

COME USARE LINKEDIN PER FARE BUSINESS

Ormai tutti lo conoscono, **LinkedIn** è il social network dei professionisti, la piattaforma perfetta per chi ha un'attività B2B e per chi, semplicemente, vuole informarsi e discutere con collaboratori e colleghi.

Nata come piattaforma di "recruitment", dove i professionisti potevano pubblicare e condividere il CV per trovare lavoro o collaborazioni, oggi questo canale è diventato uno dei più usati anche per fare **marketing**, promuoversi e promuovere la propria azienda.

Certamente è molto settoriale: per esempio non è molto utile se si vende abbigliamento al dettaglio, ma può essere interessante per i grossisti, come i tour operatori, per chi si occupa di consulenza aziendale di ogni tipologia.

Vediamo come si può sfruttare **LinkedIn** per **fare business**!

LinkedIn strategy: usalo per il tuo business

LinkedIn è un canale che può essere usato sia per auto-promuoversi, sia per far conoscere la propria azienda: può essere usato sia da liberi professionisti, sia da imprenditori e manager. In entrambi i casi è possibile creare una **strategia di marketing** grazie alle risorse offerte dal sistema. Recentemente LinkedIn ha pubblicato una guida per gli utenti che vogliono fare business attraverso la piattaforma. Il titolo è tutto un programma: "**Tactical Plan. A daily playbook for successful content marketing on LinkedIn**". Il documento è rivolto a tutti gli utenti che vogliono realizzare una strategia di **content marketing**, ovvero realizzare contenuti efficaci usando gli strumenti messi a disposizione dal canale.

La parola d'ordine è PIANIFICARE: questa attività è centrale in ogni strategia, e nel documento l'importanza della pianificazione è sottolineata in tutto il testo. Ma per sapere cosa realizzare si devono conoscere bene gli strumenti che si hanno a disposizione, così il file spiega passo dopo passo i cinque tool che i professionisti hanno a disposizione per **fare marketing con LinkedIn**. Ecco quali sono:

1. **LinkedIn Company Pages**
2. **LinkedIn Slideshare**
3. **Publishing on LinkedIn**
4. **LinkedIn Sponsored Update & Direct Sponsored Content**
5. **LinkedIn Groups**

Ecco la pagina di riferimento e vediamo un po' cosa ci dice il documento a proposito di ogni strumento di LinkedIn!

COME USARE LINKEDIN PER FARE BUSINESS

LINKEDIN CONTENT MARKETING TACTICAL PLAN



Here's Your Printable Plan for Killing it with Content Marketing on LinkedIn

OPPORTUNITIES	WHAT TO SHARE	OBJECTIVES	KEY METRICS	ACTION ITEMS
 LinkedIn Company & Showcase Pages	<ul style="list-style-type: none"> Whitepapers eBooks Case Studies Industry Articles Helpful How-To Content 	<ul style="list-style-type: none"> Brand Awareness Lead Generation Thought Leadership Event Registration 	<ul style="list-style-type: none"> Page Followers Post Clicks Engagement Inquiries & Leads Event Registrants 	<ul style="list-style-type: none"> Post 3-4x a Day Engage With Followers Via Post Comments Change Cover Image Every 6 months
 LinkedIn SlideShare	<ul style="list-style-type: none"> Company Videos & Presentations Infographics Webcast Decks 	<ul style="list-style-type: none"> Lead Generation Brand Awareness Thought Leadership SEO 	<ul style="list-style-type: none"> Views Leads & Inquiries Linkbacks & Embeds 	<ul style="list-style-type: none"> Upload New Content Weekly Highlight Decks on Profile Page Group Content into Playlists Add Lead Forms
 Publishing on LinkedIn	<ul style="list-style-type: none"> Professional Expertise & Experiences Industry Trends Lessons Learned 	<ul style="list-style-type: none"> Thought Leadership 	<ul style="list-style-type: none"> Post Views (& Demographics of Your Readers) Post Likes, Comments & Shares Profile Views 	<ul style="list-style-type: none"> Publish Whenever You Feel Passionate Recommended: Bi-Weekly or Once a Month
 LinkedIn Sponsored Updates & Direct Sponsored Content	<ul style="list-style-type: none"> Company News Blog Content Industry News & Research Case Studies Webcasts Eye-Catching Visuals & Statistics 	<ul style="list-style-type: none"> Lead Generation Brand Awareness Thought Leadership 	<ul style="list-style-type: none"> Engagement Rate Impressions Inquiries or Leads Company or Showcase Page Followers 	<ul style="list-style-type: none"> Run 2-4 Sponsored Updates/Week Run For 3 Weeks, Then Test & Iterate Select Compelling Visuals Share Links To Lead Forms & Add URL Tracking Code
 LinkedIn Groups	<ul style="list-style-type: none"> Avoid Self-Promotion Use as a Catalyst for Thought Leadership & Community Spark Conversations About Industry Trends & Challenges Ask Questions to Crowdsourc Sentiment 	<ul style="list-style-type: none"> Thought Leadership 	<ul style="list-style-type: none"> Number of Group Members Number of Discussions Quality of Conversions Number of Profile Views Number of New Connections 	<ul style="list-style-type: none"> Create a Group for Your Company Ask for Opinions & Provide Insights Monitor Submissions Daily Highlight Top Contributors Promote Group on Social Media

LinkedIn Company Pages

Sono le pagine aziendali, in cui è possibile condividere notizie e informazioni sulla tua azienda, sui prodotti e servizi. Puoi cogliere l'occasione per presentare i tuoi progetti e cercare eventuali collaboratori o persone interessate a lavorare con te. Ricorda di rivolgerti alle persone che potrebbero realmente essere interessate a te!

Cosa puoi condividere?

- White Paper: ricerche e analisi relative ad un problema legato al tuo settore, inserendo le tue opinioni per suscitare una discussione intorno al documento.
- Ebook
- Casi studio: riporta le migliori esperienze di vendita, assistenza, contatto con i tuoi clienti.
- Articoli da fonti autorevoli (non i tuoi concorrenti).
- Guide How-to: articoli di aiuto per effettuare attività legate al tuo prodotto/servizio o comunque legate al tuo settore.
- Immagini e infografiche

Con le pagine di questo tipo è possibile fare **lead generation!**

COME USARE LINKEDIN PER FARE BUSINESS

Tempo da dedicare: 1/giorno – 4/settimana – 10/ mese. Puoi postare circa 3 volte al giorno, alternando i tuoi contributi con quelli delle altre persone, ma anche tipologia di post (immagini, video, slide, testi, link...).

LinkedIn Slideshare

LinkedIn Slideshare è un sotto-canale di LinkedIn dove è possibile elaborare e condividere slide di ogni tipo. Sono più di 70 milioni al mese i visitatori unici della piattaforma e ogni giorno contiene più di 15 milioni di pubblicazioni totali.

Potremmo descrivere le slide come una sorta di infografica più lunga ed articolata, capace di affrontare, spiegare, presentare contenuti legati alle tematiche più disparate.

Cosa puoi condividere?

- Presentazioni dell'azienda formato video
- Video-conferenze e registrazioni
- Video degli influencer del tuo settore
- Consigli & How-To
- Contenuti grafico-informativi sintetici ma interessanti

Inoltre, puoi raggruppare i tuoi contenuti in differenti categorie, aggiungere alle slide un form di iscrizione, inserire le tue presentazioni nella tua pagina aziendale e ricorda di linkare il tuo sito web ufficiale nelle tue slide per aumentarne il traffico. Inserisci le giuste parole chiave e il tuo testo sarà ottimizzato per i motori di ricerca!

Tempo da dedicare: mezz'ora al giorno.

Publishing on LinkedIn

LinkedIn è la più importante piattaforma professionale: ogni settimana vengono pubblicati circa 130,000 post ogni milione di iscritti. Questi contenuti sono letti da CEO, imprenditori, manager e professionisti di ogni settore e livello.

Pubblicare su LinkedIn dal proprio profilo professionale è fondamentale per aumentare la propria **leadership**, la rete di contatti e le opportunità di business.

Cosa puoi pubblicare?

- Trend del mercato
- Esperienze lavorative
- Lezioni e altri corsi
- Eventi professionali
- Tutti i contenuti che possono aiutarti dal lato professionale

Tempo da dedicare: 1 ora/settimana

LinkedIn Sponsored Update & Direct Sponsored Content

COME USARE LINKEDIN PER FARE BUSINESS

Anche su LinkedIn si possono fare delle sponsorizzazioni: è possibile aumentare il bacino dei propri lettori o far visualizzare la propria pagina business ad una quantità maggiore di iscritti.

Cosa puoi sponsorizzare?

- News dalla tua impresa
- Contenuti del tuo blog
- Statistiche
- Infografiche
- Casi studio
- Slide
- Tutti i contenuti

Tempo da dedicare: 30 minuti al giorno

LinkedIn Groups

I **gruppi** sono lo zoccolo duro di **LinkedIn**, in nessun altro social network funzionano così bene. Forse perché qui hanno veramente ragione di esistere? Si cresce professionalmente attraverso l'aggiornamento, il confronto con i colleghi, l'aiuto da chi ha più competenze e così via. I gruppi assicurano tutto questo e, allo stesso tempo, permettono di migliorare la propria **web-reputation** e costruire una leadership di successo.

Come interagire sui gruppi?

- Evita contributi auto-celebrativi.
- Crea un gruppo per la tua azienda e chiedi consigli, pareri, fornisci dati e così via.
- Poni domande interessanti e stimolanti.
- Partecipa alle discussioni.
- Condividi i tuoi contenuti quando sono coerenti e possono dare valore alla discussione.

Tempo da dedicare: 20 minuti al giorno