed universitaria** sono fondamentali per completare il nostro profilo LinkedIn.

Ad esse si possono aggiungere corsi di formazione di qualsiasi genere, da **master** a **corsi professionalizzanti**, fino a corsi di aggiornamento ecc. Allegare eventuali **attestati di partecipazione**, certificati e **brochure** può risultare molto importante affinché coloro che visitano il nostro profilo possano informarsi riguardo enti e scuole presso cui abbiamo acquisito e/o migliorate le nostre conoscenze.

Competenze e Referenze

Una delle tante funzioni di LinkedIn è quella di inserire all'interno del profilo le **competenze** che possono essere utili per coloro che visitano il nostro profilo. Le competenze possono essere di vario genere, e LinkedIn stesso ne offre un'ampia scelta in termini di aree di specializzazione, **software** conosciuti ed utilizzati, conoscenza delle **lingue straniere** (di cui esiste un'apposita sezione) e così via. Certamente avere diverse competenze che si aggiungono ad esperienze lavorative aiutano gli utenti di LinkedIn nella ricerca di lavoro: a questo si può aggiungere la possibilità per i collegamenti dell'utente di **confermare** le competenze segnate da quest'ultimo. Inoltre è possibile per colleghi e datori di lavoro, lasciare delle **referenze** per arricchire ulteriormente i profili di noi utenti.



CREARE UNA RETE DI CONTATTI

L'importanza di avere un'ampia rete di contatti

Per avere un profilo LinkedIn davvero efficace è necessario creare un'ampia rete di **contatti**. In quanto social network, LinkedIn dà la possibilità di entrare in collegamento tra utenti, ovvero, attraverso la richiesta di uno verso l'altro, di condividere le informazioni ed attività dei rispettivi profili.

Quando si invia una richiesta di collegamento è possibile anche abbinare un **messaggio**, con il quale è possibile presentarsi oppure condividere qualsiasi tipo di informazione.

Sono attive anche le opzioni "**segui**" sia per profili di professionisti che per le pagine delle aziende, in modo da restare aggiornati sulle attività di quest'ultimi attraverso la propria bacheca.

Ma perché un'**ampia rete** può essere importante per le nostre attività su LinkedIn?

Senza dubbio un gran numero di collegamenti ci aiuta a farci conoscere, quando condividiamo post, video, pubblichiamo articoli, opinioni, recensioni ecc.

Ma **attenzione**, non sempre quantità corrisponde a qualità! L'obiettivo infatti è quello di entrare in contatto con professionisti del nostro settore, o con cui possiamo condividere idee e contenuti, arricchendo la nostra professionalità o fornendo un sostegno non indifferente alla nostra ricerca di lavoro.

Perciò è consigliabile **scegliere** quali potrebbero essere i nostri contatti, non dimenticando i motivi e obiettivi che ci hanno portato a creare un profilo su LinkedIn. Creare una rete e "**fare rete**" è fondamentale, a maggior ragione oggi, dove i social network sono riusciti a ridurre le distanze, non solo a livello geografico.



CREATIVITA'

L'importanza della creatività su LinkedIn

Ci può essere creatività nell'universo digital? Sì, assolutamente. E non ci riferiamo solamente ai programmi di grafica, o i software per videomaker etc. Anche il mondo social ha la sua componente di **creatività**.

Essa può innanzitutto riguardare la veste grafica del nostro profilo social, anche su LinkedIn, spaziando dalla scelta dell'**immagine** del profilo, a quella di copertina, fino ad arrivare ai contenuti che inseriamo e condividiamo.

Sono diversi i modi in cui gli utenti mostrano la loro creatività nei social network: creare **gruppi** e pagine tematiche può essere espressione di creatività, a cui si affianca la produzione e lo **sharing** caricando di contenuti per attrarre l'attenzione degli utenti, favorendone l'interazione.

I post possono infatti contenere immagini, video, testi, link, canzoni, contenuti prodotti e condivisi da altri utenti, **infografiche**.

Dunque, la creatività può spaziare su un enorme numero di prodotti, che rappresentano spesso le personalità dei diversi utenti e i relativi gusti (ad es. colori preferiti, dimensione e font dei caratteri scelti, interesse per musica, cinema, teatro, sport, storia, geografia, attualità etc.)

La creatività perciò può essere applicata davvero a qualsiasi ambito, offline e **online**: se fino a ieri la nostra tela era un foglio bianco, oggi essa può essere la sezione "avvia un post" o "a cosa stai pensando?", dove in pochi caratteri e con una foto possiamo **disegnare** chi siamo!

La "**creatività richiede coraggio**" - disse Matisse - perciò siamo coraggiosi e creiamo!

