



Francesco De Nobili

LinkedIn revolution: come cambia  
il posizionamento su LinkedIn con  
le nuove funzionalità



VICdigital



CONFINDUSTRIA VICENZA

niuko  
innovation and knowledge

# SOLO PER EDUCAZIONE: FRANCESCODENOBILI.IT



FN | FRANCESCO DE NOBILI

Home Chi sono Digital Blog Digital Marketing Integrato Coaching Contatti

Q Cosa stai cercando?

Francesco De Nobili  
**Digital marketing integrato**  
Strumenti, strategie e tecniche per aumentare le vendite  
DM Pro HOEPLI

IL DIGITAL MARKETING IN UN FRAMEWORK UNICO

SCARICA SUBITO INDICE E 1° CAPITOLO

### Digital Marketing Blog

**Smarketing: unire sales e marketing nel B2B e nel B2C**

Il significato "utopistico" di smarketing è integrare vendite e marketing in unico reparto. Oggi è possibile grazie al digitale.

**Lead Champion: traccia le aziende che visitano il sito e non solo**

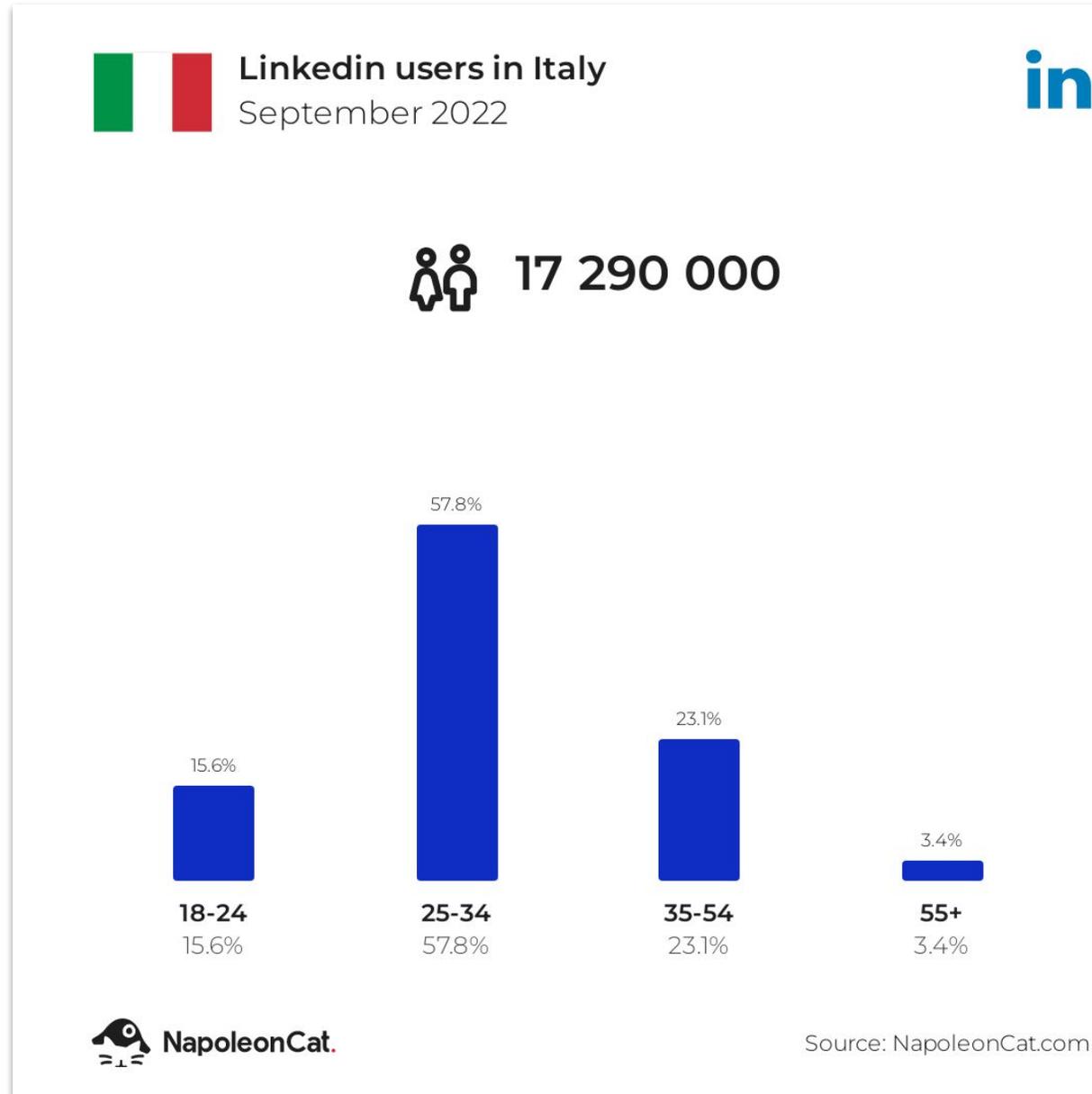
Scopri le aziende che visitano il tuo sito web e non solo: provalo gratuitamente per 1 mese!

**Consulenza e formazione online: riaprono le prenotazioni**

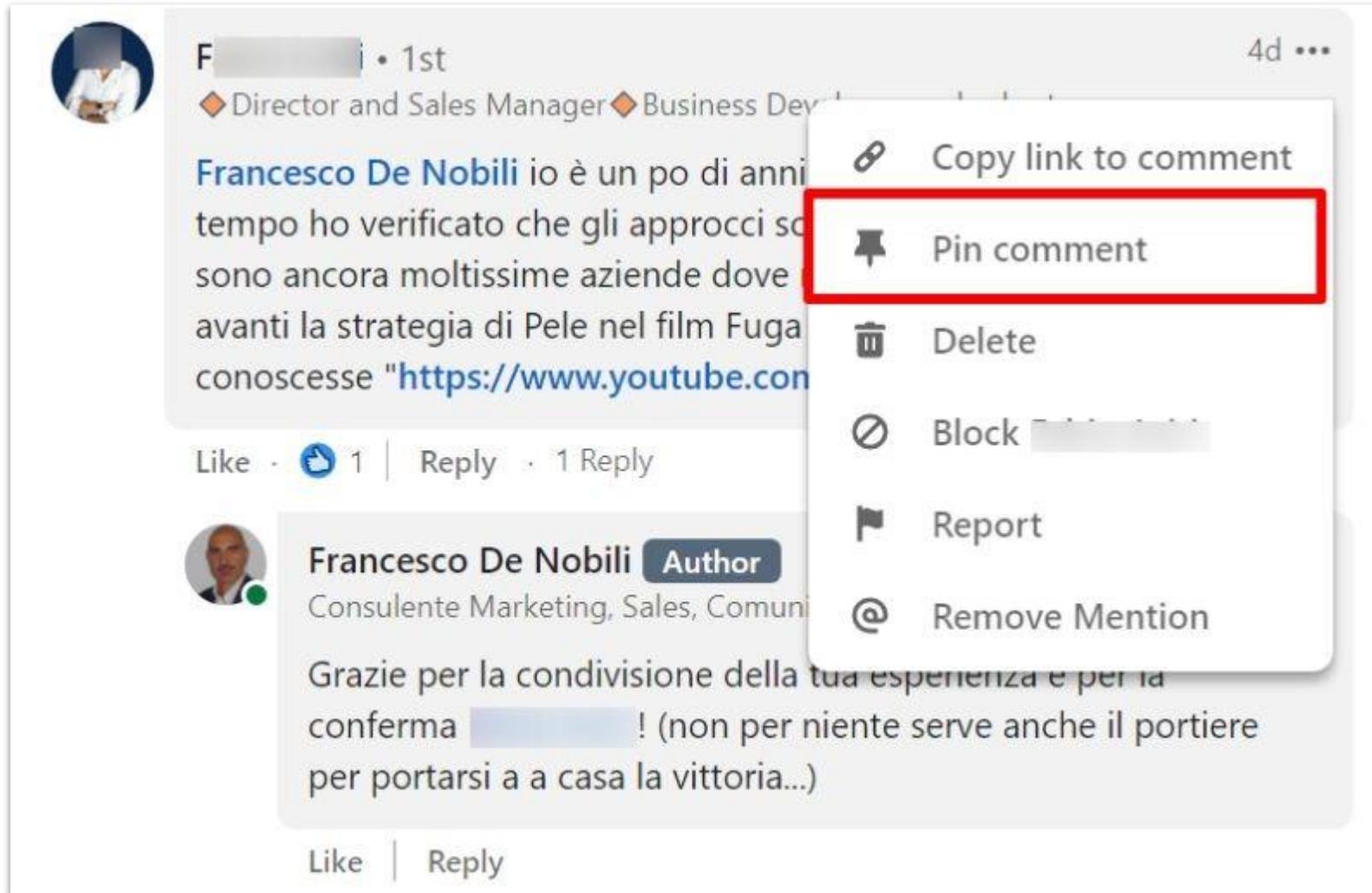
Prenota le tue ore di formazione e consulenza online in diretta con me, in base ai tuoi bisogni e obiettivi di business.



# LINKEDIN: AGGIORNAMENTO DATI ITALIA



# LE NUOVE FUNZIONALITÀ DI LINKEDIN



The image shows a screenshot of a LinkedIn post. The post is from a user named Francesco De Nobili, who is a Director and Sales Manager. The post text mentions a strategy and a YouTube link. A context menu is open over the post, showing options: Copy link to comment, Pin comment (highlighted with a red box), Delete, Block, Report, and Remove Mention. Below the post, there is a reply from Francesco De Nobili, the author, thanking the user for sharing their experience.

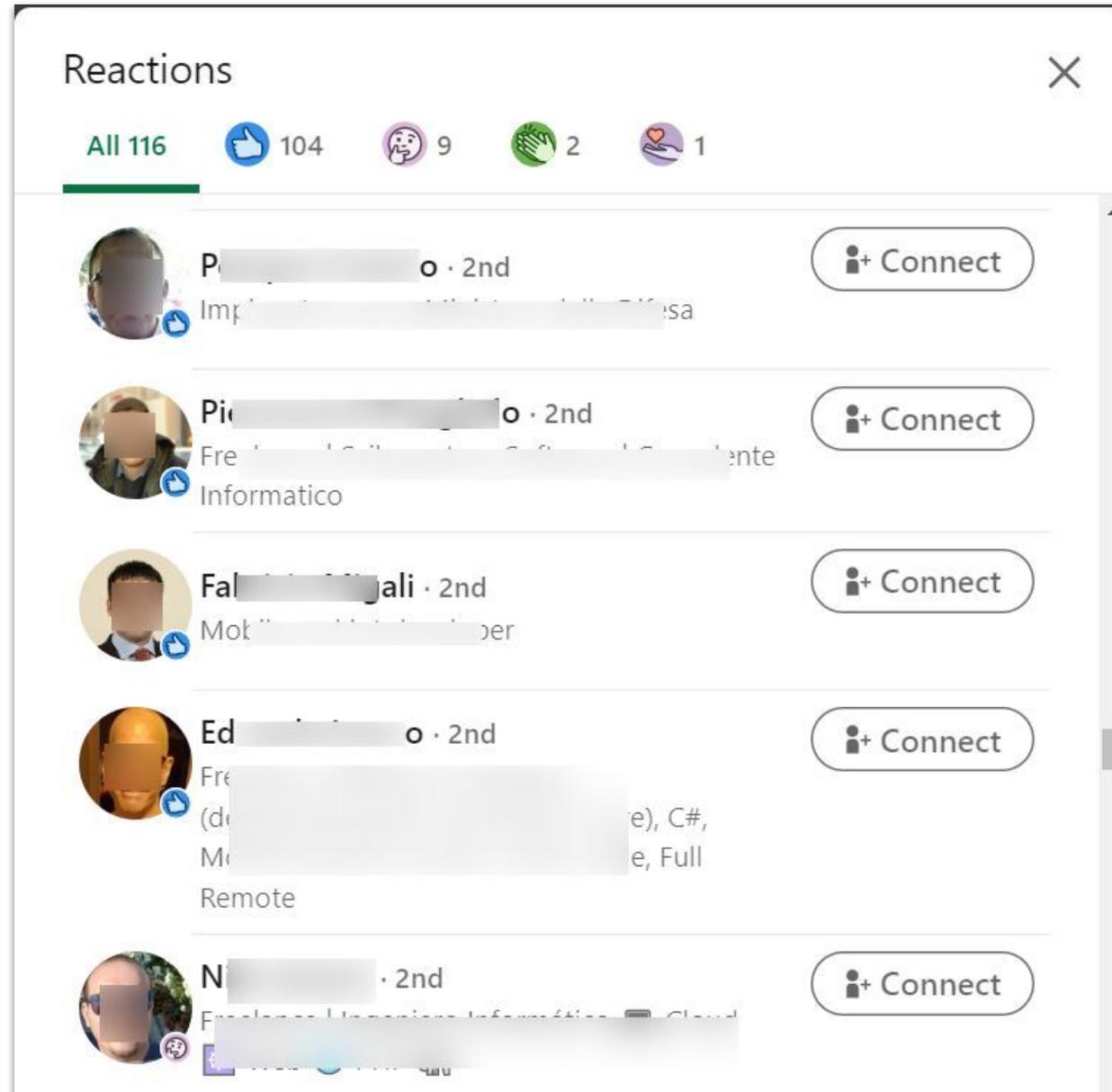
F [redacted] • 1st 4d ...  
◆ Director and Sales Manager ◆ Business Dev  
Francesco De Nobili io è un po di anni  
tempo ho verificato che gli approcci so  
sono ancora moltissime aziende dove  
avanti la strategia di Pele nel film Fuga  
conoscesse "<https://www.youtube.com>

Like · 1 | Reply · 1 Reply

Francesco De Nobili **Author**  
Consulente Marketing, Sales, Comuni  
Grazie per la condivisione della tua esperienza e per la  
conferma [redacted]! (non per niente serve anche il portiere  
per portarsi a a casa la vittoria...)

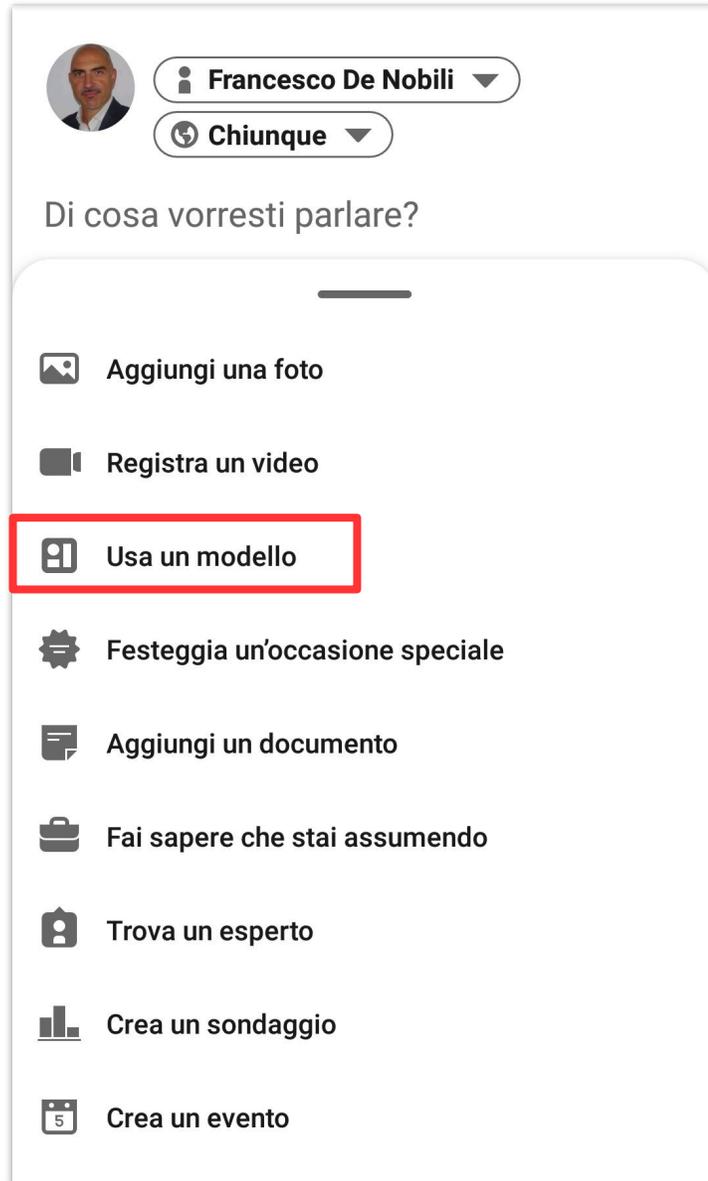
Like | Reply

# LE NUOVE FUNZIONALITÀ DI LINKEDIN



**ATTENZIONE:**  
Ad oggi non è possibile aggiungere la nota di collegamento!

# LE NUOVE FUNZIONALITÀ DI LINKEDIN



**Ha davvero senso  
questa nuova  
funzionalità di  
LinkedIn chiamata  
"Modello"?  
Fammi sapere se  
l'hai ricevuta anche  
tu (solo da mobile)**

# LE NUOVE FUNZIONALITÀ DI LINKEDIN

 **Francesco De Nobili** • You  
Consulente Marketing, Sales, Comunicazione B2B e B2C | Consulente Linked...  
1mo • Edited • 

MATOMO OLTRE ANALYTICS  
Matomo è la principale soluzione adeguata al GDPR per sostituire Google Analytics. Ma perché sta avendo tanto successo? ...see more



# Guida a matomo

 **Clicca qui per leggerla!**

 **Aggiungi un link** Fine

URL\*

https://example.com

Testo link

Personalizza come apparirà il tuo link (facoltativo) 0/30

 **Anteprima link**

# LE NUOVE FUNZIONALITÀ DI LINKEDIN

## Crea un evento

Tipo di evento

Online  In sede

Formato evento\*

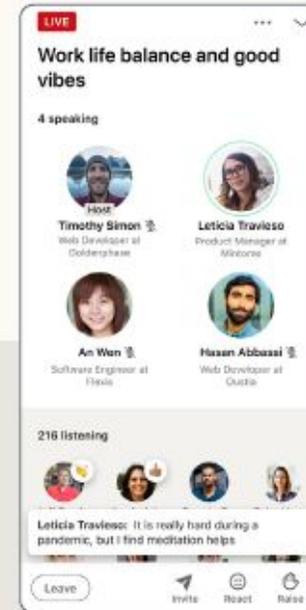
Seleziona

- Evento audio LinkedIn**  
Un formato solo audio che permette a chi partecipa di alzare la mano per prendere parte alla conversazione.
- LinkedIn Live**  
I partecipanti guardano lo streaming su LinkedIn. Per grandi eventi formali.
- Link esterno dell'evento**  
Condividi i dettagli dell'evento su LinkedIn. Inserisci un link esterno per permettere alle persone di partecipare.

Data di inizio\*  Ora di inizio\*

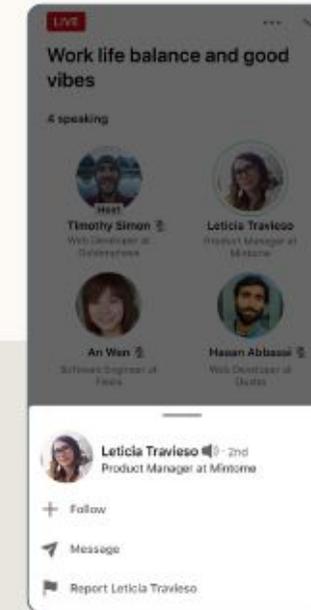
Aggiungi data e ora di fine

## During your Audio Event



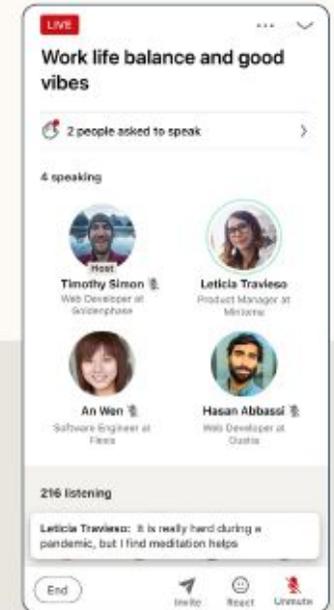
### Plan for at least a 15-minute event

We recommend planning to hold your Audio Event for at least 15 minutes to give your attendees enough time to tune in and get settled, and to leave time for questions. Events that are too short don't give members time to trickle in or speak up.



### Network live

You can follow any event attendee during the event simply by tapping on their profile picture, or you can send them a direct message to start an ongoing conversation.



### Let attendees join the conversation

You'll need to let attendees "onstage" to participate in the conversation. Click the prompt at the top of your event to select whom to bring onstage after they raise their hand. Members can mute and unmute themselves once onstage.

Guida e approfondimento: <https://www.linkedin.com/posts/audio-events-guide>

# LINKEDIN: LA SEZIONE PRIMO PIANO

- Aggiungi al profilo ✕
- Le basi ∨
- Segnalazioni ▲  
Completando queste sezioni aumenterai la tua credibilità e potrai accedere a più opportunità
- Aggiungi elementi in primo piano**
- Aggiungi licenze e certificazioni
- Aggiungi corsi
- Aggiungi referenze
- Altro ∨

## In primo piano

Newsletter



**Sintonizzazione Digitale**  
Pubblicazione quindicinale · 4.719 persone iscritte

Condivisione della cultura digitale in azienda per marketing, comunicazione e sales: dietro le quinte dei miei progetti.

✓ Iscrizione effettuata

Link · 1m



**Guida Google Ads per il B2B**  
Francesco De Nobili - Digital...

Google Ads è diventato una delle voci principali anche per le aziende Business to business: vediamo le particolarità per il mercato delle aziende.

Aggiungi un post

Aggiungi una newsletter

Aggiungi un articolo

**Aggiungi un link**

Aggiungi media

Francesco De Nobili - Digital...  
L'Employee advocacy oggi è evoluto a tal punto che LinkedIn ha creato uno strumento dedicato per aziende e dipendenti. Scopriamolo insieme.

# LE NUOVE FUNZIONALITÀ DI LINKEDIN

Aggiungi un link ×

Incolla o digita il link a un file o video

Aggiungi

Titolo\*

Descrizione

Miniatura



Salva

# LE NUOVE FUNZIONALITÀ DI LINKEDIN

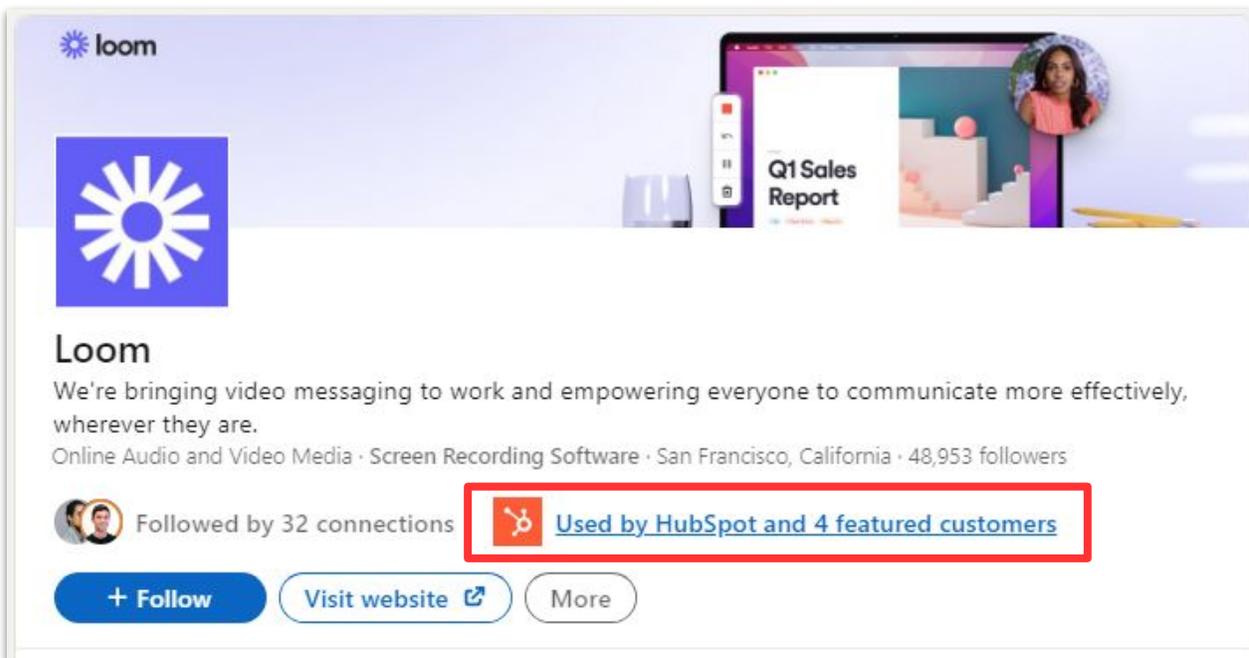
The screenshot displays the LinkedIn Employee Advocacy interface. On the left, a sidebar for 'Francesco De Nobili's Services' includes an 'Admin view' button, a 'Service page' link, and a 'Reviews status' button. The main content area is titled 'Media' and features a video player with the text 'EMPLOYEE ADVOCACY LINKEDIN IN P...'. A red-bordered menu is open over the video player, listing three options: 'Add image' (At least 1,128 x 376 px), 'Add video' (16:9 aspect ratio recommended), and 'Add a link' (Link to relevant sites, documents or videos). Below the video player, there is a section titled 'Inizia a consigliare contenuti ai dipendenti' with a sub-header 'Progetti LinkedIn Employee advocacy' and a description: 'Lo strumento LinkedIn Employee advocacy che utilizzo per i progetti di formazione e consulenza in azienda'. At the bottom of the page, there is a blue banner with a piggy bank image and the text 'Rimborso del corso'.

# LE NUOVE FUNZIONALITÀ DI LINKEDIN PAGINA

The screenshot shows the 'Edit' interface for a LinkedIn page. On the left is a navigation menu with categories: Header, Page info, Buttons, About, Workplace, Commitments (highlighted), Locations, Leads, Community, and Manage languages. The main content area is titled 'Featured commitments' and has a toggle switch set to 'Off'. Below the title, there is a text block: 'Select up to 5 commitments to feature on the About section of your Page. Please provide proof for each, such as reports, websites, blog posts, articles, or videos. [Learn more about commitments.](#)' followed by '\* indicates required' and a '+ Add commitment' button. A dropdown menu is open, listing commitment categories: Career growth and learning, Diversity, equity, and inclusion (DEI), Environmental sustainability, Social impact, and Work-life balance. A tooltip is visible over the 'Environmental sustainability' option, containing the text: 'Provide authentic proof to connect with talent and attract'.

The screenshot shows the 'Edit' interface for a LinkedIn page, specifically the 'Environmental sustainability' section. At the top right are 'Discard edits' and 'Save' buttons. The left navigation menu is the same as in the previous screenshot. The main content area is titled 'Environmental sustainability' and has a toggle switch set to 'Off'. It contains a 'Description\*' field with a character count of '0/1,200'. Below this is a 'Company pledge\*' dropdown menu set to 'Report' and a 'URL' field with the placeholder 'Ex: yourcompany.com/report'. The section is followed by 'Certifications and pledges (5 maximum)' with a subtext: 'It is preferable to provide third-party links for credentials such as B Corp, the Climate Pledge, S&P Global Index ESG Rating, CDP scoring, etc.' and a '+ Add certificate or pledge' button. Below that is 'Resources (5 maximum)' with a subtext: 'Provide links to additional supporting material you'd like to highlight, such as articles, blog posts, company pages, videos, podcasts, etc.' and a '+ Add resource' button.

# LE NUOVE FUNZIONALITÀ DI LINKEDIN PAGINA

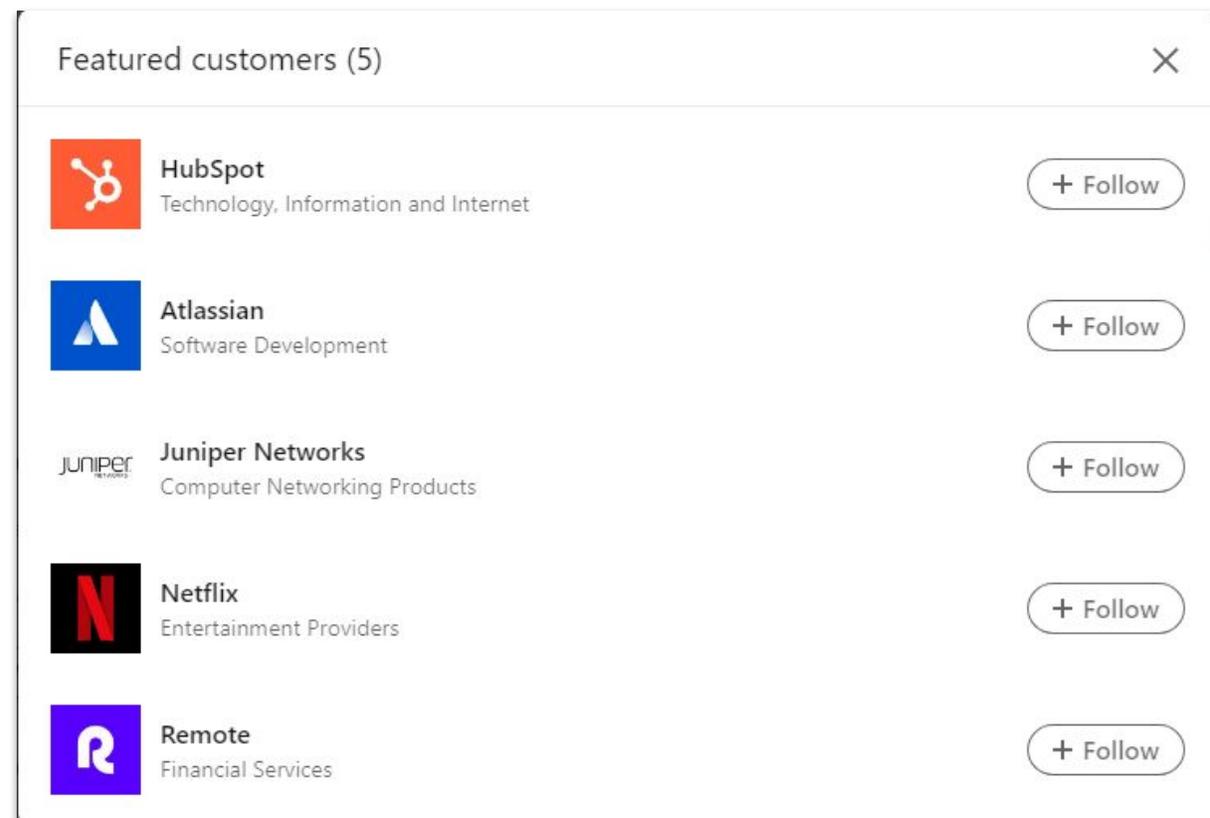


loom

**Loom**  
We're bringing video messaging to work and empowering everyone to communicate more effectively, wherever they are.  
Online Audio and Video Media · Screen Recording Software · San Francisco, California · 48,953 followers

Followed by 32 connections **Used by HubSpot and 4 featured customers**

+ Follow Visit website More



Featured customers (5)

- HubSpot**  
Technology, Information and Internet + Follow
- Atlassian**  
Software Development + Follow
- Juniper Networks**  
Computer Networking Products + Follow
- Netflix**  
Entertainment Providers + Follow
- Remote**  
Financial Services + Follow

Attualmente attivo per aziende in questi settori:  
software business-to-business (B2B), hardware per computer, servizi finanziari, assicurazioni, istruzione, assistenza sanitaria e prodotti farmaceutici

# NEWSLETTER (ORA ANCHE PER LE PAGINE)

NEWSLETTER



## Sintonizzazione Digitale

Condivisione della cultura digitale in azienda per marketing, comunicazione e sales: dietro le quinte dei miei progetti.

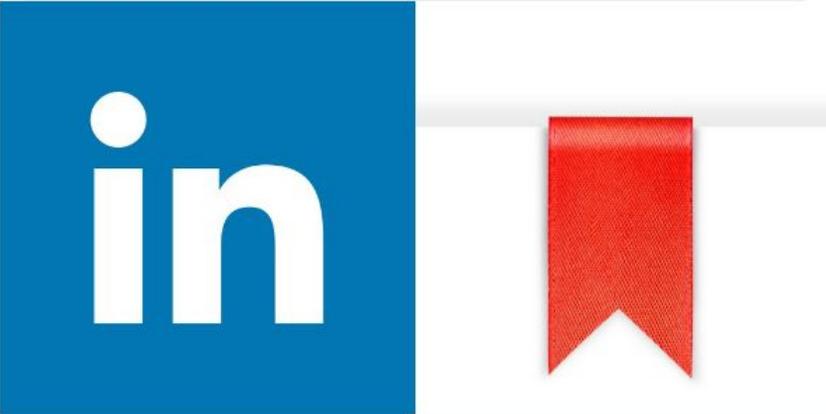
Di Francesco De Nobili  
Consulente Marketing, Sales, Comunicazione B2B e B2... [4.748 persone iscritte](#)

Pubblicazione settimanale

[Modifica](#) [Condividi](#)

Edizioni 30

Data pubblicazione: 3 giorni fa



Tutti i link utili su LinkedIn

Francesco De Nobili su LinkedIn

### Crea una newsletter

Le newsletter su LinkedIn ti permettono di condividere regolarmente il tuo punto di vista pubblicando articoli con la frequenza che preferisci. Gli iscritti riceveranno una notifica push e un'email dopo ogni nuova edizione. Limite di 1 newsletter per pagina. [Scopri di più](#)

#### Dettagli della newsletter

Titolo newsletter\* Con quale frequenza vuoi pubblicare?\*

Seleziona un'opzione

Descrizione newsletter\*

Questa descrizione compare insieme al titolo della newsletter

 **Aggiungi un'immagine o un logo per la newsletter per aumentare l'interesse.**  
Le dimensioni consigliate dell'immagine sono 300x300 pixel.

[Carica immagine](#)

 **I follower della tua pagina verranno invitati a iscriversi**  
La rete della tua pagina riceverà una notifica non appena pubblicherai il primo numero della tua newsletter.

 **Sarai fra gli iscritti alla newsletter della tua pagina.**  
Ti invieremo una copia della notifica e dell'email che mandiamo ai tuoi iscritti.

[Annulla](#) [Fine](#)

Esempio: <https://www.linkedin.com/newsletters/6737268884145000448/>

# DATI SEMPRE PIU' PRECISI: OGGI 550 SETTORI (DA 147)

V2 Industry Codes April 2022

	A	B	C	D
1	1	Farming, Ranching, Forestry	Farming, Ranching, Forestry	This industry includes entities that grow crops, raise animals, harvest timber, and harvest fish and other animals from a farm, ranch, or their natural habitats.
2	63	Farming	Farming, Ranching, Forestry > Farming	This industry includes entities that grow crops mainly for food and fiber, such as farms, orchards, groves, greenhouses, and nurseries.
3	150	Horticulture	Farming, Ranching, Forestry > Farming > Horticulture	This industry includes entities that cultivate garden plants, such as fruits, vegetables, flowers, and ornamentals.
4	256	Ranching and Fisheries	Farming, Ranching, Forestry > Ranching and Fisheries	This industry includes entities that raise or fatten animals and/or raise aquatic plants and aquatic animals in controlled or selected aquatic environments. This includes ranches, farms, and feedlots that keep animals for the products they produce or for eventual sale.
5	64	Ranching	Farming, Ranching, Forestry > Ranching and Fisheries > Ranching	This industry includes entities that raise cattle, milk dairy cattle, or feed cattle for fattening.
6	66	Fisheries	Farming, Ranching, Forestry > Ranching and Fisheries > Fisheries	This industry includes entities that commercially catch finfish, shellfish, or miscellaneous marine products from a natural habitat, such as bluefish, eels, salmon, tuna, clams, crabs, lobsters, mussels, oysters, shrimp, frogs, sea urchins, and turtles.
7	298	Forestry and Logging	Farming, Ranching, Forestry > Forestry and Logging	This industry includes entities that grow and harvest timber on a long production cycle (i.e., of 10 years or more).
8	332	Oil, Gas, and Mining	Oil, Gas, and Mining	This industry includes entities that extract naturally occurring mineral solids, such as coal and ores; liquid minerals, such as crude petroleum; and gases, such as natural gas. Included are entities that provide quarrying, well operations, and other preparation customarily performed as a part of mining activity.

Scarica il documento con i nuovi settori: <https://www.linkedin.com/elenco-settori-aziende-linkedln>

# NOVITÀ SALES NAVIGATOR

The screenshot displays the LinkedIn Sales Navigator interface. At the top, there is a navigation bar with the LinkedIn logo and the text "SALES NAVIGATOR", followed by menu items: "Home", "Elenchi account", "Elenchi lead", "Messaggistica", and "Amministratore". Below this, there are tabs for "Lead" (selected) and "Account", and a "Comprimi" button with a left arrow. The main content area shows "1 filtro applicato" and a "Rimuovi tutti" button. A filter panel titled "Ruolo" is open, showing a search for "Software Engineer" with 559 results. Below the search, there is a list of roles with "Includi" and "Escludi" options: "Amministratore delegato", "Assistente amministrativo", "Account manager", and "Analista". The filter panel also includes sections for "Qualifica attuale" (Nuovo), "Qualifica precedente" (Nuovo), and "Livello di anzianità". To the right of the filter panel, there is a list of columns with expand/collapse icons (+/-): "Nome", "Cognome", "Lingua del profilo", "Collegamenti TeamLink di", "Scuola o università", "Anni di esperienza", "Flusso di lavoro" (expanded to show "Elenchi account", "Elenchi lead", and "Persone nel CRM"), "Elenchi account", "Elenchi lead", and "Persone nel CRM".

# NOVITÀ SALES NAVIGATOR

Lead **Account** Comprimi <

3 filtri applicati Rimuovi tutti

Attributi dell'azienda

- Fatturato annuale €1million - €10million
- Numero dipendenti +
- Crescita forza lavoro dell'azienda +
- Numero dipendenti nel reparto +
- Crescita forza lavoro del reparto +
- Fortune +
- Località sede centrale Italia
- Settore +

Spotlight

- Opportunità lavorative +
- Attività recenti Cambiamenti della leadership senior ne...

Flusso di lavoro

- Aziende nel CRM +
- Per abilitare il filtro, aggiorna il contratto
- Account salvati +

Cerca parole chiave Ricerche salvate

Seleziona tutto Salva nell'elenco Vedi i dipendenti attuali | 112 risultati Salva ricer

-  **Sky Italia**  
Produzione e distribuzione di contenuti radiotelevisivi · 1001-5000 dipendenti · 2,38 EURMln - 4,76 EURMln di fatturato  
Informazioni: Sky Italia è una media e entertainment company nata nel 2003 che f...vedi altro  
1 cambiamento nella leadership senior | Tutti i dipendenti Salva
-  **24ORE Business School**  
Formazione alle competenze aziendali · 51-200 dipendenti · 9,52 EURMln - 19,04 EURMln di fatturato  
Informazioni: 24ORE Business School è presente da oltre 25 anni nel mercato dell'...vedi altro  
1 collegamento | 1 cambiamento nella leadership senior | Tutti i dipendenti Salva
-  **Confindustria**  
Servizi di rapporti con le istituzioni governative · 51-200 dipendenti · 9,52 EURMln - 19,04 EURMln di fatturato  
Informazioni: Confindustria è la principale associazione di rappresentanza delle i...vedi altro  
1 cambiamento nella leadership senior | Tutti i dipendenti Salva

# NUOVI LINKEDIN ADS PER DOCUMENTI

Ad format

Choose your ad format

 Single image ad	 Carousel image ad	 Video ad
 Follower ad	 Document ad	 Conversation ad
 Event ad		

Guida e approfondimento: [https://www.linkedin.com/posts/francescodenobili\\_documenti-in-linkedin-ads-la-guida](https://www.linkedin.com/posts/francescodenobili_documenti-in-linkedin-ads-la-guida)

# NUOVI LINKEDIN ADS PER DOCUMENTI

← Edit content

Name this ad (optional)  
Example 1 0/255

Introductory text ⓘ  
Come parlare di scienza, rischi e incertezza. Leggi il nuovo numero di Ecoscienza. 83/600

Document  
Your file x

Headline ⓘ  
Ecoscienza: Le sfide della comunicazione ambientale 51/200

Desktop Feed ▼

0,144 followers Promoted

Come parlare di scienza, rischi e incertezza. Leggi il nuovo numero di Ecoscienza.

**ecoscienza**  
SOSTENIBILITÀ E CONTROLLO AMBIENTALE

**LE SFIDE DELLA COMUNICAZIONE AMBIENTALE**  
EMERGENZA CLIMATICA, TRANSIZIONE ECOLOGICA E SFIDUCIA NELLA SCIENZA IMPONONO UNA RIFLESSIONE SU COSA E COME COMUNICARE  
BUONE PRATICHE, ESPERIENZE E PROSPETTIVE. I PROFESSIONISTI SI CONFRONTANO CON LA COMPLESSITÀ  
SISTEMI DI ALLERTA METEO L'ESPERIENZA DI RIUSO DEL PORTALE WEB DELL'EMILIA-ROMAGNA IN CALABRIA E UMBRIA

Download Document

# NUOVI LINKEDIN ADS PER DOCUMENTI

## Design Recommendations

File type: PDF, DOC, DOCX, PPT, PPTX

File size: 100 MB

Aspect Ratio: Vertical, Horizontal, Square

Number of pages: under 10 pages (300 pages maximum or 1 MM words)

Use any of the standard PDF layouts: 2000 characters for destination field URL

URL

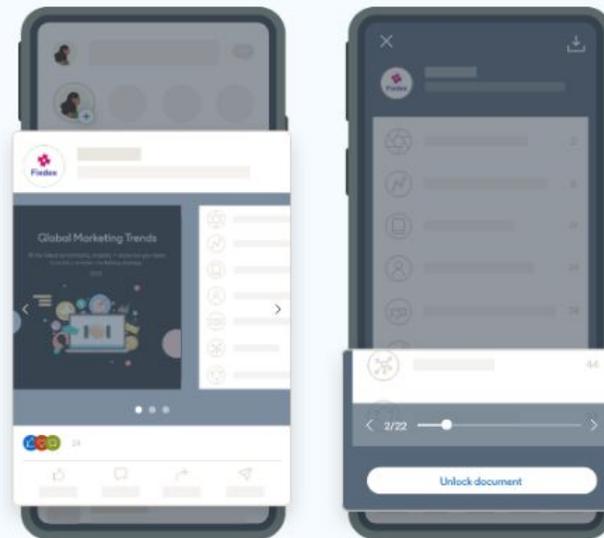
- Letter: 8.5 by 11 inches
- Tabloid: 11 by 17 inches
- Legal: 8.5 by 14 inches
- Statement: 5.5 by 8.5 inches
- Executive: 7.25 by 10.5 inches
- Folio: 8.5 by 13 inches
- A3: 11.69 by 16.54 inches
- A4: 8.27 by 11.69 inches
- B4: 9.84 by 13.90 inches
- B5: 6.93 by 9.84 inches

Metric

- Letter: 21.59 by 27.94 centimeters
- Tabloid: 27.94 by 43.18 centimeters
- Legal: 21.59 by 35.56 centimeters
- Statement: 13.97 by 21.59 centimeters
- Executive: 18.41 by 26.67 centimeters
- Folio: 21.59 by 33.02 centimeters
- A3: 29.69 by 42.01 centimeters
- A4: 21 by 29.69 centimeters
- B4: 24.99 by 35.30 centimeters
- B5: 17.60 by 24.99 centimeters

## URL Requirements

No URL requirements



## Ad Text Recommendations

Ad name (optional): 255 characters

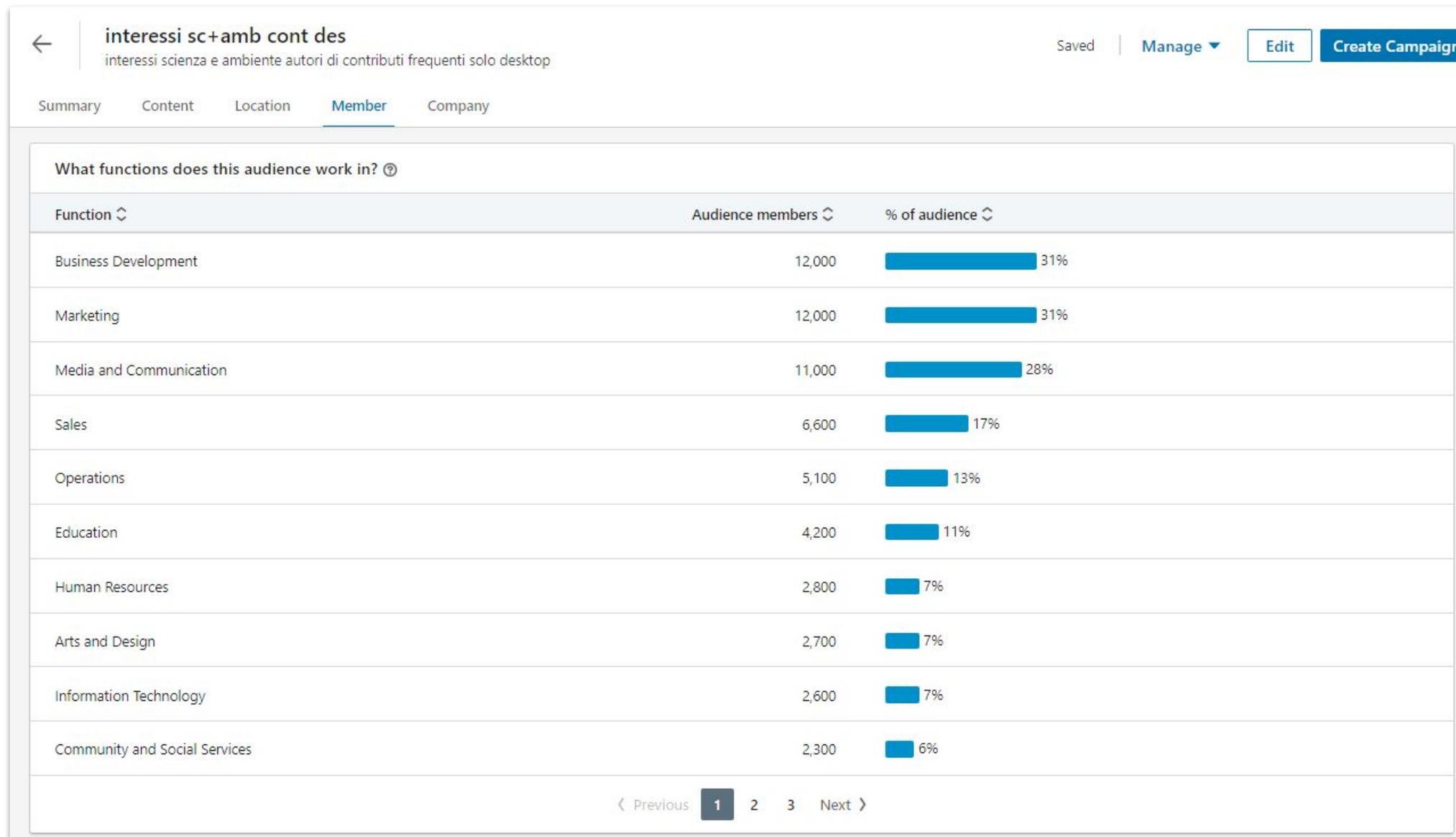
Headline: 70 characters

Introductory text: 150 characters

## Technical Requirements

- PDFs with multiple layers must be flattened or merged.
- PDFs with multiple sized pages must be fit to the same page size.
- Review [LinkedIn's Copyright Policy](#) to ensure your document is compliant.
- Please ensure that your document has secure hyperlinks.

# NUOVI DATI PER LE NOSTRE AUDIENCE LINKEDIN ADS



# NUOVI DATI PER LE NOSTRE AUDIENCE LINKEDIN ADS

How experienced is this audience? 🌐

Years experience ↕	Audience members ↕	% of audience ↕
1 year	810	2%
2 years	1,100	3%
3 years	1,200	3%
4 years	1,400	4%
5 years	1,400	4%
6 years	1,400	4%
7 years	1,400	4%
8 years	1,400	4%
9 years	1,400	4%
10 years	1,400	4%
11 years	1,400	4%
12+ years	24,000	62%

1

# NUOVI DATI PER LE NOSTRE AUDIENCE LINKEDIN ADS

What job titles do members in this audience have? ⓘ

Titles ↕	Audience members ↕	% of audience ↕
Marketing Specialist	11,000	28%
Specialist	11,000	28%
Business Strategy Specialist	8,600	22%
Corporate Communications Specialist	6,000	15%
Marketing Manager	5,000	13%
Founder	4,600	12%
Sales Specialist	4,300	11%
Consultant	3,900	10%
Chief Officer	3,700	9%
Writer	3,500	9%

< Previous 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Next >

# NUOVI DATI PER LE NOSTRE AUDIENCE LINKEDIN ADS

Summary Content Location Member **Company**

What companies are employing this audience? ⓘ

Rank ↕	Employer ↕	Audience members ↕	% of audience ↕
1	 Libero Professionista	270	1%
2	 Università Cattolica del Sacro Cuore	140	<1%
3	 Politecnico di Milano	110	<1%
4	 Alma Mater Studiorum – Università di Bologna	100	<1%
5	 Il Sole 24 Ore	100	<1%
6	 Sapienza Università di Roma	100	<1%
7	 24ORE Business School	90	<1%
8	 MIUR	80	<1%
9	 Università Bocconi	80	<1%
10	 Luiss Guido Carli University	70	<1%

< Previous **1** 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Next >

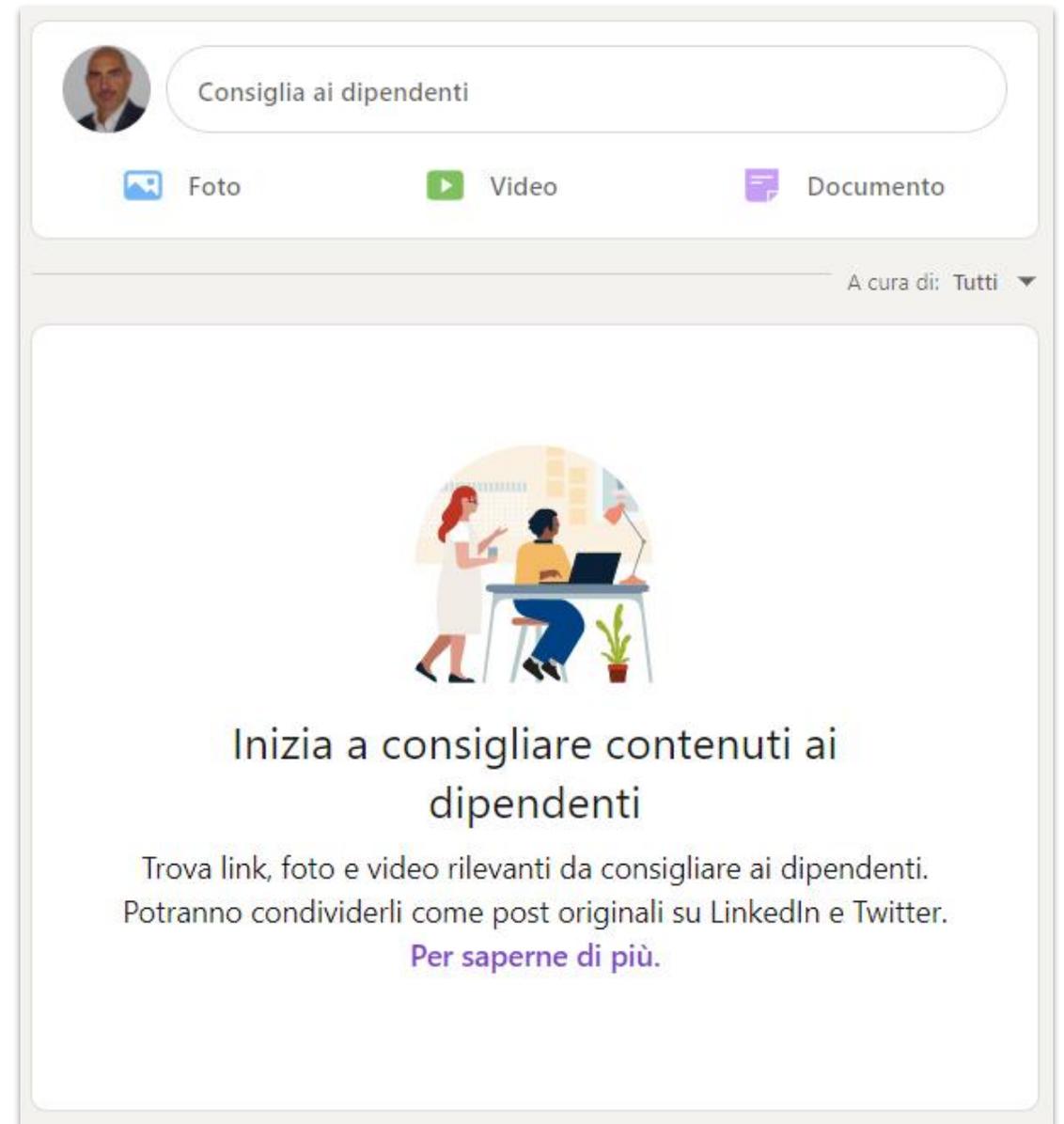
# NUOVI DATI PER LE NOSTRE AUDIENCE LINKEDIN ADS

What industries does this audience work in? ?

Industry ↕	Audience members ↕	% of audience ↕
Advertising Services	6,900	 18%
Business Consulting and Services	5,700	 15%
Technology, Information and Internet	5,500	 14%
IT Services and IT Consulting	4,800	 12%
Media and Telecommunications	3,700	 9%
Financial Services	2,900	 7%
Machinery Manufacturing	2,800	 7%
Professional Training and Coaching	2,700	 7%
Government Administration	2,600	 7%
Software Development	2,600	 7%

< Previous **1** 2 3 4 5 6 7 8 9 Next >

# EMPLOYEE ADVOCACY LINKEDIN LA VERA RIVOLUZIONE



# EMPLOYEE ADVOCACY LINKEDIN LA VERA RIVOLUZIONE

The screenshot displays a LinkedIn interface with a focus on employee advocacy. At the top, navigation tabs include 'Tutte le pagine', 'Contenuto', 'Analisi', and 'Attività' (with a red notification badge for 43). A dropdown menu for 'Contenuto' is open, showing options like 'Consiglia ai dipendenti' and 'Suggerimenti di contenuti'. On the left, an 'Analisi' sidebar tracks performance over the last 30 days:

Metric	Value	Change
Segnalazioni	6	▲ 600%
Post da segnalazioni	13	▲ 1.300%
Reazioni ai post	92	▲ 9.200%
Commenti ai post	14	▲ 1.400%
Ricondivisioni di post	2	▲ 200%

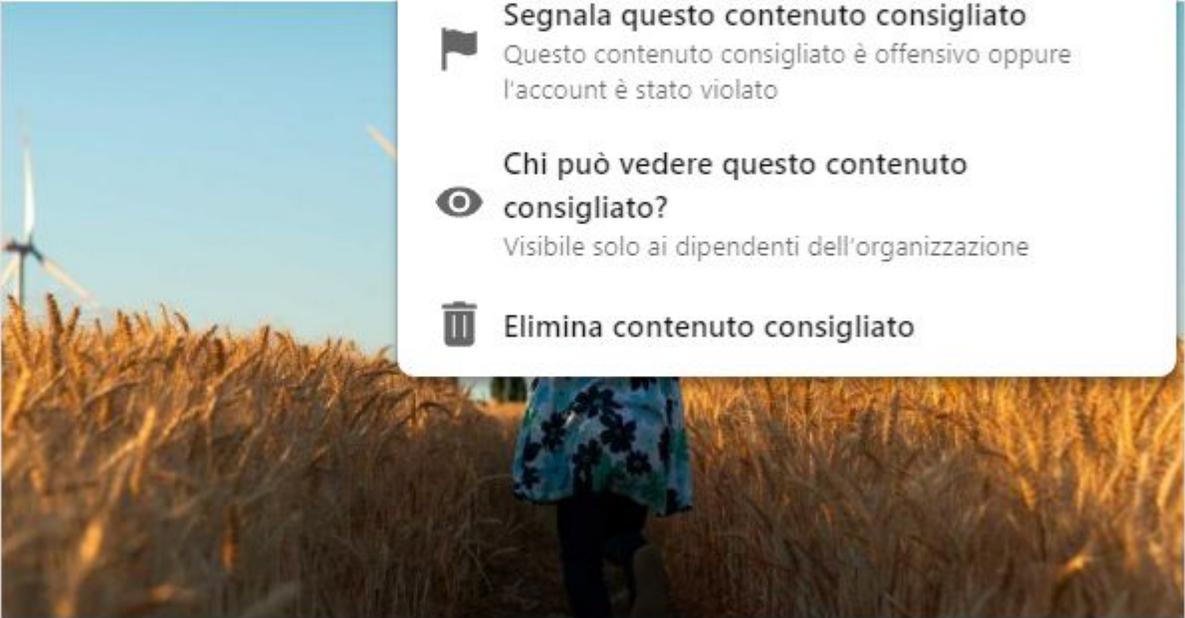
The main content area features a post titled '#Crocco ottiene il #Sustainability Award: è tra le Top 100 aziende sostenibili in Italia'. The post includes a video thumbnail showing a woman in a field with wind turbines. Below the video, the text reads: 'Top 100 aziende sostenibili in Italia - sustainability award', 'sustainabilityaward.it • 3 min di lettura', and 'Pubblicato da 4 colleghi'. A 'Consiglia ai dipendenti' button is visible above the post, and an 'Avvia un post' button is at the bottom.

# EMPLOYEE ADVOCACY COME UTILIZZARLO REALMENTE

Tutte le pagine ▾ **Contenuto** ▾ Analisi ▾ Attività 99+

A cura di [redacted] • 4m

**#Crocco** ottiene il **#Sustainability Award**: è tra le Top 100 aziende sostenibili in Italia

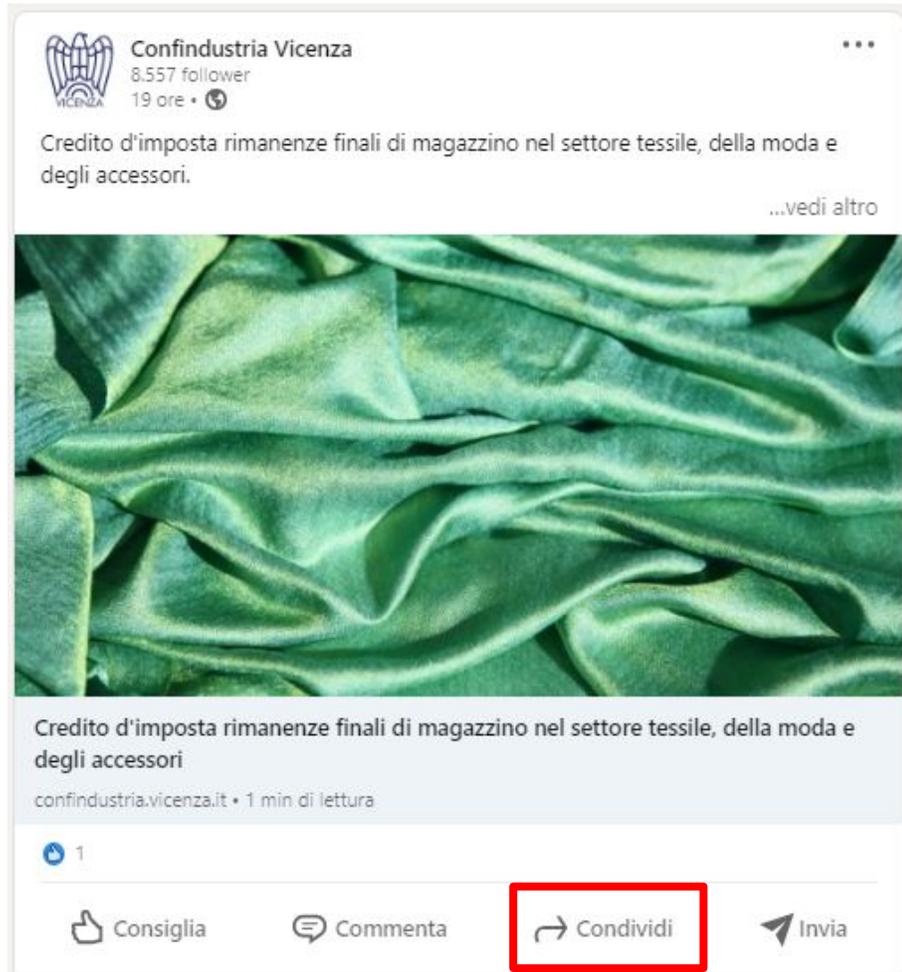


**Top 100 aziende sostenibili in Italia - sustainability award**  
sustainabilityaward.it • 3 min di lettura

- Copia link al contenuto consigliato
- Segnala questo contenuto consigliato  
Questo contenuto consigliato è offensivo oppure l'account è stato violato
- Chi può vedere questo contenuto consigliato?  
Visibile solo ai dipendenti dell'organizzazione
- Elimina contenuto consigliato

# PERCHÉ? LA RELAZIONE E L'ALGORITMO

Non è la stessa cosa condividere il post della pagina aziendale?



Confindustria Vicenza  
8.557 follower  
19 ore • 🌐

Credito d'imposta rimanenze finali di magazzino nel settore tessile, della moda e degli accessori. [...vedi altro](#)



Credito d'imposta rimanenze finali di magazzino nel settore tessile, della moda e degli accessori  
confindustria.vicenza.it • 1 min di lettura

👍 1

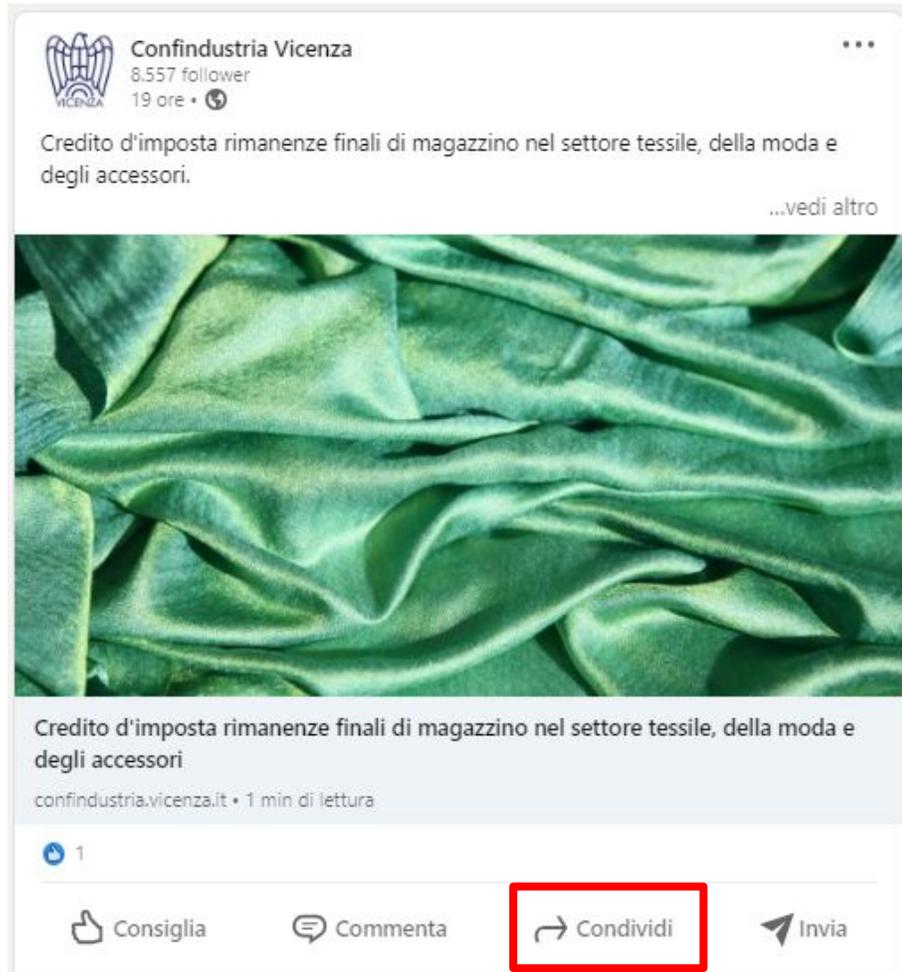
👍 Consiglia    💬 Commenta    ➦ **Condividi**    📤 Invia

# PERCHÉ? LA RELAZIONE E L'ALGORITMO

Non è la stessa cosa condividere il post della pagina aziendale?

## NO!

- 1) L'algoritmo penalizza la visibilità di un post condiviso, tanto più se non aggiungo testo
- 2) Il post può rimanere comunque "impersonale"
- 3) Chi lo vede difficilmente entra in contatto con persone, al massimo segue la pagina



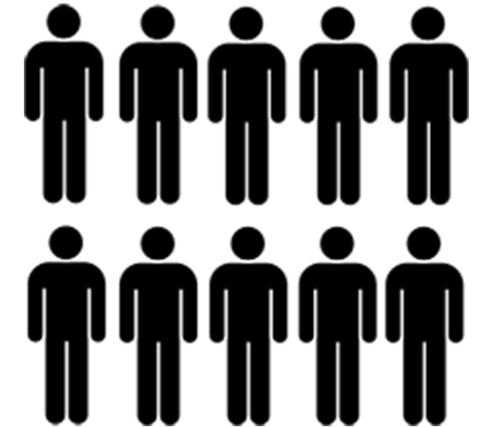
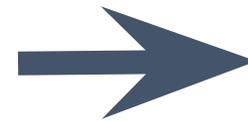
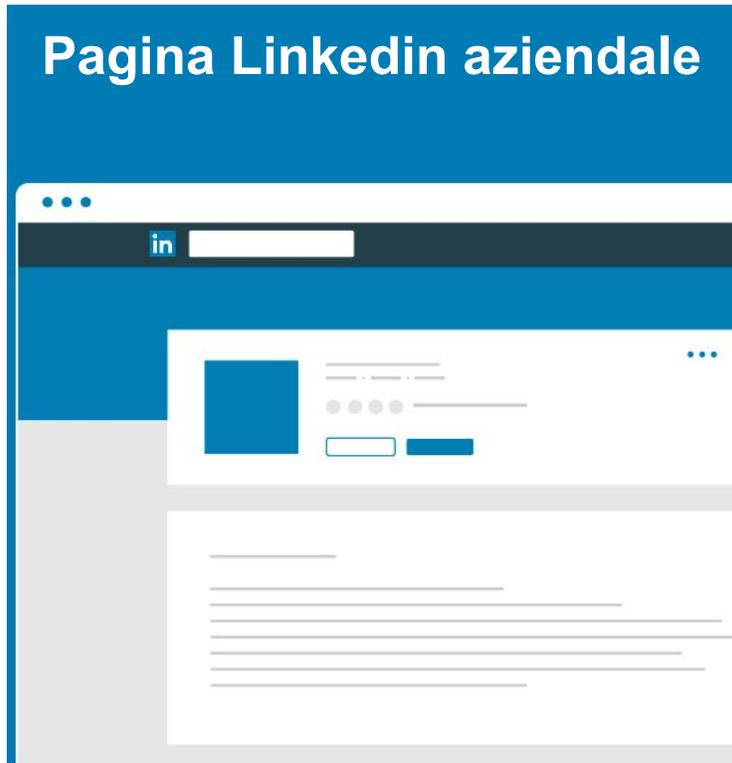
# PERCHÉ? LA RELAZIONE E L'ALGORITMO



Con la funzione employee advocacy invece

- 1) L'algoritmo dal profilo personale mi da maggiore visibilità
- 2) È come se scrivessi un post partendo da zero (con uno sforzo minimo)
- 3) Posso personalizzarlo e modificarlo in base alle mie competenze (cambiando anche gli hashtag)
- 4) Più aumento i collegamenti (in target) maggiore è la visibilità potenziale
- 5) Siamo noi a scegliere "i follower" a differenza della pagina aziendale

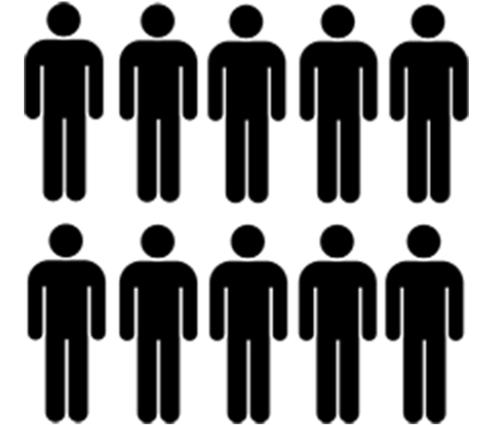
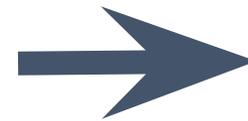
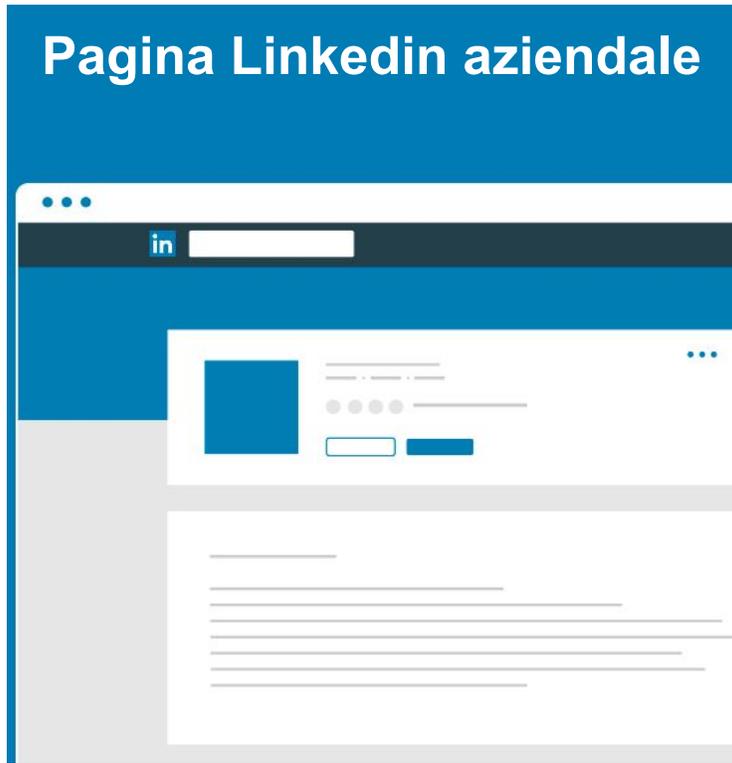
# PERCHÉ QUESTO CAMBIAMENTO? ALGORITMO E VISIBILITÀ



**1000 Follower**

**1 post in media  
400 visualizzazioni  
Oggi 150-200!**

# PERCHÉ QUESTO CAMBIAMENTO? ALGORITMO E VISIBILITÀ



**1000 Follower**

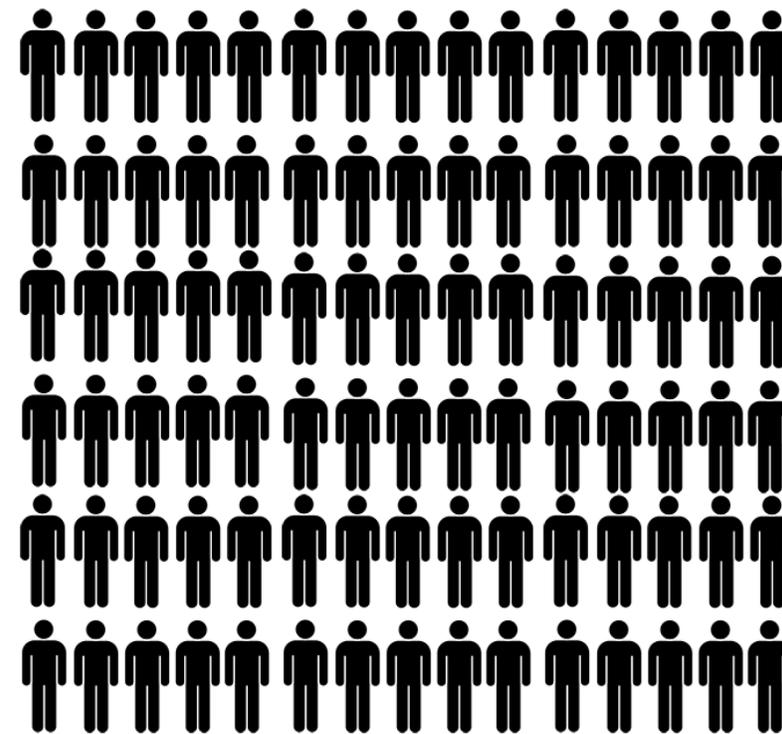
**1 post in media  
400-visualizzazioni  
Oggi 150-200!**

**CONTENUTI ISTITUZIONALI E  
UTILIZZO OBBLIGATORIO DI LINKEDIN ADS**

# IL POTERE DEI SINGOLI PROFILI



**4 dipendenti**



**1200 collegamenti  
(300 in media)**

**1 post in media  
con employee advocacy  
4000 visualizzazioni**

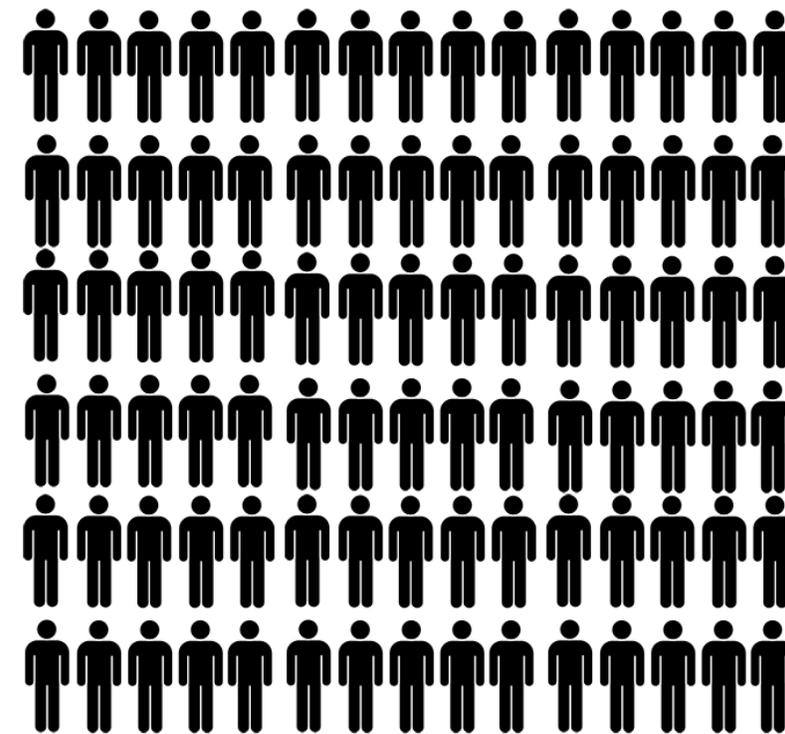
# IL POTERE DEI SINGOLI PROFILI



**4 dipendenti**



**1200 collegamenti  
(300 in media)**



**1 post in media  
con employee advocacy  
4000 visualizzazioni**

**E SE FOSSERO PIÙ DIPENDENTI?  
E SE AVESSERO PIÙ COLLEGAMENTI  
(IN TARGET)?**

# CONTENUTI + RICHIESTE DI COLLEGAMENTO (IN TARGET)



Ricapitoliamo:

- 1) visibilità per chi cerca (noi, l'azienda, i prodotti, i servizi ecc.)
- 2) Creazione di contenuti con lo strumento employee advocacy

+

- 3) pulire i collegamenti esistenti (in target)
- 4) trovarne di nuovi (in target)

# COME FARE? PROGETTO COORDINATO IN AZIENDA

## 1) Impostazione strategica con le persone chiave a livello aziendale

Definizione insieme ai vertici aziendali di una linea strategica e pratica da sviluppare durante un progetto di formazione aziendale propedeutico alla successiva gestione di LinkedIn. Definizione di social media policy linkedin e documento Welcome Kit.

## 2) Welcome Kit LinkedIn + review dei profili

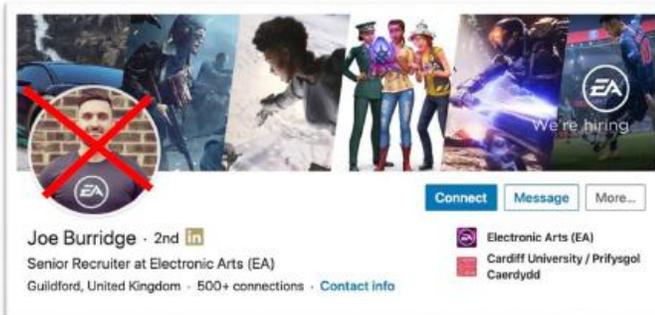
Formazione per migliorare la presenza di LinkedIn dei dipendenti selezionati dall'azienda, in funzione delle strategie di employer branding ed employee advocacy aziendale per comunicare meglio le attività dell'azienda sia dal punto di vista commerciale che di posizionamento del brand.

Successiva analisi dei profili LinkedIn dei dipendenti dopo le attività svolte, in modo da migliorare e ottimizzare concretamente la presenza nella piattaforma.

# IL DOCUMENTO LINKEDIN WELCOME KIT



- Make sure your face takes up at least 60% of the frame. Using a picture of yourself standing atop a distant mountain peak works well for some social media platforms, but it's not ideal for LinkedIn.
- Be the only person in the picture
- Avoid distracting backgrounds



- Wear what you'd wear to work, also a shirt with Sefar logo.

**You can also add a background image to personalize your profile.**

Your background photo appears behind your profile photo in the introduction card on your profile. You can't edit your background photo from a mobile device, but you can make changes from our desktop site.

To add a background photo:

1. Click the  Me icon at the top of your LinkedIn homepage.

LINKEDIN MANUAL 2020

3

- 1) Istruzioni su creazione del profilo
- 2) Ottimizzazione foto profilo e copertina aziendale (con indicazioni per ottenere le copertine preparate dall'azienda)
- 3) Ottimizzazione headline in base all'organizzazione aziendale
- 4) Miglioramento della visibilità con sezioni interne
- 5) Ottimizzazione della strategia dei collegamenti
- 6) Linee guida sulla pubblicazione dei contenuti
- 7) Policy aziendale sull'utilizzo di LinkedIn (dati e contenuti)

# COME FARE: PROGETTO COORDINATO IN AZIENDA

## 3) Coordinamento piano editoriale e pubblicazioni

Coordinamento e programmazione del piano editoriale per le attività di employee advocacy dai profili dei dipendenti.

## 4) Approfondimento LinkedIn Sales Navigator

Formazione per i dipendenti selezionati dall'azienda (commerciali, marketing, HR) con obiettivi di analisi lead e aziende, utilizzando lo strumento LinkedIn Sales Navigator.

## 5) Integrazione e potenziamento attività attraverso LinkedIn Ads

Potenziamento di tutte le attività comunicative e commerciali attraverso LinkedIn Ads per arrivare ai destinatari individuati con le attività precedenti (localizzazione, posizione lavorativa, esperienza, decision makers, settore e dimensioni delle aziende ecc.).

Per partire: <https://www.francescodenobili.it/employee-advocacy-linkedin>

# RIMANIAMO IN CONTATTO!



[linkedin.com/in/francescodenobili](https://www.linkedin.com/in/francescodenobili)



[www.francescodenobili.it](http://www.francescodenobili.it)



[info@francescodenobili.it](mailto:info@francescodenobili.it)



## CORSI DI APPROFONDIMENTO IN DIRETTA WEB



***Venerdì 21 ottobre 9:00 – 12:00  
e Giovedì 3 novembre 9:00 - 12:00***  
**LinkedIn marketing avanzato per fare  
business**

Posizionamento del brand, manager reputation,  
gestione pagine aziendali, lead generation e  
Sales Navigator, ads e analytics.

***Venerdì 18 novembre 9:00 – 11:00***  
**LinkedIn: nuovi trend e strumenti**  
Analisi delle nuove funzionalità, le nuove  
strategie e i trend più efficaci.



**VICdigital**

0444232500

[digitalmarketing@confindustria.vicenza.it](mailto:digitalmarketing@confindustria.vicenza.it)



**VIC**digital

0444232500

[digitalmarketing@confindustria.vicenza.it](mailto:digitalmarketing@confindustria.vicenza.it)