

# LinkedIn business: sfruttare LinkedIn per vendere online.



è un'iniziativa



con



CONFCOMMERCIO  
IMPRESE PER L'ITALIA  
ASCOM PADOVA

**ASCOM**  
Servizi Padova s.p.a.



**ASSINTEL**  
ASSOCIAZIONE NAZIONALE  
IMPRESE ICT

**MetLife**

**Canon**

**AVIVA**

**UniCredit**

**SHIONOGI**

**NinjaAcademy**

**GAMBERO ROSSO**

**TXT GROUP**  
EDUCATIONAL PROVIDER

**BioVibe**  
SALUTE E BELLESSERE



**Sandhills Italy**

**24ORE  
BUSINESS SCHOOL**



**SAPIENZA**  
UNIVERSITÀ DI ROMA

# Di cosa parliamo oggi...

1. Qualche numero su LinkedIn
2. Prima di iniziare
3. Esempi di funnel
4. Best practice profilo LinkedIn
5. Best practice network LinkedIn
6. Social blogging con LinkedIn

# Qualche numero su LinkedIn

# I numeri di LinkedIn

- Utenti: 675 milioni nel mondo (in Italia: ~16 milioni)
- Utenti attivi al mese: 310 milioni (46,7%)
- Nuovi profili creati: 2 al secondo
- 24% millennials (18-24) utilizza LinkedIn
- LinkedIn è il canale n.1 per il marketing B2B

Fonte:



# Cosa fanno gli utenti su LinkedIn

- Creano relazioni professionali
- Cercano opportunità di business
- Fanno personal branding
- Si informano



# I giornalisti e LinkedIn

Secondo una ricerca condotta da L45, «I principali social media utilizzati dai giornalisti come fonti di notizie risultano essere LinkedIn (40%) e Twitter (28%).»



# Employee advocacy, un'opportunità per le aziende

Fare employee advocacy (o employer branding) vuol dire coinvolgere i dipendenti di un'azienda nella produzione e diffusione di contenuti legati al brand (o al suo settore), condividendoli nei profili social personali.

L'obiettivo è favorire il passaparola positivo e rafforzare il brand personale e, di riflesso, quello dell'azienda.



# Cosa fa un utente attivo su LinkedIn?

1. Ottimizza il proprio **profilo**
2. Espande il proprio **network** in modo coerente
3. Crea e condivide **contenuti** di valore



# Prima di iniziare

# 1) LinkedIn fa al caso tuo?

La prima domanda che dobbiamo porci è se LinkedIn può effettivamente servire a me come professionista e/o all'azienda per cui lavoro o che rappresento.

- Vendo servizi/prodotti ad altre aziende/professionisti?
- I miei clienti/fornitori/partner sono su LinkedIn?
- I miei clienti sono utenti attivi su LinkedIn?
- I miei clienti cercano informazioni su LinkedIn?

## 2) Qual è il tuo punto di partenza?

In questa fase è importante capire qual è lo stato dell'arte della tua azienda e dei suoi dipendenti su LinkedIn. I loro profili e la company page.

- La company page e i profili personali dei dipendenti sono ottimizzati?
- Qual è il posizionamento dei tuoi profili LinkedIn su Google?
- Qual è il Social Selling Index medio dei dipendenti?

### 3) Hai costruito il tuo funnel di vendita?

Il motivo principale per cui tu e la tua azienda siete su LinkedIn è per creare le condizioni per la vendita dei vostri servizi/prodotti.

- Cosa vuoi che faccia il tuo potenziale cliente su LinkedIn?
- Dove lo vuoi portare una volta entrato in contatto con te?

## 4) Vuoi diventare un opinion leader?

Nessuno meglio di te conosce il tuo settore di business. Se vuoi diventare un personaggio autorevole devi raccontare cosa fai e i problemi che risolvi.

- Come puoi essere utile ai tuoi potenziali clienti?
- Quali sono i problemi che potresti risolvere loro?
- Come vorresti essere percepito?
- Vuoi diventare una fonte autorevole di informazioni per gli altri?

## 5) Sai come cercare i tuoi clienti?

Sfrutta i potenti sistemi di ricerca di LinkedIn. E' da lì che possiamo cercare attivamente i nostri potenziali clienti. Ma è importante anche farsi trovare...

- Conosci i sistemi di ricerca di LinkedIn?
- Sai utilizzare i filtri?
- Chi ti cerca e come?

## 6) Stai misurando i tuoi risultati?

Ogni azione che compiamo su LinkedIn, oltre a far parte di una strategia a monte, deve portare a dei risultati misurabili.

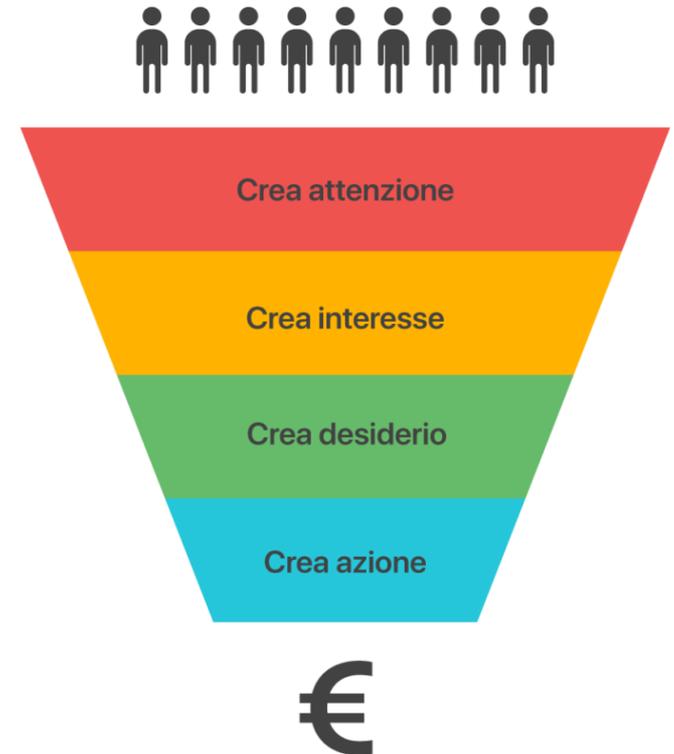
- Quale tipo di conversione possono compiere i tuoi contatti LinkedIn?
- Le conversioni possono avvenire solo online?
- Hai dei sistemi automatici per misurare?

# Esempi di funnel

# Cos'è un funnel di vendita

Un funnel di vendita è un modello di marketing che descrive l'ipotetico percorso del consumatore verso l'acquisto o la conversione.

Costituisce l'insieme degli step compiuti a partire dal primo contatto con l'azienda/professionista (online o offline) per poi giungere conversione finale.



# Da un post a un contatto interessato

**Luca De Berardinis**  
Consulente SEO (aiuto) le aziende a trovare clienti su Google | Docente di Marketing

GOOGLE INTRODUCE UN NUOVO FATTORE DI RANKING  
Si chiama "Page Experience" ed è l'insieme di 7 criteri #SEO che influiscono sul posizionamento di un sito su #Google.

- 1) Loading: il tempo che occorre al contenuto principale di una pagina per caricarsi (max 2.5sec).
- 2) Interactivity: il tempo necessario affinché una pagina sia interattiva (max 100ms).
- 3) Visual stability: la quantità di spostamenti inattesi di un contenuto visuale (fa tip col dito su una call to action ma questa si sposta per via dei tempi di adattamento del layout).
- 4) Mobile friendly: la capacità di un sito di essere fruibile anche (e soprattutto!) da uno smartphone.
- 5) Safe browsing: un sito è sicuro solo quando non presenta criticità segnalate su Search Console.
- 6) HTTPS: quando vediamo il lucchetto a sinistra dell'indirizzo della pagina, la connessione da e verso quel sito è sicura.
- 7) No intrusive interstitials: la pagina non deve presentare alcun elemento "invasivo" (ads) ai fini di una corretta e fluida lettura del contenuto.

I primi 3 fattori saranno a breve verificabili tramite Google Search Console, mentre gli altri sono tool di terze parti.

Vuoi sapere "Come Google valuta un sito web"? Leggi qui → <https://bit.ly/3euIBv5>

Seguimi su #luacad

Core Web Vitals

- Loading (Largest Contentful Paint)
- Interactivity (First Input Delay)
- Visual Stability (Cumulative Layout Shift)

Mobile Friendly

Safe Browsing

HTTPS

No Intrinsic Interstitials

Search signals for page experience

Reazioni

Consiglia Commenta Condividi Invia

21.875 visualizzazioni del tuo post nel feed

---

**Consulente e docente in Web Marketing strategico** **Luca De Berardinis**

lucadb.it LUCA DE BERARDINIS

Aggiungi sezione del profilo Altro

Luca De Berardinis

Vuoi trovare clienti su Google? Le aziende si affidano a me

Università di Bologna  
Consulente SEO

Torino, Italia • 500+ collegamenti • Informazioni di contatto

**Informazioni**

✓ COSA POSSO FARE PER TE

- Consulenza in Web Marketing Strategico
- Analisi del mercato di riferimento online
- Studio del processo di acquisto dei clienti
- Definizione degli obiettivi aziendali
- Analisi del bisogno consapevole e del bisogno latente
- SEO audit del sito web aziendale
- Espansione delle parole chiave di settore
- Identificazione della strategia search su Google
- Presto risultati organici e a pagamento su Google
- Piano di manutenzione e tracciamento dei risultati

► Formazione in azienda

- Strategia SEO a 360 su Google
- Tecniche per posizionamento su Google
- SEO copywriting: scrivere per vendere
- Progettare una campagna Google Ads
- LinkedIn e il Social Setting

✓ COLLABORAZIONI

Faccio corsi di formazione e consulenza in azienda e online dal 1999 sulle tematiche sopra elencate per PMI, professionisti e multinazionali. Collaboro attivamente con Ninja Academy, Assintel Milano, Concommercio Padova, Concommercio Venezia e Confindustria.

✓ CONTATTAMI PER UNA CONSULENZA

Se hai bisogno di aumentare la visibilità online e il valore percepito della tua azienda, contattami qui su LinkedIn o scrivimi su [luca@lucadb.it](mailto:luca@lucadb.it). Sarò felice di parlare con te analizzando le tue reali necessità e il modo migliore per raggiungere gli obiettivi che ti hai prefissato.

✓ Iscriviti alla mia newsletter → <https://lucadb.it>

---

**Luca De Berardinis**  
Consulente e Docente in SEO e Web Marketing Strategico

COSA POSSO FARE PER TE

Mi presento...

Sono Luca De Berardinis, docente e consulente SEO insieme al team di Sandhills Italy aiuto aziende e professionisti ad incrementare contatti e clienti attraverso il posizionamento organico su Google. In 20 anni ho maturato esperienza come docente

---

**Invita Luca a collegarsi**

Costruisci la tua rete collegandoti soltanto con le persone che conosci.

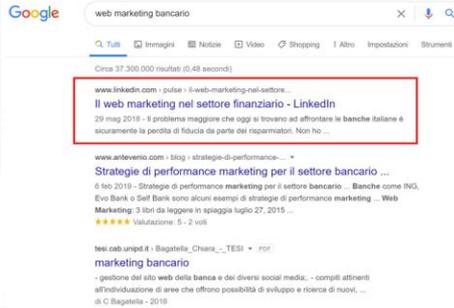
Messaggio (facoltativo)

Ciao Luca, ho scoperto il tuo profilo su [LinkedIn](#) e l'ho trovato particolarmente interessante. Vorrei entrare in contatto con te per valutare nuove opportunità di collaborazione.

122 / 300

Annulla Invia un invito

# Da una ricerca su Google a LinkedIn



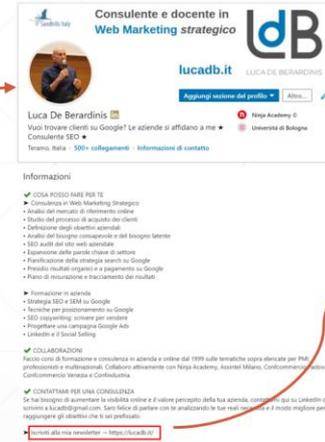
## Il web marketing nel settore finanziario

Data di pubblicazione: 29 maggio 2016 | Modifica articolo | Visualizza statistiche

**Luca De Berardinis**  
Vuoi trovare clienti su Google? Le aziende si affidano a me • Consulente SEO • 26 articoli

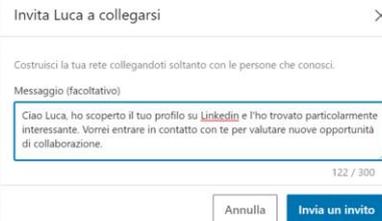
**Il problema maggiore che oggi si trovano ad affrontare le banche italiane è sicuramente la perdita di fiducia da parte dei risparmiatori.**

Non ho la pretesa di indagare sulle ragioni di questa situazione, ma è un problema che gli istituti di credito devono affrontare se vogliono riconquistare i clienti e tornare a prosperare.

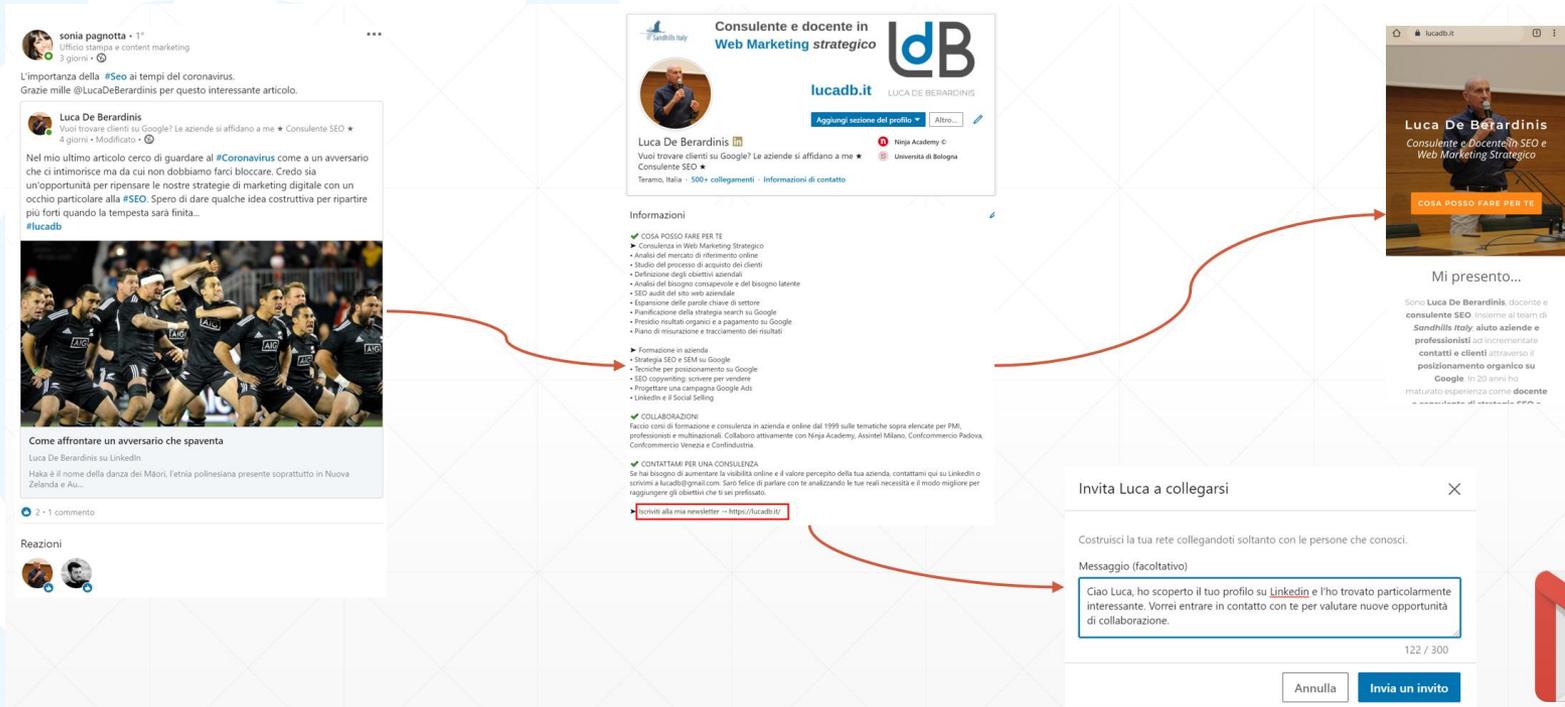


### Mi presento...

Sono Luca De Berardinis, docente e consulente SEO insieme ai team di **Sandhill's Italy**, aiuto aziende e professionisti ad incrementare contatti e clienti attraverso il posizionamento organico su Google. In 20 anni ho maturato esperienza come **docente**



# Da un post ricondiviso a un contatto interessato



# Da un sondaggio a un contatto interessato

**Luca De Berardinis**  
Consulente SEO | Aiuto le aziende a trovare clienti su Google | Docente di Mark...  
2m · 🌐

Grazie a chi dedicherà una piccola parte del suo prezioso tempo per rispondere alla mia domanda...

**I contenuti che vedi su LinkedIn, sono utili alla tua crescita professionale?**  
Puoi vedere i voti degli altri. Scopri di più

Si	71%
No	29%

145 voti · Sondaggio chiuso

---

**Luca De Berardinis**  
Consulente e docente in Web Marketing strategico  
lucadb.it  
LUCIA DE BERARDINIS

Aggiungi sezione del profilo · Altro...

Vuoi trovare clienti su Google? Le aziende si affidano a me  
Ninja Academy  
Università di Bologna  
Consulente SEO  
Teramo, Italia · 500+ collegamenti · Informazioni di contatto

**Informazioni**

✓ **COSA POSSO FARE PER TE**

- Consulenza in Web Marketing Strategico
- Analisi del mercato di riferimento online
- Studio del processo di acquisto dei clienti
- Definizione degli obiettivi aziendali
- Analisi del bisogno consapevole e del bisogno latente
- SEO audit del sito web aziendale
- Espansione delle parole chiave di settore
- Pianificazione della strategia search su Google
- Presidio risultati organici e a pagamento su Google
- Piano di misurazione e trattamento dei risultati

✓ **Formazione in azienda**

- Strategie SEO e SEM su Google
- Tecniche per posizionamento su Google
- SEO reporting: tecniche per vendere
- Progettare una campagna Google Ads
- LinkedIn e il Social Selling

✓ **COLLABORAZIONI**

Faccio corsi di formazione e consulenza in azienda e online dal 1999 sulle tematiche sopra elencate per PMI, professionisti e multinazionali. Collaboro attivamente con Ninja Academy, Assenti Milano, Confcommercio Padova, Confcommercio Venezia e Confindustria.

✓ **CONTATTAMI PER UNA CONSULENZA**

Se hai bisogno di aumentare la visibilità online e il valore percepito della tua azienda, contattami qui su LinkedIn o tramite [luca@lucadb.it](mailto:luca@lucadb.it). Sarò felice di parlare con te analizzando le tue reali necessità e il modo migliore per raggiungere gli obiettivi che ti sei prefissato.

Scrivimi alla mia newsletter -> <https://lucadb.it/>

---

**Invita Luca a collegarsi**

Costruisci la tua rete collegandoti soltanto con le persone che conosci.

Message (facoltativo)

Ciao Luca, ho scoperto il tuo profilo su [LinkedIn](#) e l'ho trovato particolarmente interessante. Vorrei entrare in contatto con te per valutare nuove opportunità di collaborazione.

122 / 300

Annulla Invia un invito

---

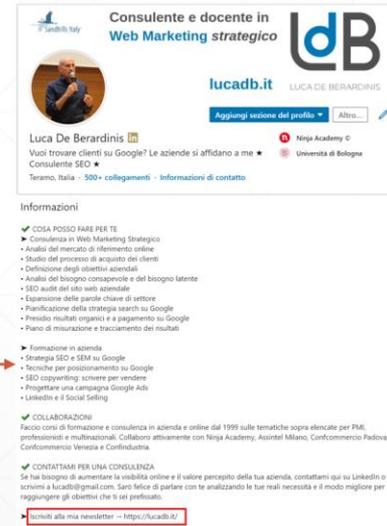
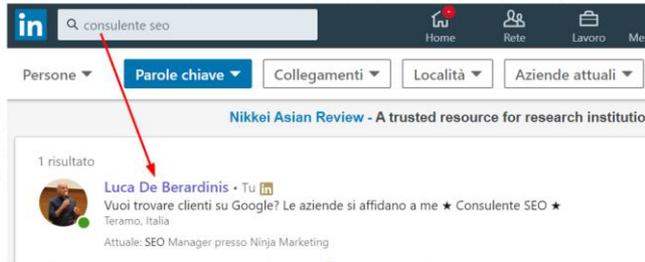
**Luca De Berardinis**  
Consulente e docente in SEO e Web Marketing Strategico

COSA POSSO FARE PER TE

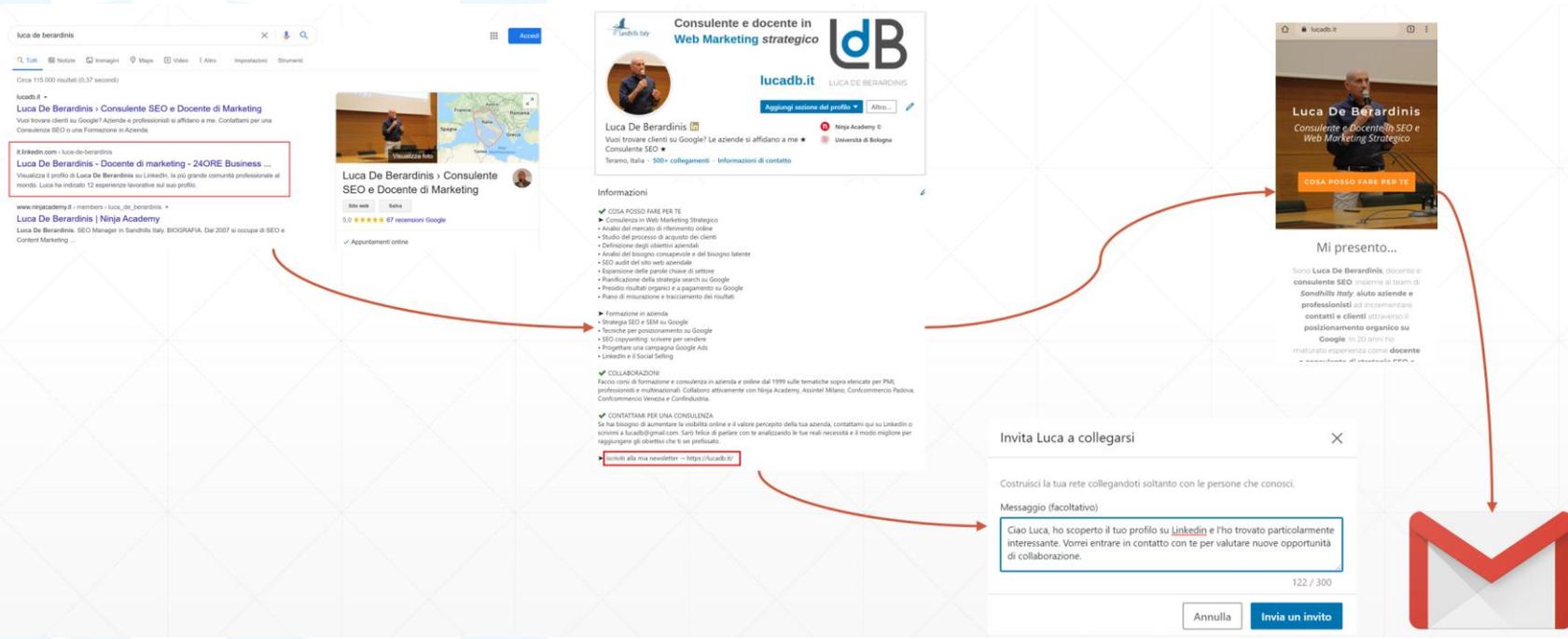
Mi presento...

Sono **Luca De Berardinis**, docente e consulente SEO. Insieme al team di **Sandchilly Italy** aiuto aziende e professionisti ad incrementare contatti e clienti attraverso il **posizionamento organico su Google** in 20 anni. Ho maturato esperienza come **docente**...

# Da una ricerca su LinkedIn



# Da una ricerca per nome a un contatto interessato



# Best practice profilo LinkedIn

# Company Page vs. Profili personali

La maggior parte delle funzioni di LinkedIn è pensata per i profili personali, non per le company page.

Sosteniamo il vostro futuro.

CONFCOMMERCIO  
IMPRESE PER L'ITALIA  
ASCOM PADOVA

ASCOM Padova  
Servizi informativi · Padova, PD · 707 follower

Da 70 anni guardiamo al futuro delle imprese

Scopri di più

Informazioni

Il mondo Ascom Servizi Padova, è la parte che comprende agevolazioni, servizi ed assistenza. E' sempre a completa disposizione de legale, fiscale, tributaria, e formativa utile all' Imp

Vedi tutti

Sandhills Italy

Consulente e docente in  
**Web Marketing strategico**

ldB

lucadb.it LUCA DE BERARDINIS

Aggiungi sezione del profilo

Altro...

Luca De Berardinis

Consulente SEO | Aiuto le aziende a trovare clienti su Google  
| Docente di Marketing

Nereto, Abruzzo, Italia · 500+ collegamenti ·  
[Informazioni di contatto](#)

24bs 24ORE Business School

Università di Bologna

# Usa foto e una copertina professionali

## Foto profilo

- Usa una foto attuale
- Usa foto durante sessioni rappresentative del tuo lavoro
- Non usare foto in posizioni strane

## Immagine copertina

- Inserire immagini di eventi o speech in cui hai avuto un ruolo attivo
- Usare immagini evocative del settore di business di competenza
- Evitare immagini fuori contesto

# Nome, cognome e sommario

Usa Nome e Cognome reali ed evita nickname.

Sfrutta il Sommario (max 120 caratteri) per descrivere sinteticamente il tuo ruolo in azienda e/o la tua specializzazione. Usare parole chiave significative ed evita inutili giri di parole.

Nome \*

Cognome \*

[Aggiungi nome precedente](#)

[+ Registra la pronuncia del nome](#)

La pronuncia del nome può essere aggiunta solo usando la nostra app per dispositivi mobili.

Sommario \*

# Informazioni (summary)

Pensa a questa sezione  
come ad una vera e  
propria landing page.

## Informazioni



### Riepilogo

#### ✓ COSA POSSO FARE PER TE

##### ► Consulenza in Web Marketing Strategico

- Analisi del mercato di riferimento online
- Studio del processo di acquisto dei clienti
- Definizione degli obiettivi aziendali
- Analisi del bisogno consapevole e del bisogno latente
- SEO audit del sito web aziendale
- Espansione delle parole chiave di settore
- Pianificazione della strategia search su Google
- Presidio risultati organici e a pagamento su Google
- Piano di misurazione e tracciamento dei risultati

##### ► Formazione in azienda

- Strategia SEO e SEM su Google
- Tecniche per posizionamento su Google
- SEO copywriting: scrivere per vendere
- Progettare una campagna Google Ads
- LinkedIn e il Social Selling

#### ✓ COLLABORAZIONI

Faccio corsi di formazione e consulenza in azienda e online dal 1999 sulle tematiche sopra elencate per PMI, professionisti e multinazionali. Collaboro attivamente con Ninja Academy, Assintel Milano, Confcommercio Padova, Confcommercio Venezia e Confindustria.

#### ✓ CONTATTAMI PER UNA CONSULENZA

Se hai bisogno di aumentare la visibilità online e il valore percepito della tua azienda, contattami qui su LinkedIn o scrivimi a [lucadb@gmail.com](mailto:lucadb@gmail.com). Sarò felice di parlare con te analizzando le tue reali necessità e il modo migliore per raggiungere gli obiettivi che ti sei prefissato.

- Iscriviti alla mia newsletter → <https://lucadb.it/>

PS → Vai su [SEGNALAZIONI](#) e scopri cosa dicono di me i professionisti che ho formato negli anni... ↓

# In primo piano

In questa sezione possiamo inserire contenuti in evidenza tra immagini, video, post e articoli. Nell'ordine che vogliamo.

In primo piano Vedi tutti < > + ✎



...sulla SEO in Open Campus



**Come Google valuta un sito web**  
Luca De Berardinis su LinkedIn

Di recente John Mueller, una delle voci più autorevoli di Google, ha affermato... "Site..."

 45 · 1 commento



Corso strategia SEO in Accenture

In questa sezione appaiono le ultime attività fatte come post e articoli pubblicati e le interazioni sui contenuti degli altri contatti.

## Attività

[Vedi tutti](#)

17.847 follower [Gestisci i follower](#)



**Il sottotitolo vale tutto il libro...  
Complimenti Assunta! :)**

Luca ha commentato



**Non potrei essere più d'accordo! :) E  
aggiungo che fare personal branding...**

Luca ha commentato



**Grazie a Daverio oggi amo la cultura  
più di prima... mi mancherà!**

Luca ha commentato



**Certo anche se oggi è difficile trovare  
un settore in cui non ci sia...**

Luca ha risposto a un commento

# Gestione dei follower

In questa sezione possiamo vedere i nostri follower e decidere se seguirli a nostra volta.

Segui nuovi punti di vista    Già segui: 17.577    [17.847 Follower](#)    Fine

Persone che ti hanno seguito di recente

 <p><b>Giuseppe Finocchiaro</b> Assistente di Direzione "Politiche Sociali e del Lavoro...  2.968 follower</p> <p>✓ Già segui</p>	 <p><b>Albert Spirea</b> --</p> <p>+ Segui</p>	 <p><b>Lea Carlini</b> Content Creator - Collaboratore esterno svilup...  78 follower</p> <p>+ Segui</p>	 <p><b>Vania Alessi</b> Empowering Manager Assistants as Business Partne...  6.398 follower</p> <p>+ Segui</p>	 <p><b>Francesca Cugoli</b> Web Content Manager presso Rent&amp;Drive  38 follower</p> <p>+ Segui</p>
 <p><b>Lamberto Miceli</b> Responsabile Marketing &amp; Digital Marketing I Lead...  540 follower</p> <p>+ Segui</p>	 <p><b>Luciano Ruggeri</b> PERSONAL VOICE TRAINER  3.695 follower</p> <p>+ Segui</p>	 <p><b>Francesca Capulli</b> Laurea Magistrale in Informatica Umanistica  139 follower</p> <p>✓ Già segui</p>	 <p><b>Rene Torres Hernandez</b> shopify expert en tulipanes.club  87 follower</p> <p>+ Segui</p>	 <p><b>Alessandra Scortegagna</b> Digital Marketing Specialist presso Net Informatica Srl  407 follower</p> <p>+ Segui</p>

# Aggiungere le esperienze lavorative

Cerca di essere il più dettagliato possibile specificando anche i periodi di tempo nei quali siamo stati impegnati.

## Esperienza



### Docente di marketing

24ORE Business School  
mar 2020 – presente · 7 mesi

Sono docente per i corsi di formazione online sulla SEO e il posizionamento organico su Google nell'ambito del Master in Marketing, Comunicazione e Digital Strategy.



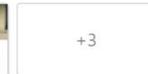
Marketing,  
Comunicazione & Digit...



### Docente di marketing

Ninja Academy ©  
gen 2012 – presente · 8 anni 9 mesi  
Milano, Italia

Faccio parte del team dei docenti Ninja Academy dal 2012 quando il CEO di Ninja, Mirko Pallera, ha iniziato a credere in me e nel mio team Argoserv. Da allora, la collaborazione tra me e la prestigiosa Academy del marketing digitale si è rafforzata e il numero dei corsi che ho tenuto e tengo per il brand Ninja è cresciuto considerevolmente. Ad oggi quindi svolgo corsi di formazi...[visualizza altro](#)



### Docente di marketing

Open Campus  
set 2019 – presente · 1 anno 1 mese  
Cagliari, Italia

Sono docente per i corsi sulla SEO e su LinkedIn e il Social Selling. In particolare ho partecipato, in qualità di docente, al Digital Friday su SEO e posizionamento Google organizzato da Open Campus a Cagliari il 25/10/2019 a cui hanno partecipato numerosi imprenditori sardi (e non solo) interessati alle tematiche della SEO.



# Competenze e conferme

Specifica le skill e le competenze per le quali ti senti più forte e per le quali hai maturato una certa esperienza di lavoro. Sappi che queste competenze possono essere confermate dai tuoi collegamenti di 1° grado.

Competenze e conferme

Aggiungi una nuova competenza

[Quiz valutazione delle competenze](#)

SEO · 63

Chiara Braghin e 62 collegamenti hanno confermato questa competenza

 Verificata: Valutazioni di LinkedIn

Web Marketing · 55



Competenze confermate da Alessio Beltrami .:, che è un professionista esperto del settore

Digital Marketing · 55



Competenze confermate da 2 colleghi di Luca presso Ninja Academy



Competenze confermate da 6 persone con competenze in Digital Marketing

# Verifica delle competenze

Da un po' di tempo LinkedIn consente di verificare le proprie competenze con una specie di quiz a cui si può rispondere direttamente sul proprio profilo.

Valutazioni

Quiz Risultati

Come funziona [Per saperne di più](#)

- Rispondi a un quiz a scelta multipla
- Ottieni un badge per la tua competenza
- I risultati sono riservati, a meno che tu non li condivida

Quiz consigliati sulla base delle tue competenze

- Google Adwords
- Tutti i quiz
- .NET
- Adobe Acrobat
- Adobe Animate
- Adobe Illustrator
- Adobe XD

Fatto

LinkedIn

Valutazione: CSS

Ottimo lavoro Simone

Mostra che possiedi questa competenza aggiungendo il tuo badge al tuo profilo

✓ 11 corrette ✗ 4 errate

CSS

Verificata: **Valutazioni di LinkedIn**

Mostra sul profilo

Puoi eliminare il tuo badge e il tuo report. Se lo farai, saranno rimossi dal tuo profilo e potrai ripetere il quiz tra 3 mesi.

Elimina report

FINE

# Referenze

Le referenze sono recensioni che possiamo chiedere e scrivere a chi ha lavorato con noi o ai nostri clienti o collaboratori. Sono segnali sociali estremamente importanti che confermano ciò che tu dici di saper fare e costituiscono un elemento in grado di influenzare positivamente le persone che decidono di entrare in contatto con te.

## Referenze

Chiedi una referenza 

Ricevute (178)

Scritte (30)



**Nicola Pintonello**  
Addetto alla selezione del personale presso Key-Web Marketing s.r.l.  
27 ottobre 2020, Nicola era un cliente di Luca

Ho avuto il piacere di partecipare ad un corso tenuto da Luca su LinkedIn e Social Selling. Sono state due giornate davvero produttive, lezioni teoriche con contenuti davvero interessanti, accompagnate da "case study" ed esercitazioni pratiche. Luca è davvero un professionista del settore ed un ottim... Visualizza altro



**Debora Giulietti**  
Amministratore presso Progest Bologna s.r.l.  
9 giugno 2020, Debora era un cliente di Luca

Ho partecipato con il mio team alle lezioni di Luca sul Controllo di Gestione (LinkedIn). Nonostante il nostro livello di conoscenza base sulle tematiche trattate, Luca è riuscito a trasmetterci concetti complessi con assoluta semplicità e chiarezza, trasformando la teoria in esempi pratici e costruttivi per la nostra i... Visualizza altro



**Linda Romani**  
Digital Marketing and Communication Specialist | UX Writer  
7 giugno 2020, Linda era un cliente di Luca

Ho seguito due corsi di Ninja Academy nei quali Luca era docente. Luca è un professionista brillante e competente. Ho apprezzato la sua attenzione ai dettagli e le spiegazioni con finalità pragmatiche: nozioni quindi pronte all'uso per chi si trova alle prime armi e non con il mondo SEO. Certamente seguirò altri corsi t... Visualizza altro

# Richiedere una referenza

Per chiedere una segnalazione devi aprire il profilo della persona dalla quale vorresti avere una recensione e procedere come indicato nello screenshot. Successivamente devi specificare il ruolo che avevi quando hai lavorato/collaborato con la persona e se quest'ultima era un cliente o un collaboratore. Nell'ultimo step personalizza l'invito a scrivere una recensione.

The screenshot shows a LinkedIn profile for Paolo Di Pierdomenico, 1st degree. His title is 'IT Manager - Digital Marketing - SEO, SEM, Analytics consultant' and he is located in Nereto, Abruzzo, Italia. The profile lists skills such as Digital Marketing, S, Project Management, Copywriting, PHP, V, and interests in Marketing Automation, SQL and Databases, design patterns, UML, Creative Writing, and Marketing. A dropdown menu is open from the 'Altro...' button, showing options like 'Condividi profilo', 'Salva come PDF', 'Rimuovi collegamento', 'Segnala violazione/Blocca', 'Smetti di seguire', 'Richiedi una segnalazione' (highlighted with a red arrow), 'Segnala', and 'Fai un applauso'. Other profile details include 'Sandhills Italy Srl', 'Università di Bologna', and 'Vedi informazioni di contatto'.

# URL del profilo

L'URL del profilo è importante perché influisce sull'indicizzazione su Google. È quindi fondamentale che sia presente il nome seguito dal cognome. Di default c'è anche un codice numerico che personalizzando l'URL, possiamo eliminarlo.

## Modifica URL

Personalizza l'URL del tuo profilo.

[www.linkedin.com/in/luca-de-berardinis](http://www.linkedin.com/in/luca-de-berardinis)

Nota: il tuo URL personalizzato deve contenere da 3 a 100 lettere o numeri. Non utilizzare spazi, simboli o caratteri speciali.

Annulla

Salva

Nota: il tuo URL personalizzato deve contenere da 3 a 100 lettere o numeri. Non utilizzare spazi, simboli o caratteri speciali.

# Il mio profilo LinkedIn su Google



luca de berardinis



Tutti Notizie Immagini Maps Video Altro Impostazioni Strumenti

Circa 127.000 risultati (0,51 secondi)

lucadb.it

**Luca De Berardinis** > Consulente SEO e Docente di Marketing

Vuoi trovare clienti su Google? Aziende e professionisti si affidano a me. Contattami per una Consulenza SEO o una Formazione in Azienda.

it.linkedin.com > luca-de-berardinis

**Luca De Berardinis - Docente di marketing - 24ORE Business ...**

Visualizza il profilo di **Luca De Berardinis** su LinkedIn, la più grande comunità professionale al mondo. Luca ha indicato 12 esperienze lavorative sul suo profilo.

www.ninjacademy.it > members > luca\_de\_berardinis

**Luca De Berardinis | Ninja Academy**

**Luca De Berardinis.** SEO Manager in Sandhills Italy. BIOGRAFIA. Dal 2007 si occupa di SEO e Content Marketing ...

www.ninjamarketing.it > author > lucadb

**Luca De Berardinis - Consulente Inbound Marketing**

**Luca De Berardinis** è un consulente specializzato nella SEO e nell' Inbound Marketing.



**Luca De Berardinis** > Consulente SEO e Docente di Marketing



Sito web

Salva

5,0 ★★★★★ 78 recensioni Google

✓ Appuntamenti online

**Orari:** Aperto · Chiude alle ore 19:30

**Telefono:** 328 621 8088

**Appuntamenti:** [lucadb.it](http://lucadb.it)

# Best practice network LinkedIn

# Il network di LinkedIn

# LinkedIn



# I 3 gradi dei collegamenti LinkedIn

I collegamenti che possiamo stabilire su LinkedIn si sviluppano su tre gradi. Inoltre, il limite massimo di collegamenti di 1° grado su LinkedIn è pari a 30.000.



# Cerca sfruttando i filtri

I filtri di LinkedIn consentono di trovare persone che:

- Sono nel 1°, 2° o 3° livello
- Sono collegati ad una persona che conosciamo
- Si trovano in una determinata città
- Lavorano in un'azienda
- Sono attivi in un determinato settore

The image shows the LinkedIn search filters for people. The interface is in Italian and includes a search bar at the top with the text "Cerca". Below the search bar, there are several navigation icons: Home, Rete, Lavoro, Messaggistica, Notifiche, Tu, Prodotti, and Pubblicizza. The main heading is "Tutti i filtri per Persone". There are two buttons: "Rimuovi" and "Annulla", and a blue "Applica" button. The filters are organized into several columns:

- Collegamenti:** Radio buttons for "1°", "2°", and "3°".
- Collegamenti di:** A text input field "Aggiungi collegamento di".
- Località:** A text input field "Aggiungi un Paese/una località" and radio buttons for "Italia", "Stati Uniti d'America", "Lombardia, Italia", "Milano", and "Regno Unito".
- Aziende attuali:** A text input field "Cerca azienda attuale" and radio buttons for "Google", "Amazon", "LinkedIn", "Facebook", and "Microsoft".
- Aziende precedenti:** A text input field "Cerca azienda precedente" and radio buttons for "IBM", "Google", "Microsoft", "Accenture", and "Vodafone".
- Settori:** A text input field "Aggiungi un settore" and radio buttons for "Marketing e pubblicità", "Informatica e servizi", "Internet", "Risorse umane", and "Consulenza manageriale".
- Lingua del profilo:** Radio buttons for "Inglese", "Italiano", "Spagnolo", "Francese", and "Tedesco".
- Suole o università:** A text input field "Aggiungi una scuola o università" and radio buttons for "Università Bocconi", "Sapienza Università di Roma", "Università Cattolica del Sacro Cuore", "Università degli Studi di Milano", and "Liceo Scientifico".
- Interessi del contatto:** Radio buttons for "Consulenze pro bono e volontariato" and "Adesione al consiglio di un'organizzazione senza scopo di lucro".
- Servizi:** A text input field "Aggiungi una categoria di servizi" and radio buttons for "Consulenza", "Marketing", "Consulenza di marketing", "Marketing digitale", and "Marketing sui social media".
- Nome:** A text input field.
- Cognome:** A text input field.
- Qualifica:** A text input field.
- Azienda:** A text input field.
- Scuola o università:** A text input field.

# Sfrutta i tag nei post dei tuoi contatti di 1° grado

Quando un tuo contatto diretto pubblica un post dove tagga altre persone potenzialmente interessanti anche per te, invitalo al tuo network.

The screenshot shows a LinkedIn post by Angela Tassone, Head of Marketing & Communications at IWS Consulting IT Advisory Company. The post text is: "Formazione sulla nostra soluzione Content Flow Service per il document management e visione dell'App implementata sulle multifunzione Xerox IWS Consulting IT Advisory Company E SERVIZI SPA Andrea Capitani Ettore Sangermano Antonio Ricci Francesco Cellamare". A red line highlights the tags, and a red arrow points from the 'Collegati' button in the overlay to the tag 'Ettore Sangermano'.

Visualizza altro

**Ettore Sangermano** · 2°  
"L'innovazione non si può frenare, bisogna cavalcarla e trasformarla in successo economico"  
15 collegamenti condivisi  
Rosa Luce Cancro, Angela Tassone, Franc...

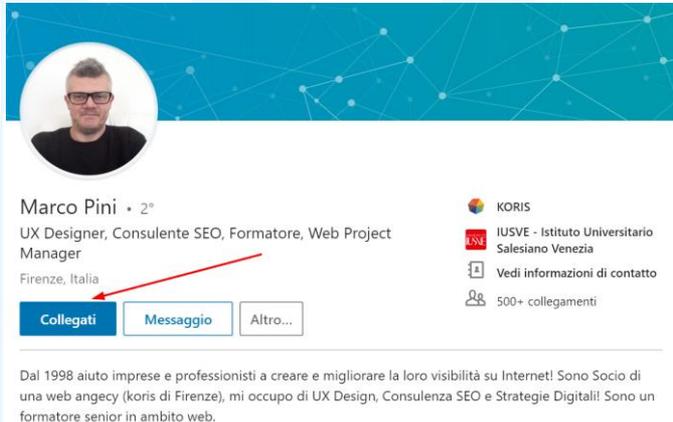
**Collegati**

**Angela Tassone** · 1°  
Head Of Marketing&Communications IWS Consulting IT Advisory Company  
36 minuti

Formazione sulla nostra soluzione Content Flow Service per il document management e visione dell'App implementata sulle multifunzione Xerox IWS Consulting IT Advisory Company E SERVIZI SPA Andrea Capitani Ettore Sangermano Antonio Ricci Francesco Cellamare

# Il perché guida le relazioni

Aggiungi nuovi contatti personalizzando l'invito con un messaggio di max 300 caratteri dove specifichiamo il motivo della richiesta. Sempre!



Marco Pini · 2°  
UX Designer, Consulente SEO, Formatore, Web Project Manager  
Firenze, Italia

**Collegati** Messaggio Altro...

**KORIS**  
IUSVE - Istituto Universitario Salesiano Venezia  
Vedi informazioni di contatto  
500+ collegamenti

Dal 1998 aiuto imprese e professionisti a creare e migliorare la loro visibilità su Internet! Sono Socio di una web agency (koris di Firenze), mi occupo di UX Design, Consulenza SEO e Strategie Digitali! Sono un formatore senior in ambito web.

Puoi personalizzare questo invito



Includi un messaggio personale (facoltativo):

Ciao Marco, ho notato che abbiamo competenze simili, per cui mi piacerebbe invitarti al mio network professionale e riflettere su problematiche comuni. Grazie. :)

138



Puoi personalizzare questo invito

Gli utenti LinkedIn sono più propensi ad accettare un invito che contiene una nota personale.

Annulla

Invia un invito

→ Aggiungi una nota

Invia ora

# Rispondi alle richieste personalizzate

Quando riceviamo una richiesta di contatto personalizzata è sempre buona norma rispondere al messaggio prima di rifiutare o dopo aver accettato.

Inviti Gestisci



**Daniele**  
Lead generation & Growth for Businesses | Burn Analytics Co-Founder & Project...  
Luca Cresi Ferrari e 26 altre persone

Ignora Accetta

Salve Luca! Ho visto il tuo profilo e mi ha colpito molto. Ti chiedo il collegamento perchè credo che averti nella mia rete sia di grande valore per me. [Visualizza meno](#)

[Rispondi a Daniele](#)

21:02 VoLTE 4G 63%

Cerca

Gestisci la tua rete >

Inviti >



Digital Marketing for EMEA SM...  
159 collegamenti in comune

Ciao Luca, ...

Ho visto il tuo profilo tra i contatti suggeriti da LinkedIn.

Sarebbe un piacere averti tra i miei contatti visto che a tutti e due interessa il mondo delle startup italiane.

A presto

**RISPONDI A ANTONELLO**

# Valuta le nuove richieste di contatto

È importante avere persone nel proprio network in qualche modo riconducibili al nostro settore o alle nostre competenze. La valutazione va fatta anche sulla base delle potenziali opportunità di business. Una volta accettata la richiesta (o prima di farlo) è bene chiedere i motivi del collegamento. Valutare anche i collegamenti in comune.



Serena Tomezzoli • 2°

MSR | Medical Sales Representative | Specialist in Ophthalmology

Verona, Italia

Accetta

Ignora

Altro...

Alfa Intes Industria  
Terapeutica Splendore

Università degli Studi di  
Padova

Vedi informazioni di contatto

500+ collegamenti

Aiuto le aziende pharma e medical devices dell'ambito oftalmico a raggiungere i propri obiettivi di fatturato con la preparazione e lo sviluppo di piani di vendita annuali che prevedono: - la gestione di gare regionali - le demo dei prodotti in sala operatoria - le PR con oculisti, amministrazioni e farmacie o...

# Segui quando non vuoi aggiungere ai contatti

Una buona alternativa al collegamento è quella di seguire il contatto per un po' di tempo osservando ciò che pubblica per vedere se effettivamente può essere utile.

Dario Bordet • 2°  
Gruppo LE ROY srl  
Milano, Italia

Collegati Messaggio Altro...

Specializzato in Comunicazione e PR (eccellenze Italiane)

Punti chiave

Le Roy srl  
Valle d'Aosta  
Vedi informazioni di contatto  
500+ collegamenti

A GUSTARE (per valorizzare le

- Condividi profilo
- Segui
- Salva come PDF
- Segnala violazione/Blocca

# Le «reazioni» sono una cassa di risonanza

Le reazioni ai post che pubblichiamo costituiscono una vera e propria casa di risonanza per la tua visibilità e per la crescita del network.

Nello screenshot qui a fianco si vedono i «like» a un mio post e si nota che la molti sono costituiti da contatti di II° grado, ovvero persone che fino ad un momento prima non mi conoscevano.

## Reazioni



Tutto 375



**Eleonora Miniati** • 2°

Il mio obiettivo è identificare, gestire e valorizzare l'identità di ogni impresa per sostenerne la competitività online



**Andrea Marchetto** • 2°

Customer Care IT Specialist at De'Longhi Appliances



**Gabriele Dionisi** • 2°

Digital Content Manager



**Arianna Daverio** • 2°

Copywriter - Junior Social Media Manager



**Andrea Piroddi** • 2°

Graduated in Trade and Consumer Marketing | Master at UPA Academy | In cerca di opportunità



**Alessandro Almi** • 2°

Sistemista presso Ilvainas



**Ilaria Stivala** • 2°

# Ogni conversazione è un'opportunità

Dietro ogni scambio si cela una potenziale collaborazione, un lavoro, una partnership, un cliente. Per questo: partecipa alle conversazioni nei gruppi, nei commenti ai tuoi post e a quelli dei tuoi contatti di primo grado.

## 2 Commenti



**Francesca Innocenzi** • 1°

20 ore ...

Regolatorio farmaco veterinario e sanità pubblica veterinaria, scientific web content editor Membro dell'AICP

È una panoramica molto interessante, ma va approfondita e studiata bene.. in considerazione del fatto che la pubblicità (verso il pubblico) dei medicinali soggetti a prescrizione è vietata in Italia, bisognerebbe studiare dei piani di marketing ad hoc, non so come eventi di interesse pubblico sulle malattie o altro

[Consiglia](#) [Rispondi](#) | Consigliato 1 volta · 1 risposta



**Luca De Berardinis** • Tu

19 ore ...

Consulente e Docente Web Marketing Strategico ★ Ninja Academy ★

**Francesca**, infatti la strategia di marketing online è proprio quella di creare contenuti che parlano del problema senza menzionare il farmaco. Le persone cercano i problemi, non i prodotti.

[Consiglia](#) [Rispondi](#)

# Monitora il tuo Social Selling Index

<https://www.linkedin.com/sales/ssi>

Questo è l'indirizzo su cui cliccare per calcolare e monitorare il tuo Social Selling Index.

## Dashboard Social Selling



**Luca De Berardinis**

Consulente SEO | Aiuto le aziende a trovare clienti su Google | Docente di Marketing

Primo 2 %

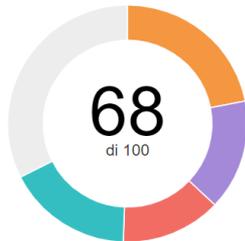
Classifica SSI del settore

Primo 8 %

Classifica SSI della rete

## Social Selling Index – Oggi

Il tuo Social Selling Index (SSI) misura la tua efficacia a stabilire il tuo brand professionale, trovare le persone giuste, interagire con informazioni rilevanti e costruire relazioni. Si aggiorna quotidianamente. [Per saperne di più](#)

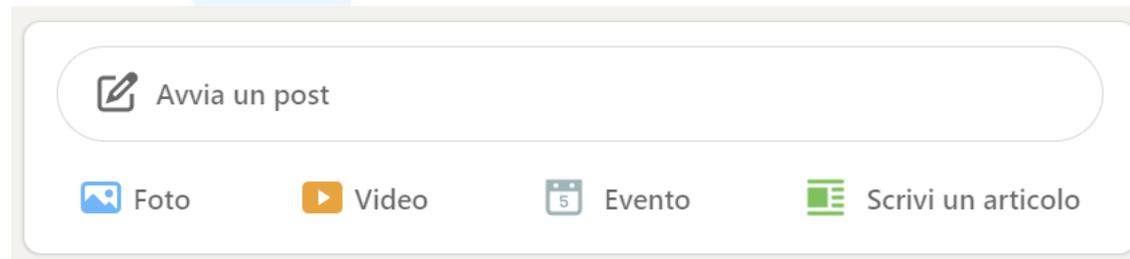


## Social Selling Index settimanale

# Social blogging con LinkedIn

# Condividi contenuti (possibilmente) tuoi

Per dimostrare ai nostri collegamenti diretti (ma anche a quelli indiretti) che siamo competenti nel nostro settore di riferimento dobbiamo condividere contenuti che diano la percezione di autorevolezza ed esperienza.



# I post

I post possono avere una lunghezza massima di 1.300 caratteri.

Fare uso degli hashtag aiuta ad aumentare la reach dei tuoi contenuti.

Puoi pubblicare anche una foto, un video o un documento (pdf, doc, ppt)

Crea un post



Luca De Berardinis

Tutti

Di cosa vorresti parlare?

Aggiungi hashtag

Fai in modo che il tuo post venga visto dalle persone giuste



Pubblica

Festeggia un'occasione speciale

Fai sapere che stai assumendo

Trova un esperto

Crea un sondaggio

Aggiungi un profilo

Offri aiuto

# I sondaggi

I sondaggi sono un tipo particolare di post che consente di fare domande e rispondere tra 2 o più opzioni (fino a 4) per avere delle risposte da 1 a 3 giorni o da 1 settimana a 2 settimane.

Sono molto utili per raccogliere informazioni importanti sul proprio network di collegamenti.

## Crea un sondaggio



La tua domanda\*

Es.: Come vai al lavoro?

0/140

Opzione 1\*

Es.: Con i mezzi pubblici

0/30

Opzione 2\*

Es.: Con la mia auto

0/30

[+ Aggiungi opzione](#)

Durata del sondaggio

1 settimana

Non è consentito richiedere opinioni politiche, informazioni mediche o altri dati sensibili.

[Indietro](#)

[Fatto](#)

# Gli hashtag che ti rendono riconoscibile

Se scegli un hashtag specifico e originale puoi creare un flusso di contenuti tutto tuo dove gli utenti possono seguirti senza perdere nulla e senza il bisogno di entrare in contatto con te.



Luca De Berardinis

Vuoi trovare clienti su Google? Le aziende si affidano a me ★ Consulente SEO ★  
3s • Modificato •

## I CONTENUTI EDUCATIVI INCREMENTANO LE VENDITE

Una ricerca di [conductor.com](#) ha evidenziato come e quanto i contenuti educativi dei brand possono influenzare le decisioni di acquisto delle persone.

In particolare sembra che il contenuto educativo renda i consumatori il 131% più propensi all'acquisto.

Il che significa che tutte le aziende e le attività commerciali che investono nella [#SEO](#) e nei contenuti educativi hanno molte più probabilità di vendere di quanto non succeda a coloro che invece fanno solo advertising.

In un periodo di grave crisi economica come quello che stiamo vivendo, assistiamo a una drastica riduzione del budget destinato alla pubblicità online.

Ma investire OGGI nella SEO e nei contenuti educativi significa costruire o rafforzare il proprio brand sul medio lungo periodo aumentando credibilità e autorevolezza necessarie per riprendere a vendere quando avremo sconfitto il [#covid19](#).

La tua azienda sta investendo in contenuti educativi sul blog aziendale o sta ancora facendo adv?

[#lucadb](#) ←

# Dì ai tuoi contatti di seguire i tuoi hashtag

Es.

<https://www.linkedin.com/feed/hashtag/lucadb/>



**Luca De Berardinis**  
Vuoi trovare clienti su Google? Le aziende si affidano a me ★  
Consulente SEO ★

[Visualizza il profilo completo](#)

Recenti

- # lucadb
- Matching & Partnership
- Agile Marketing Italia
- # onlineadvertising
- Strategie competitive e mod...

Gruppi

- Matching & Partnership
- Agile Marketing Italia
- Strategie competitive e mod...

Visualizza altro ▼

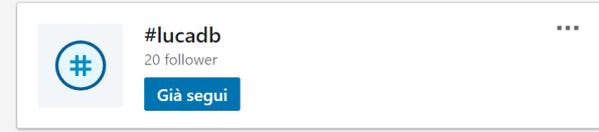
Eventi +

Hashtag seguiti

- # lucadb
- # onlineadvertising

Vedi tutti

[Scopri di più](#)

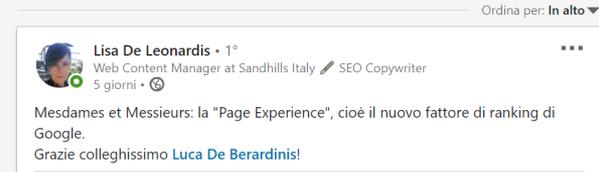


#lucadb  
20 follower

[Già segui](#)

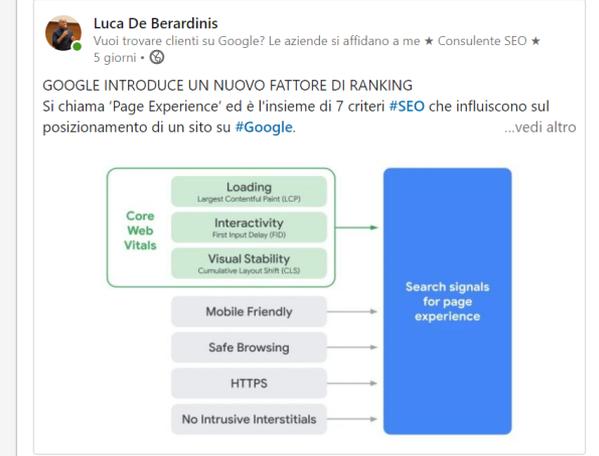
Avvia un post

Ordina per: In alto ▼



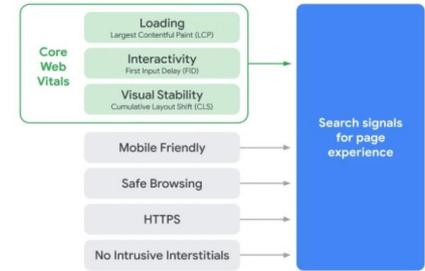
**Lisa De Leonardis** • 1°  
Web Content Manager at Sandhills Italy / SEO Copywriter  
5 giorni •

Mesdames et Messieurs: la "Page Experience", cioè il nuovo fattore di ranking di Google.  
Grazie collegheissimo [Luca De Berardinis!](#)



**Luca De Berardinis**  
Vuoi trovare clienti su Google? Le aziende si affidano a me ★  
Consulente SEO ★  
5 giorni •

GOOGLE INTRODUCE UN NUOVO FATTORE DI RANKING  
Si chiama "Page Experience" ed è l'insieme di 7 criteri #SEO che influiscono sul posizionamento di un sito su #Google. ...vedi altro



```
graph LR
    subgraph Core_Web_Vitals [Core Web Vitals]
        L[Loading  
Largest Contentful Paint (LCP)]
        I[Interactivity  
First Input Delay (FID)]
        V[Visual Stability  
Cumulative Layout Shift (CLS)]
    end
    L --> S[Search signals for page experience]
    I --> S
    V --> S
    MF[Mobile Friendly] --> S
    SB[Safe Browsing] --> S
    HTTPS[HTTPS] --> S
    NI[No Intrusive Interstitials] --> S
```



## Sommario

 Scrivi qui. Aggiungi immagini o un video per dare più impatto visivo.

# Inserisci sempre un'immagine evocativa

Negli articoli di LinkedIn è sempre meglio aggiungere un'immagine che rafforzi e richiami i concetti espressi nell'articolo.



Come aggiungere valore al tuo vino e costruire un brand

Data pubblicazione: 13 ago 2019



**Luca De Berardinis**

Vuoi trovare clienti su Google? Le aziende si affidano a me ★  
Consulente SEO ★

**Il vino è un prodotto** (generalmente) **artigianale** che segue antiche tradizioni tramandate di generazione in generazione ed è il risultato di un **lavoro certosino in vigna e in cantina**.

**La qualità e il prestigio del vino italiano sono riconosciuti a livello internazionale.** Abbiamo una produzione che supera di gran lunga la

📄 1.001 visualizzazioni

👍👎🗨️ 119

53 commenti

👍 Consiglia

🗨️ Commenta

🔗 Condividi

# Usa parole chiave anche nel titolo

Le parole chiave che usiamo nel titolo servono a LinkedIn per mostrare il contenuto giusto alle persone giuste.



## Strategie di web marketing turistico

Data pubblicazione: 14 mag 2019



**Luca De Berardinis**

Vuoi trovare clienti su Google? Le aziende si affidano a me ★  
Consulente SEO ★

Where the world wants to go on holiday è un'interessante ricerca nel settore del travel svolta da Travel Supermarket, un'agenzia inglese che propone pacchetti turistici.

Lo studio prende in esame le **ricerche fatte su Google** da tutti i paesi del mondo per le **principali destinazioni turistiche** nel periodo novembre-dicembre 2018.

 420 visualizzazioni

# Dalle statistiche la nostra audience

Le statistiche che ci dà LinkedIn sono una risorsa preziosa per capire chi trova e legge i nostri contenuti.

Come trovare le nicchie nel tuo settore di business

57 reazioni 13 commenti

1.016 articolo visualizzazioni

12 ricondivisioni



11 visualizzazioni da persone presso TER-SERVIZI CONFCOMMERCIO VENEZIA S.R.L.

Pensiero visibile 9

Open Campus 5



24 persone ricoprono questa posizione: Marketing Specialist

Fondatore 10

Specialista sviluppo aziendale 3



22 visualizzazioni da Teramo, Italia

Verona, Italia 9

Milano, Italia 4



Il tuo articolo è stato trovato tramite Ricerca Google

LinkedIn.com 23

Facebook 3

# Usa la giusta formattazione e i link interni

L'uso del grassetto, dei link interni e dei paragrafi aumenta la leggibilità degli articoli e la possibilità che questi si indicizzino su Google.



Il web marketing per le assicurazioni

Data pubblicazione: 12 giu 2018



**Luca De Berardinis**

Vuoi trovare clienti su Google? Le aziende si affidano a me ★  
Consulente SEO ★

**Le assicurazioni vendono salvagenti, ma non insegnano a nuotare...**

L'ho già detto parlando di [web marketing nel settore bancario](#): la maggior parte delle **aziende** si **concentra sui prodotti** e sulle loro caratteristiche uniche, senza parlare dei **problemi che questi prodotti risolvono**.

Il **settore assicurativo** non fa eccezione. La

**660 visualizzazioni**

28

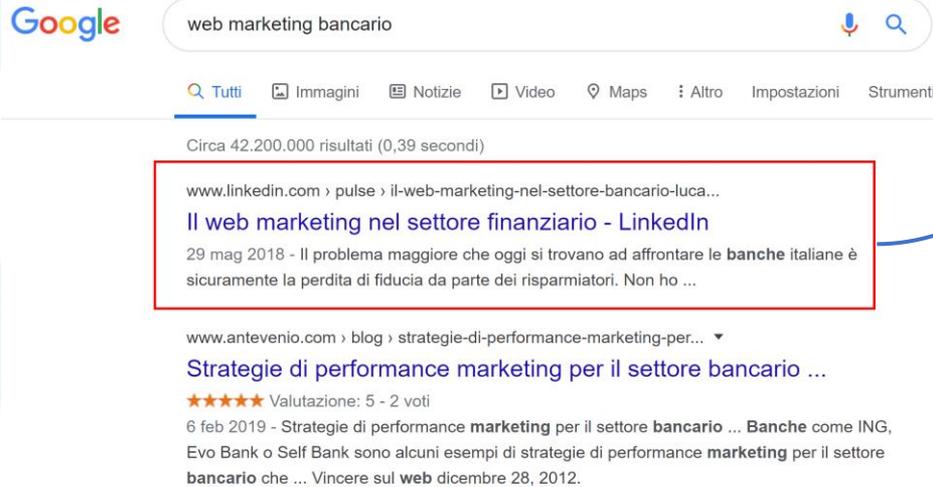
33 commenti

Consiglia

Commenta

Condividi

# Gli articoli LinkedIn si indicizzano su Google



## Il web marketing nel settore finanziario

Data pubblicazione: 29 mag 2018



**Luca De Berardinis**

Vuoi trovare clienti su Google? Le aziende si affidano a me ★  
Consulente SEO ★

Il **problema maggiore** che oggi si trovano ad affrontare le **banche italiane** è sicuramente la **perdita di fiducia** da parte dei **risparmiatori**.

Non ho la pretesa di indagare sulle ragioni di questa situazione, ma è un problema che gli istituti di credito devono affrontare se vogliono riconquistare i clienti e tornare a prosperare.

📄 916 visualizzazioni

# Grazie per l'attenzione