

Francesco De

Linkedin e Artificial Intelligence: rivoluzione in corso

VICdigital

CONFINDUSTRIA Vicenza

CORSO IN DIRETTA WEB, 6 ORE



AI integrata in LinkedIn: gestione quotidiana, marketing e vendite

L'AI di LinkedIn per ottimizzare profili e campagne, gestire pagine, analizzare mercato e competitor, raccogliere contatti, farti citare dall'AI.

In diretta web

*Giovedì **26 novembre** 9:00 - 12:00*

e

*Giovedì **3 dicembre** 9:00 - 12:00*

LinkedIn e AI per la gestione quotidiana

- La rivoluzione LinkedIn: l'AI al posto dell'**algoritmo**
- Le **opzioni native** di LinkedIn dedicate all'AI
- L'impatto di LinkedIn per **farsi citare dall'AI**
- L'ottimizzazione dei **profili** con l'AI
- La nuova gestione della **pagina aziendale**
- L'analisi di **mercato** e dei **competitor** con LinkedIn e AI

Linkedin e AI per vendite e marketing

- Gli **errori** più gravi nell'utilizzo dell'AI per le **campagne** pubblicitarie Linkedin
- L'ottimizzazione del **pubblico** da raggiungere su Linkedin con l'AI
- **Migliorare** le **campagne** grazie al supporto dell'AI
- Linkedin e AI per la l**ead generation**
- **Sales Navigator** e AI pro e contro
- L'analisi dei **dati** ottimizzata con l'AI

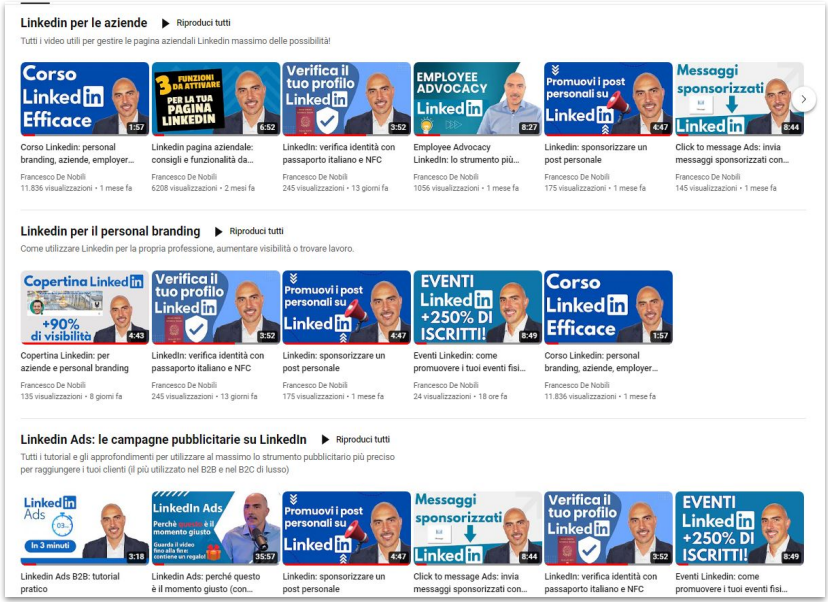
SOLO PER EDUCAZIONE: PROFILO LINKEDIN



https://www.linkedin.com/in/francescodenobili/

SITO FRANCESCODENOBILI.IT E CANALE YOUTUBE

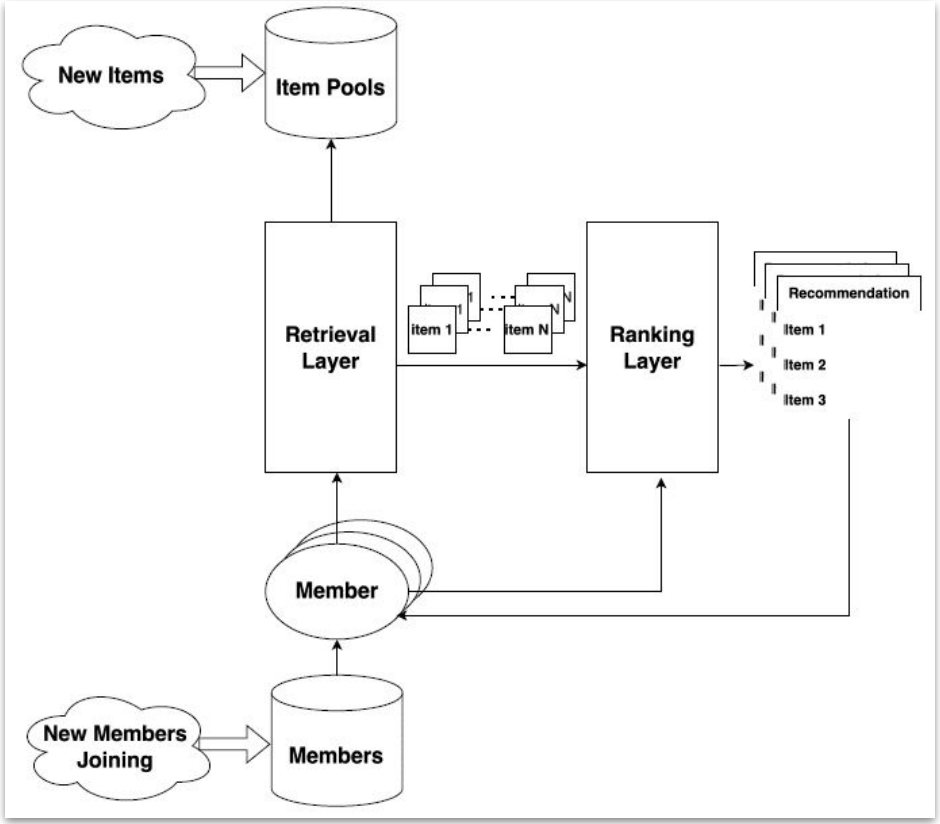




https://www.francescodenobili.it/

https://www.youtube.com/@francesco-denobili

RIVOLUZIONE: FINE “ALGORITMO”, NUOVO SISTEMA AI

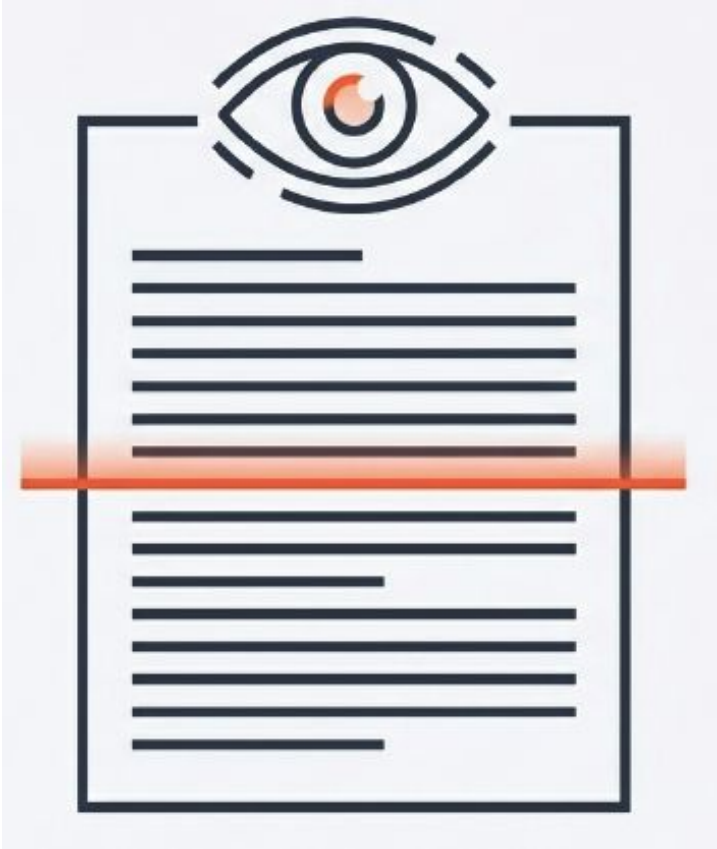


Rapporto tecnico “360Brew: A Decoder-only Foundation Model for Personalized Ranking and Recommendation

IN EUROPA LO ADDESTRIAMO DAL 3 NOVEMBRE 2025!



LA TECNOLOGIA ALLA BASE DEL NUOVO SISTEMA



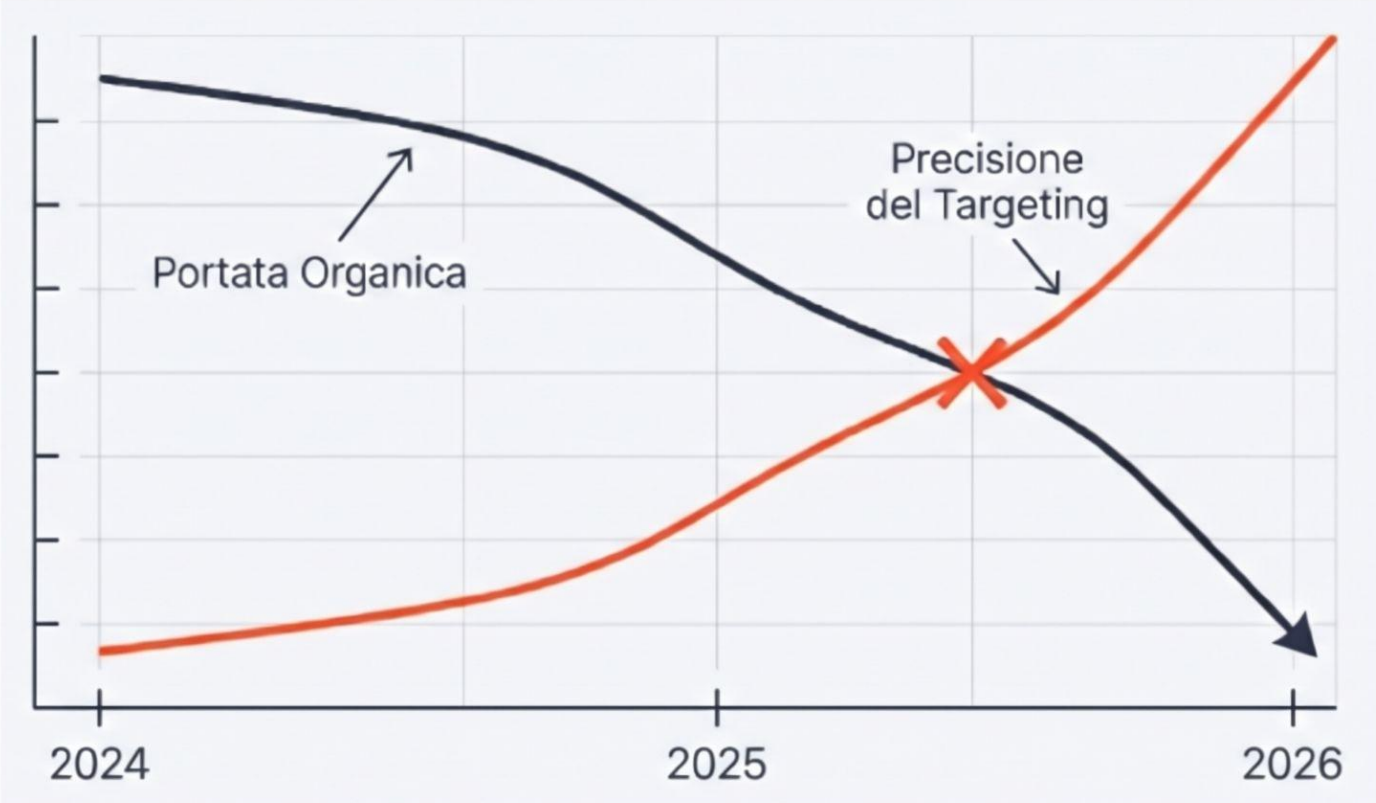
Modello Decoder-only:
l'AI non conta solo i click, anzi.

Comprensione semantica:
il sistema legge e comprende il contenuto.

Visibilità:
un “nuovo codice della strada” per i contenuti.

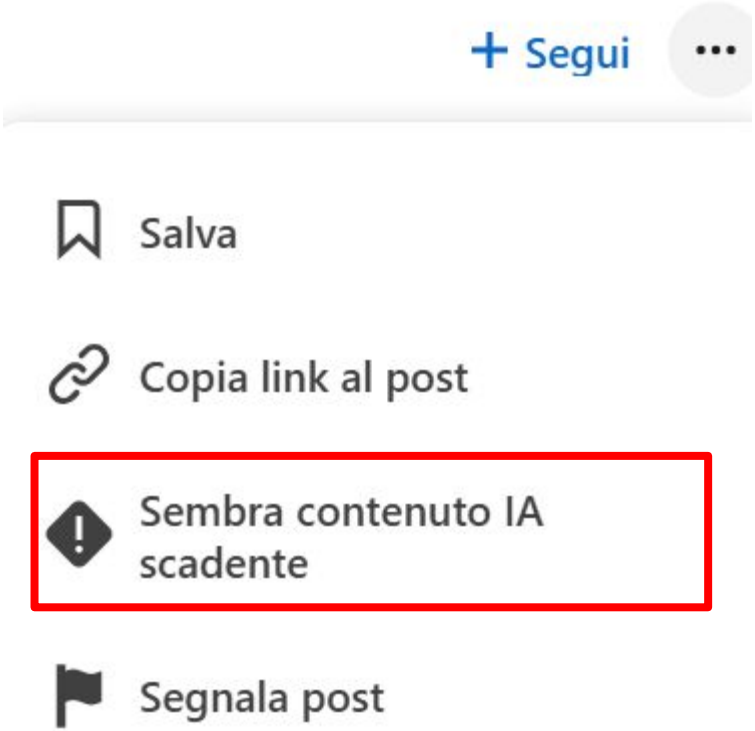
Autenticità:
riconosce direttamente contenuti generati da AI e automazioni.

CONSEGUENZE? PORTATA ORGANICA (E NON SOLO)



RICONOSCIMENTO AUTONOMO E MANUALE AI





BLOCCO PROFILO AUTOMAZIONI E AI (SCRAPING COMPRESO)



Evita tool e software e AI per automazione o scraping!

Recentemente sto ricevendo sempre più richieste di persone o manager aziendali a cui hanno bloccato il profilo perché hanno utilizzato software automatici per collegarsi con messaggi personalizzati con altre persone, in particolare i tool su cui Linkedin sta intervenendo in modo massiccio sono:

Lead Delta
Waalaxy
PhantomBuster
Expandi
Lempod
Salestools.io (ex-Demand)
CloselyHQ
TexAu
Dux-Soup
MeetAlfred
LinkedHelper

Evita inoltre qualsiasi automazione (richieste di collegamento, commenti, messaggi ecc.) da AI o scraping da AI!

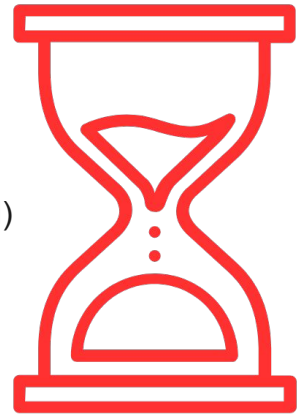
Linee guida ufficiali Linkedin sul divieto e blocco profilo: https://www.linkedin.com/help/linkedin/answer/a1341388/

BLOCCO PROFILO AUTOMAZIONI E AI (SCRAPING COMPRESO)

Evita tool e software e AI per automazione o scraping!

Recentemente sto ricevendo sempre più richieste di persone o manager aziendali a cui hanno bloccato il profilo perché hanno utilizzato software automatici per collegarsi con messaggi personalizzati con altre persone, in particolare i tool su cui Linkedin sta intervenendo in modo massiccio sono:

Lead Delta
Waalaxy
PhantomBuster
Expandi
Lempod
Salestools.io (ex-Demand)
CloselyHQ
TexAu
Dux-Soup
MeetAlfred
LinkedHelper

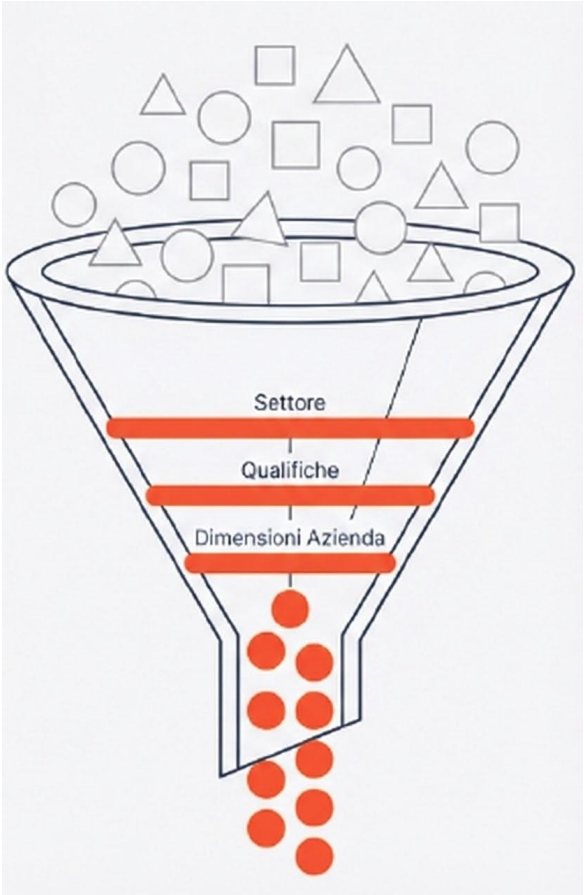


Se ti è andata bene finora, smetti subito!

Evita inoltre qualsiasi automazione (richieste di collegamento, commenti, messaggi ecc.) da AI o scraping da AI!

Linee guida ufficiali Linkedin sul divieto e blocco profilo: https://www.linkedin.com/help/linkedin/answer/a1341388/

QUALITÀ VS QUANTITÀ



Come avviene la distribuzione dopo il contenuto?

Il sistema ottimizza per caratteristiche firmografiche del profilo, non per volume.

Il numero di collegamenti e follower è irrilevante senza allineamento qualitativo.

La “nuova” regola: determinare il pubblico in base ai dati del profilo personale e della pagina aziendale.

RIPASSINO: DATI FIRMOGRAFICI LA CHIAVE

Dati certi inseriti dagli utenti

Geolocalizzazione
Settore aziendale
Dimensioni dipendenti
Qualifica professionale
Area di lavoro/Funzione
Competenze tecniche
Formazione

Bonus da salvare:

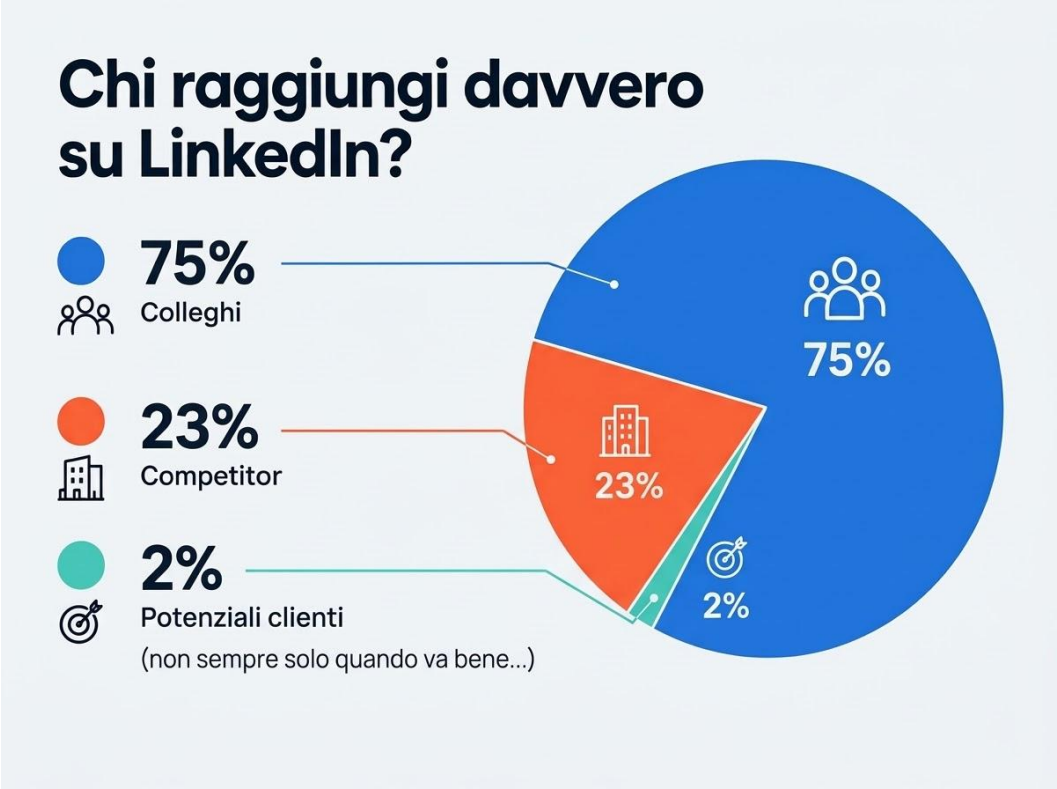
Le nuove verifiche Linkedin: https://www.francescodenobili.it/badge-linkedin/

Crea il tuo ICP: https://www.francescodenobili.it/ideal-customer-profile/

CONSEGUENZE

Valore Concreto ✅	**Vanity Metrics** ❌
Qualità (in base ai dati reali)	Quantità
Chiarezza	Lunghezza del post
Credibilità (Salva post)	Interazioni, reazioni
Contributo (informare, istruire, divulgare ecc.)	Commenti “esca” (Lead magnet)

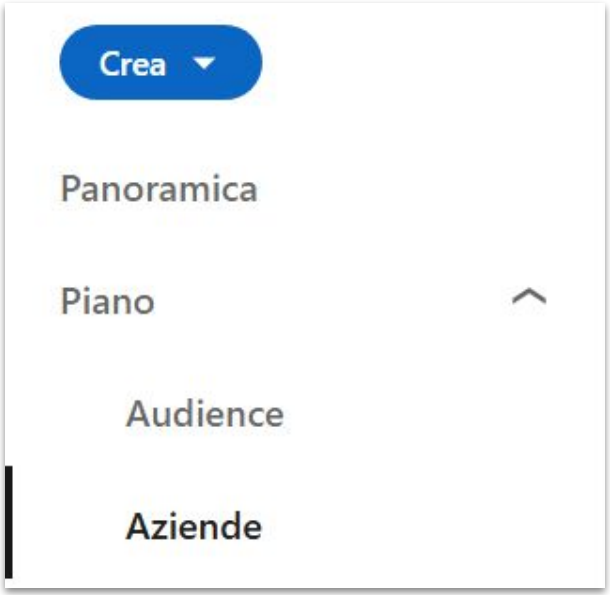
DA DOVE PARTIRE: CHI VEDE LA VOSTRA PAGINA LINKEDIN?



Analisi su 127 aziende italiane (ultimi 8 mesi): la situazione di partenza prima di riorganizzare le loro attività per affrontare il nuovo sistema.

DA DOVE PARTIRE: CHI VEDE LA VOSTRA PAGINA LINKEDIN?

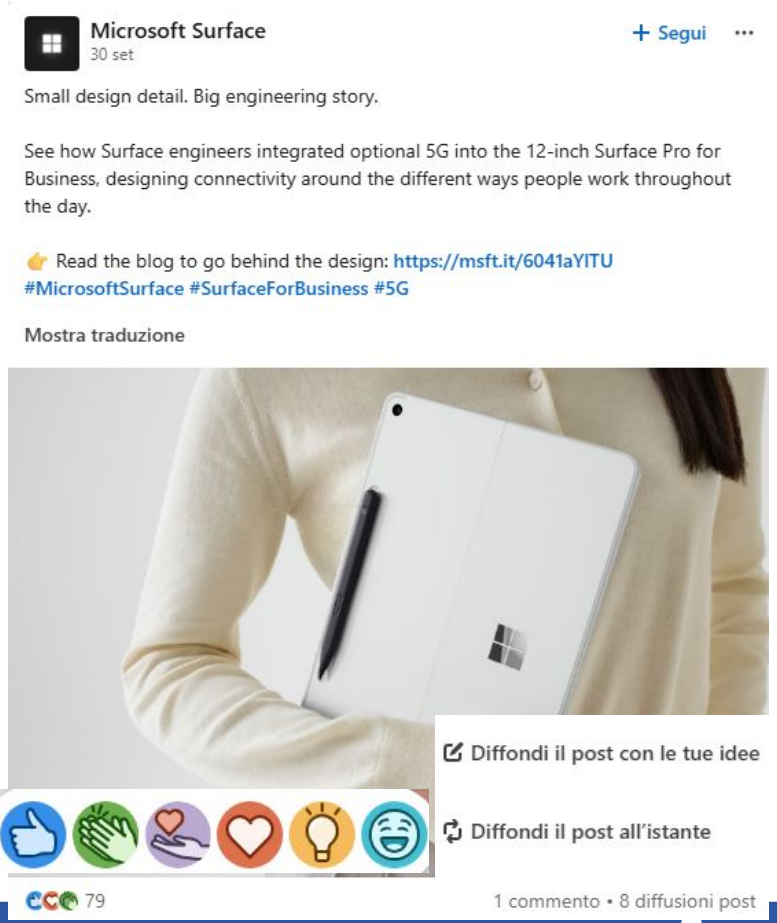
Ads | Campaign Manager



Azienda	Livello di interesse	Impressioni organiche	Interazioni organiche
58.928 aziende			
Azienda stessa	Medio	47.910	58.470
Competitor	Molto alto	13.694	14.771
Azienda del Gruppo	Medio	6.134	7.467
Competitor	Molto alto	3.514	3.981
Competitor	Molto alto	3.353	3.711
Competitor	Molto alto	3.025	3.639
Competitor	Molto alto	2.571	2.719

L'approfondimento:
https://www.francescodenobili.it/account-based-marketing-linkedin/

L'ERRORE COMUNE

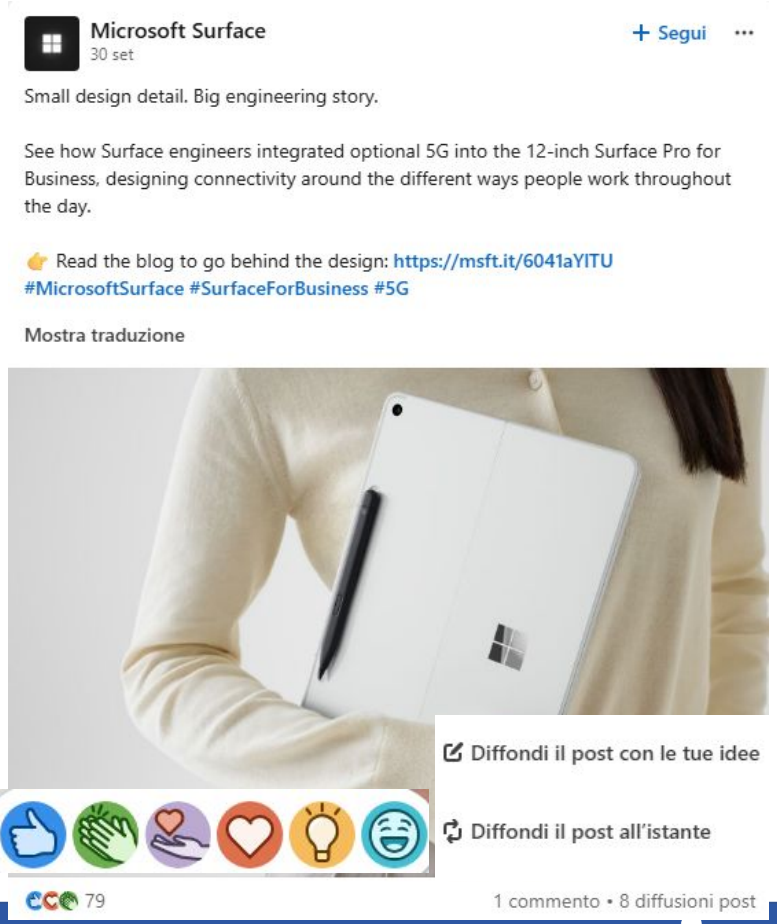


Ogni volta che esce il post:

- chiediamo una reaction a chi lavora in azienda
- chiediamo di diffondere il post aziendale
- chiediamo di diffondere il post con una frase
- chiediamo di commentare e menzionare altri colleghi o aziende

RISULTATO?

L'ERRORE COMUNE



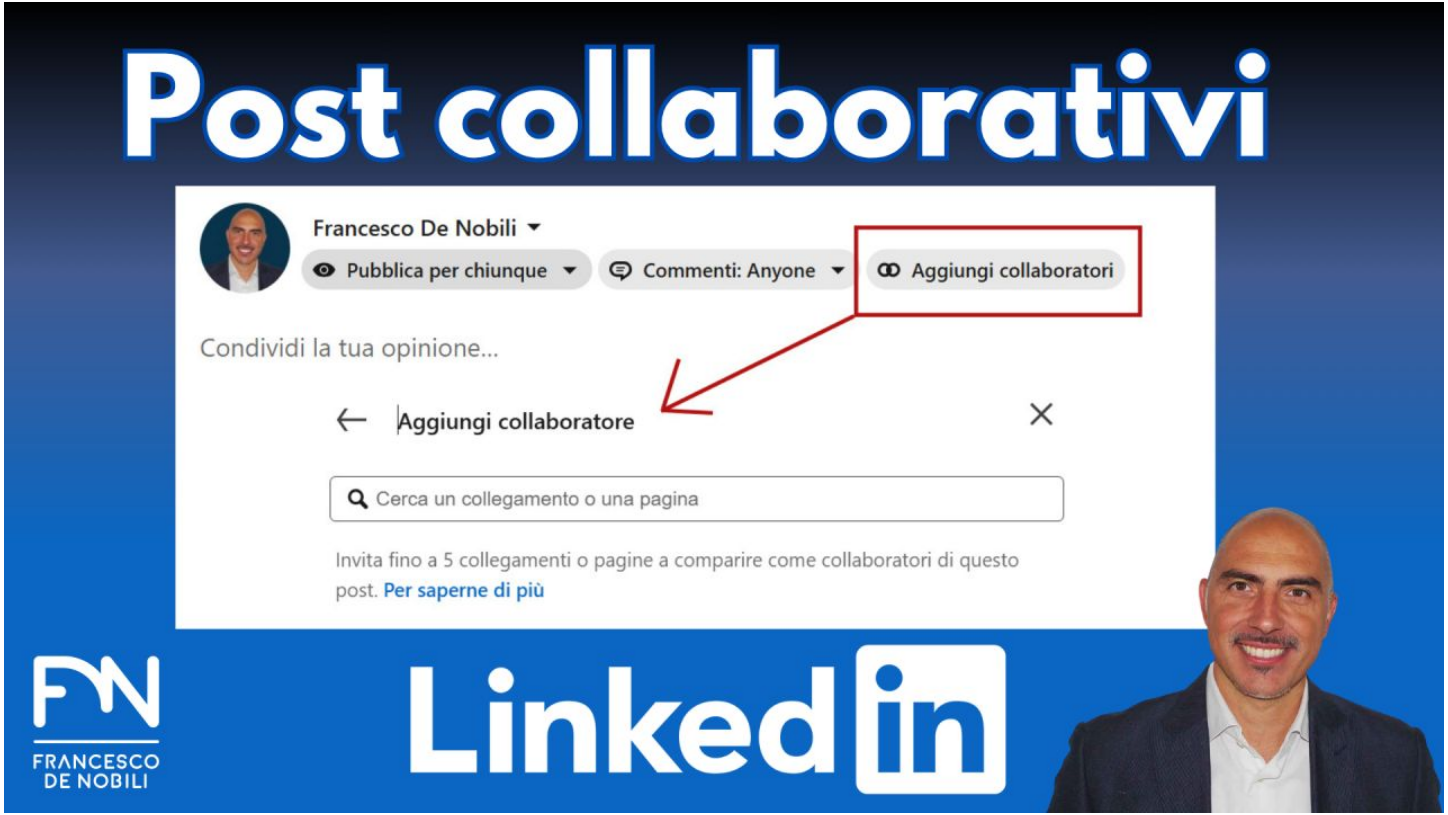
Ogni volta che esce il post:

- chiediamo una reaction a chi lavora in azienda
- chiediamo di diffondere il post aziendale
- chiediamo di diffondere il post con una frase
- chiediamo di commentare e menzionare altri colleghi o aziende

RISULTATO?

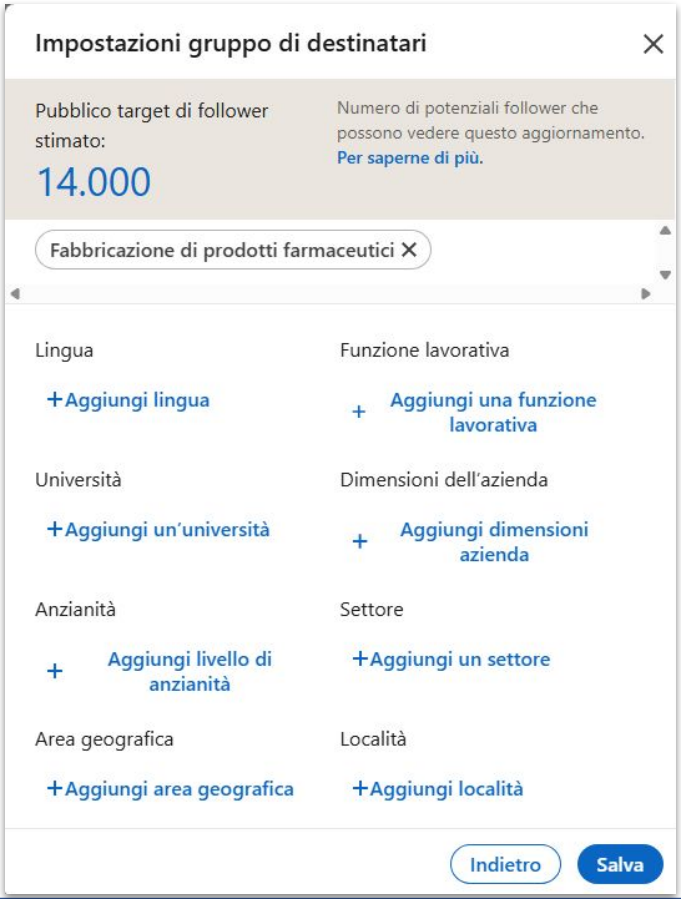
CE LA FACCIAMO E CANTIAMO TRA DI NOI E I NOSTRI COMPETITOR!

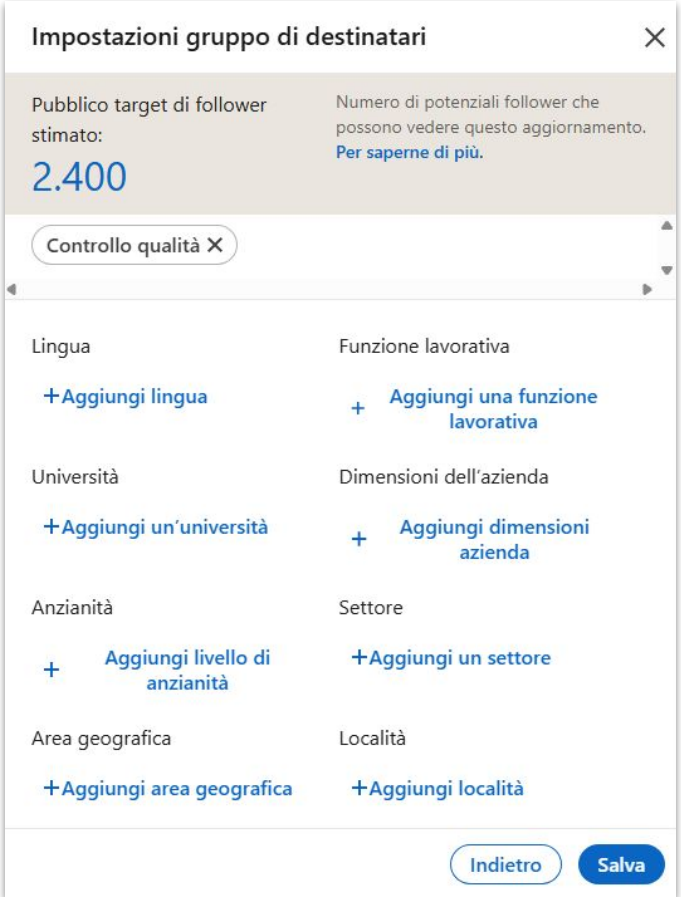
L’ERRORE COMUNE: NEW ENTRY!



Approfondimento: https://www.francescodenobili.it/post-collaborativi-linkedin/

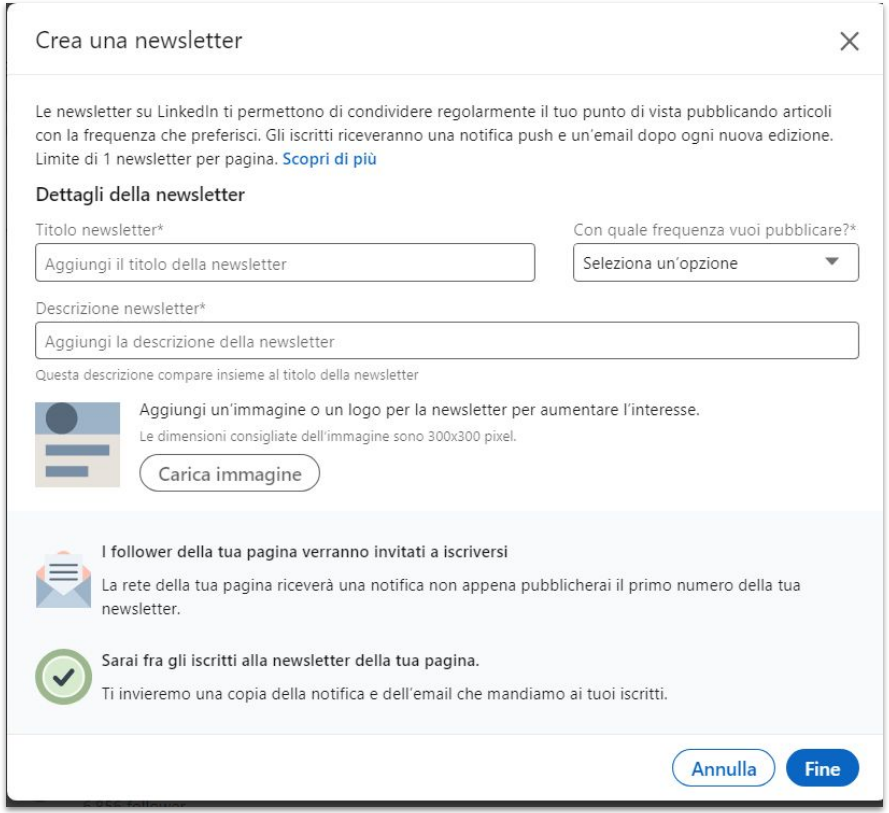
PER CHI NON LO SAPESSE: PROFILAZIONE DEI FOLLOWER





PRIMA VIA (ORGANICA): NEWSLETTER (MEGLIO CON ADS)





Approfondimento https://www.francescodenobili.it/newsletter-linkedin-cose-come-funziona/

PRIMA VIA (ORGANICA): NEWSLETTER (MEGLIO CON ADS)



Come funziona Linkedin: il libro che ti aiuta dopo il crollo della portata organica

Francesco De Nobili
Consulente Marketing, Sales, HR, Comunicazione B2B e B2C Luxury | Gestione campagne Linkedin Ads | Consulente Linkedin | Lead...

3 novembre 2026

Pubblica tutti i giorni. Usa tanti hashtag. Commenta i post degli altri per farti notare. Punta tutto sulla pagina aziendale. Le Ads costano troppo per una PMI.

Sono consigli che circolano su LinkedIn da anni. Quasi tutti, con il sistema attuale, ti tolgono visibilità senza che te ne accorga.

Se uno di questi è nella tua routine, conviene verificarlo prima di pubblicare il prossimo post. Anche perché adesso, con il crollo della portata organica se non ti vede nessuno, non serve neanche più e dovrai gestire meglio il tuo tempo.



Nel mio nuovo video su YouTube ti spiego esattamente come fare (guardalo subito e scarica il file che contiene una super promo per il mio corso per la pagina aziendale Linkedin!)



Fammi sapere nei commenti del video cosa ne pensi!

Salva questo articolo per non perderlo e condividilo con chi può essere interessato!

Se non li hai ancora visti, ecco i miei post più letti negli ultimi giorni:



Approfondimento https://www.francescodenobili.it/newsletter-linkedin-cose-come-funziona/

ARTICOLI LINKEDIN NELLE RISPOSTE AI



STRATEGIA DELLA RETE DI COLLEGAMENTI PER I DIPENDENTI



I 4 PILASTRI DI LINKEDIN

1) Visibilità PROFILO per chi cerca (noi, l'azienda, i prodotti, i servizi ecc.)

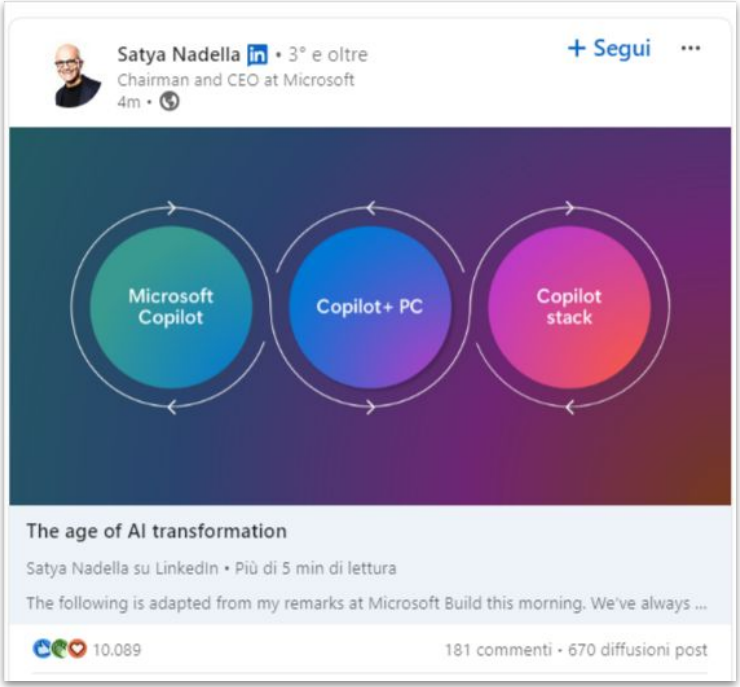
2) Creazione di contenuti (dai **Profili Personali!**)

+

3) Pulire i collegamenti esistenti (non in target)

4) **Trovarne di nuovi (in target)**

POST PERSONALI? LA RELAZIONE E IL NUOVO SISTEMA



Con un post da profilo personale invece

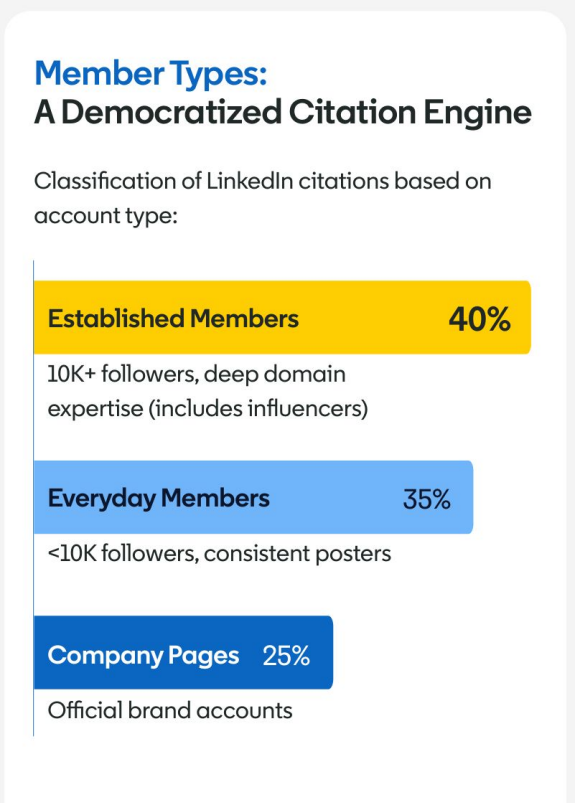
1) Dal profilo personale ho maggiore visibilità (3:1)

2) Più aumento i collegamenti (in target) maggiore è la visibilità potenziale

3) Siamo noi a scegliere “i follower” a differenza della pagina aziendale

4) Oggi abbiamo un sistema per pubblicare i contenuti dei profili personali dei nostri colleghi in automatico: https://www.francescodenobili.it/employee-advocacy-linkedin-cose-e-come-utilizzarlo/

CHI CITA L'AI?



I contenuti dei profili personali rappresentano il 75% delle citazioni di LinkedIn.

.

Fonte: LinkedIn, Unlocking AI Search Visibility , p. 9, che cita Meltwater (2026).

Leggi lo studio originale: https://www.meltwater.com/en/blog/linkedin-ai-visibility-study

TUTTAVIA LA PRIORITÀ RIMANE QUESTA

LinkedIn Advertising: il sistema per la comunicazione mirata



SEGNALI VS DATI REALI (NO AI)

Meta

BRAND BUILDING & PERFORMANCE AI-POWERED

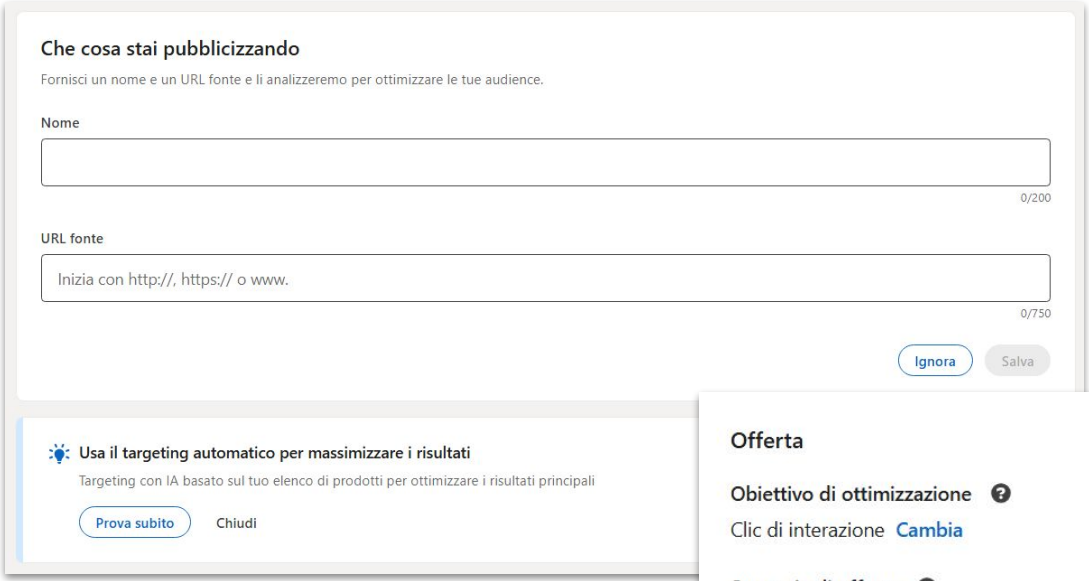
- Build Brand Equity
- Creatives (Video, Reels, AR, VR)
- Measurement (Incrementality & MMM)
- AI Performance Solution
- Data & Signals

LinkedIn

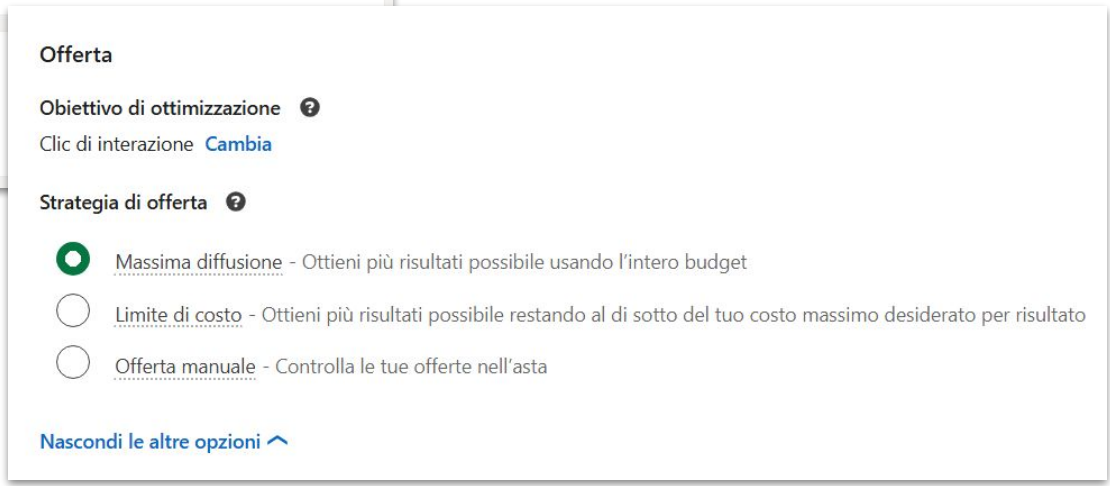
DATI REALI INSERITI DIRETTAMENTE DAGLI UTENTI

- Company Name
- Job Title
- Member Skills & Interests
- Company Industry
- Job Seniority
- Member Groups
- Company Size
- Job Function
- Member Age*
- Location
- Years of experience
- Member Gender*

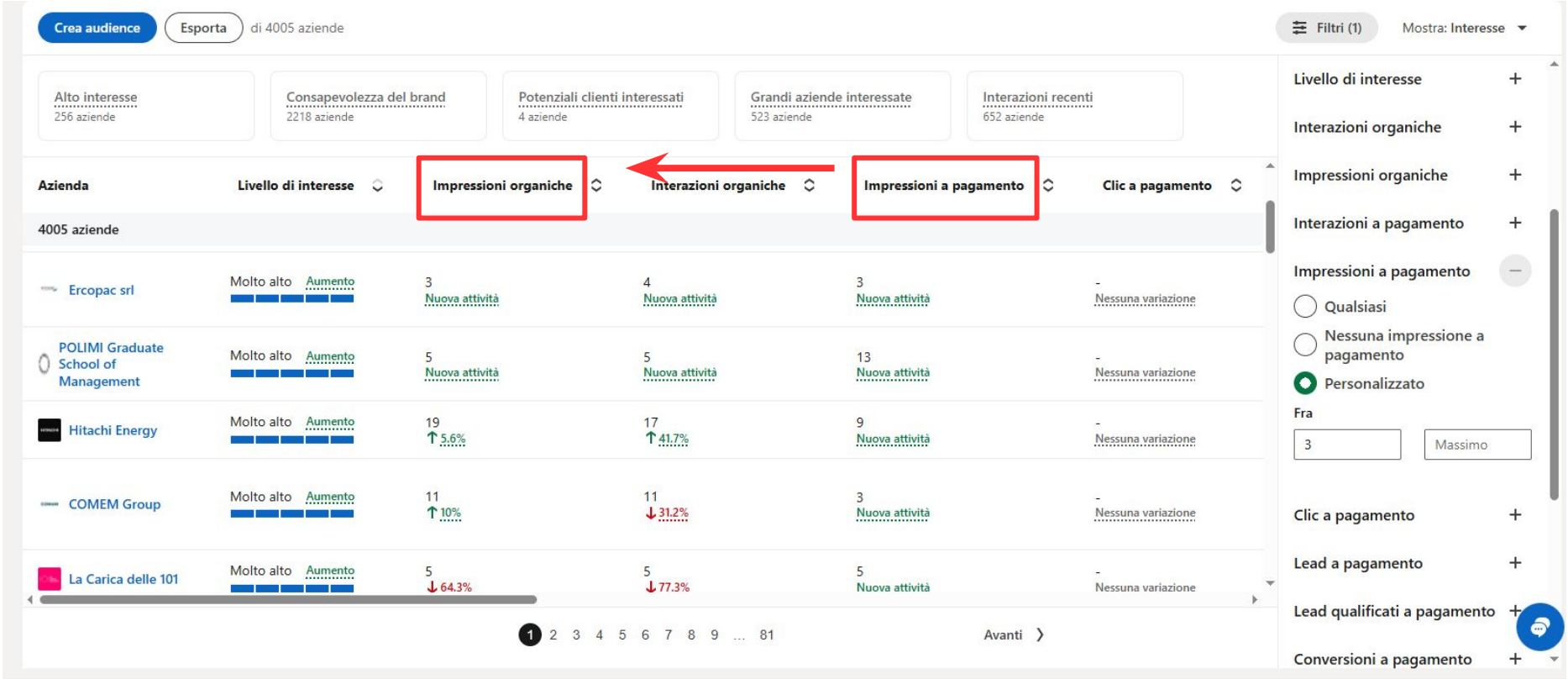
ERRORI DA EVITARE: QUI TUTTO MANUALE!





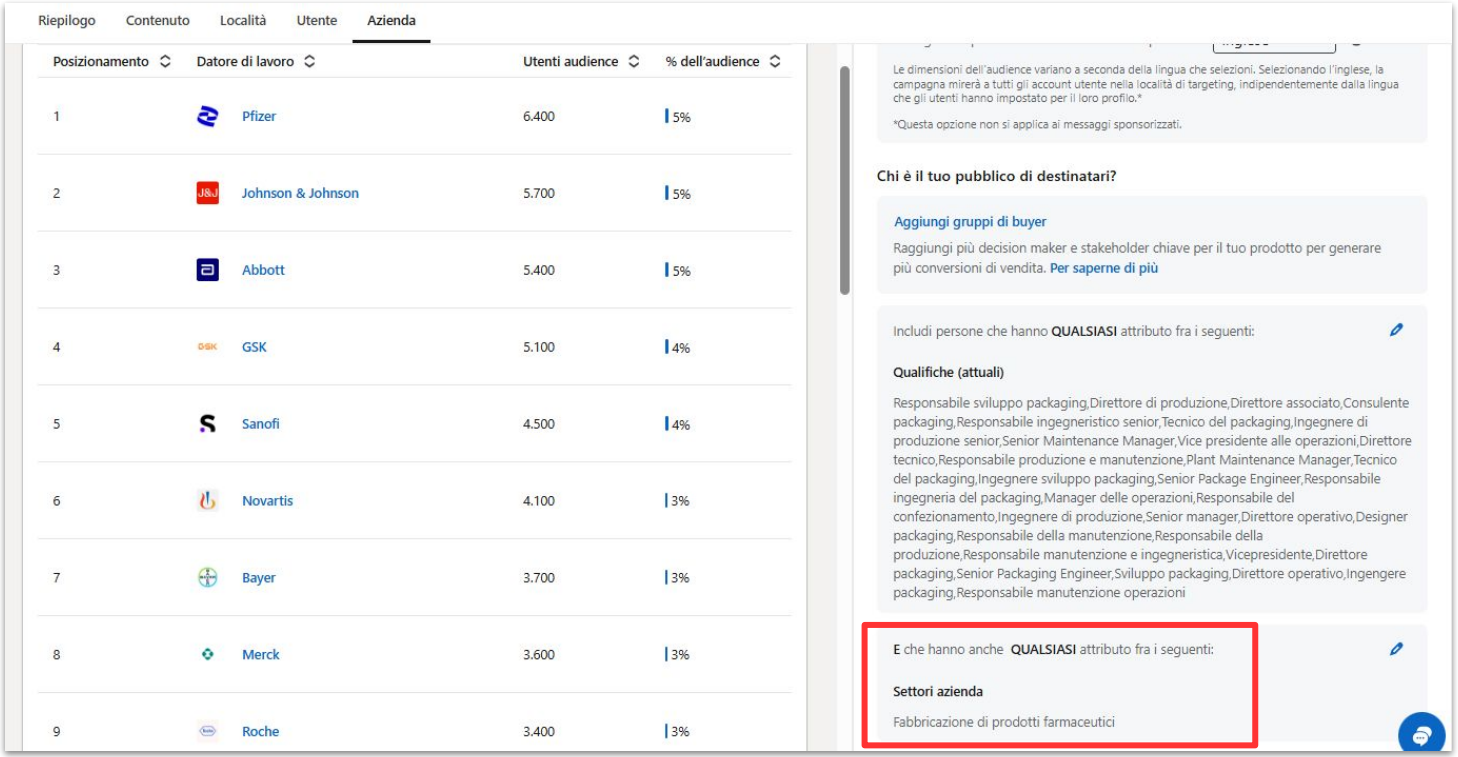


LINKEDIN ADS AUMENTA LA VISIBILITÀ DELLA PAGINA (IN TARGET)

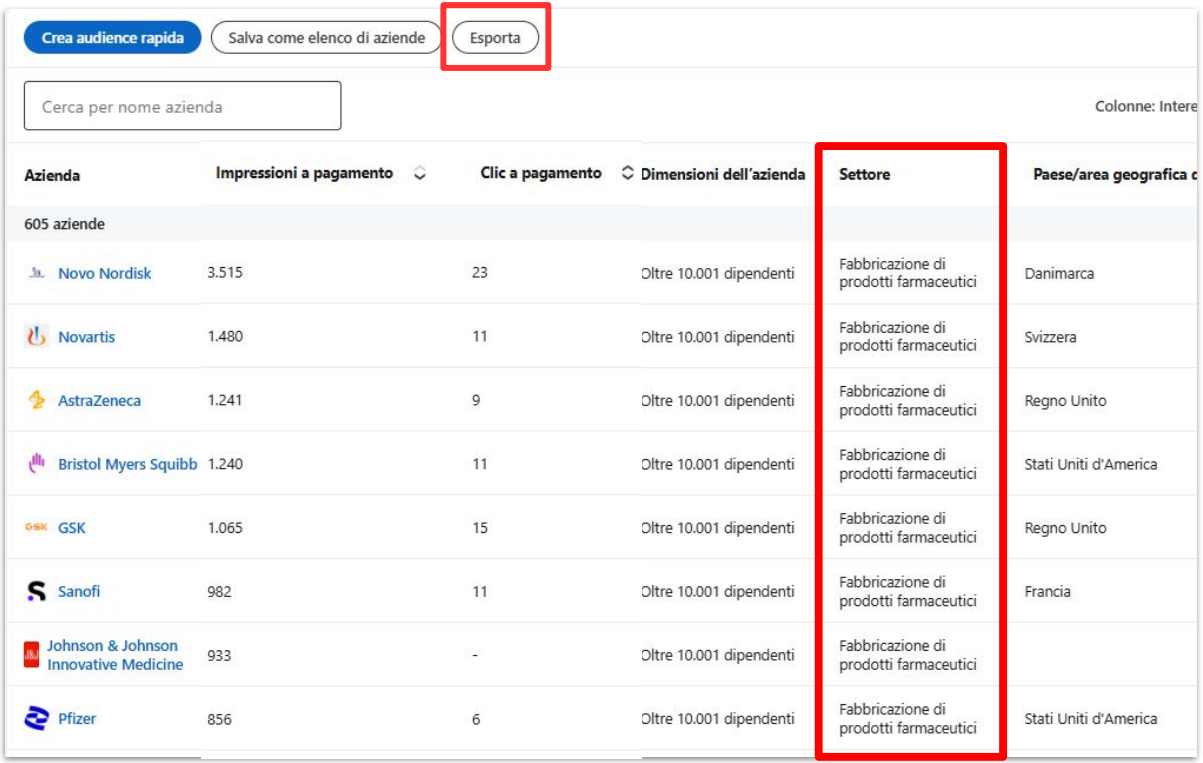


L’approfondimento: https://youtu.be/0qpwooJwZi8

IL VERO PLUS: SAI ESATTAMENTE CHI RAGGIUNGI PRIMA



SAI ESATTAMENTE CHI HAI RAGGIUNTO DOPO



Crea audience rapida | Salva come elenco di aziende | Esporta

Cerca per nome azienda

Colonne: Intere

Azienda	Impressioni a pagamento	Clic a pagamento	Dimensioni dell'azienda	Settore	Paese/area geografica c
605 aziende					
Novo Nordisk	3.515	23	Oltre 10.001 dipendenti	Fabbricazione di prodotti farmaceutici	Danimarca
Novartis	1.480	11	Oltre 10.001 dipendenti	Fabbricazione di prodotti farmaceutici	Svizzera
AstraZeneca	1.241	9	Oltre 10.001 dipendenti	Fabbricazione di prodotti farmaceutici	Regno Unito
Bristol Myers Squibb	1.240	11	Oltre 10.001 dipendenti	Fabbricazione di prodotti farmaceutici	Stati Uniti d'America
GSK	1.065	15	Oltre 10.001 dipendenti	Fabbricazione di prodotti farmaceutici	Regno Unito
Sanofi	982	11	Oltre 10.001 dipendenti	Fabbricazione di prodotti farmaceutici	Francia
Johnson & Johnson Innovative Medicine	933	-	Oltre 10.001 dipendenti	Fabbricazione di prodotti farmaceutici	
Pfizer	856	6	Oltre 10.001 dipendenti	Fabbricazione di prodotti farmaceutici	Stati Uniti d'America

ELIMINA I 3 PROBLEMI DEL NUOVO CICLO DI VENDITA AI



TARGET A CASO

Linkedin ti permette di trovare migliaia di potenziali clienti.

Ma se non sai chi è il tuo cliente ideale, con le specifiche verticali di Linkedin, stai semplicemente automatizzando il caso.

PIÙ CONTATTI ≠ PIÙ OPPORTUNITÀ

ELIMINA I 3 PROBLEMI DEL NUOVO CICLO DI VENDITA AI



STESSE DOMANDE

Continuiamo a usare l'AI e Linkedin per fare proposte generiche e automatizzate, senza conoscere davvero problemi e priorità del destinatario.

PIÙ VELOCITÀ ≠ PIÙ VALORE

ELIMINA I 3 PROBLEMI DEL NUOVO CICLO DI VENDITA AI

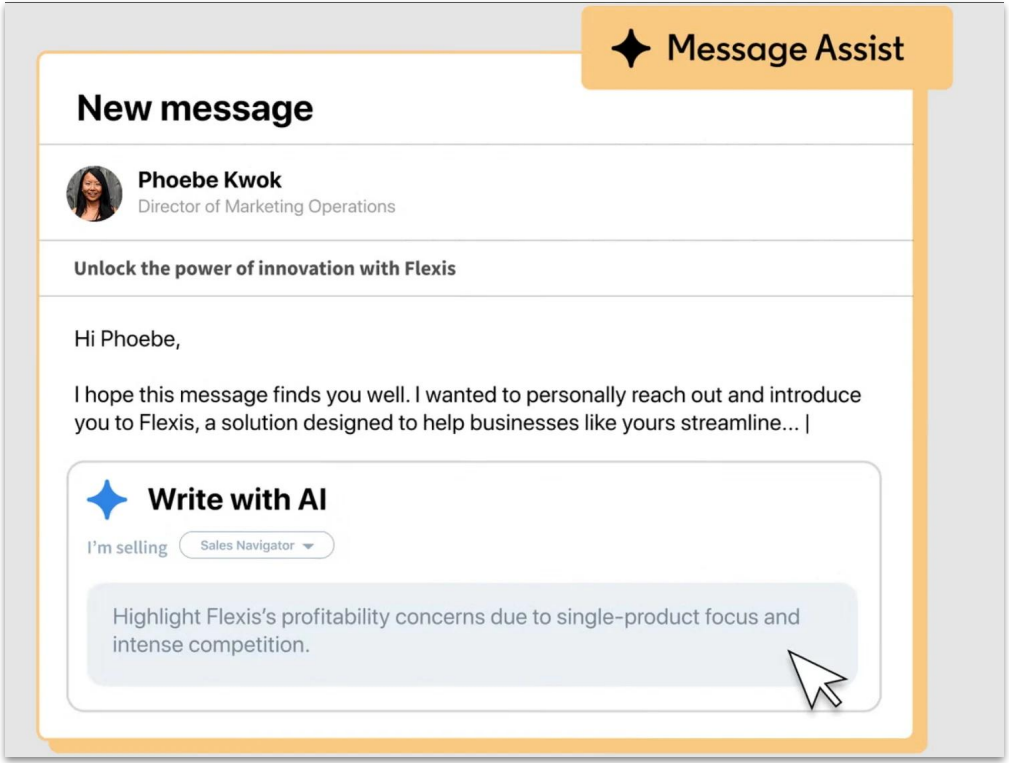


FINE DEL CONTATTO FREDDO

Automazioni e/o messaggi Linkedin a freddo: abbiamo digitalizzato il volantinaggio, non migliorato la relazione commerciale.

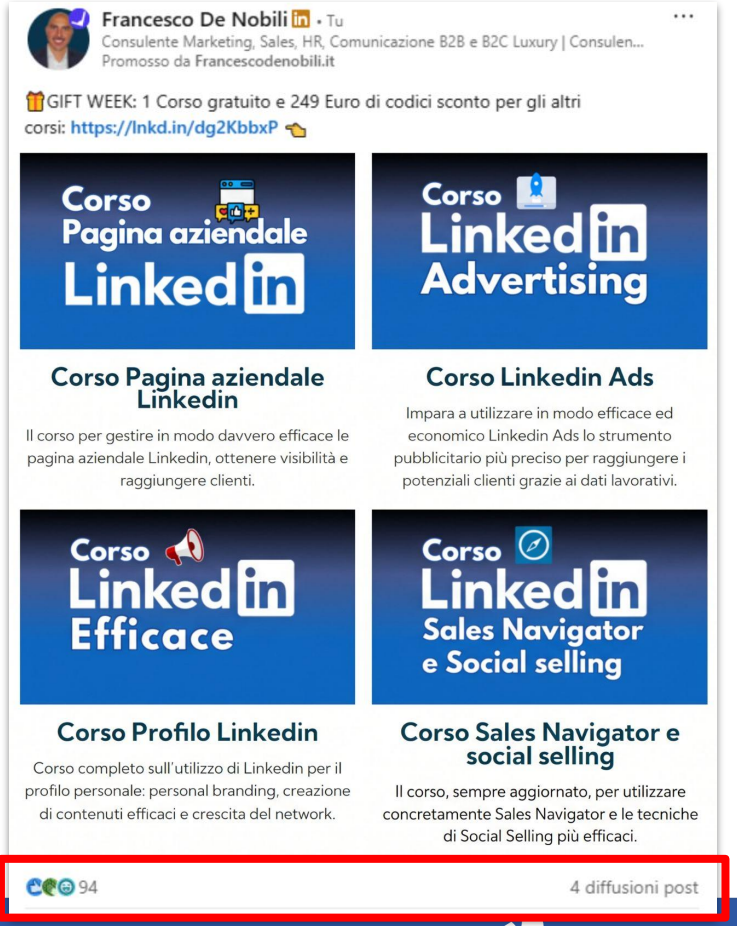
PIÙ MESSAGGI ≠ PIÙ RELAZIONI

CI SI METTE ANCHE LINKEDIN…



Message Assist (Sales Navigator Advanced e Advanced Plus) crea InMail utilizzando Lead IQ, Account IQ e i prodotti che indichi di vendere.
È disponibile solo in inglese, con un limite di 50 messaggi al mese generati con l'ausilio dell'IA e i destinatari non vengono informati del contributo dell'IA alla stesura del messaggio.

IL NUOVO CICLO DI VENDITA



I lead con **nome e cognome** generati dalle campagne sui **singoli profili**

- reazioni
- commenti
- diffusioni
- **visite al profilo**
- nuovi follower personali

+

Lead diretti nelle landing page

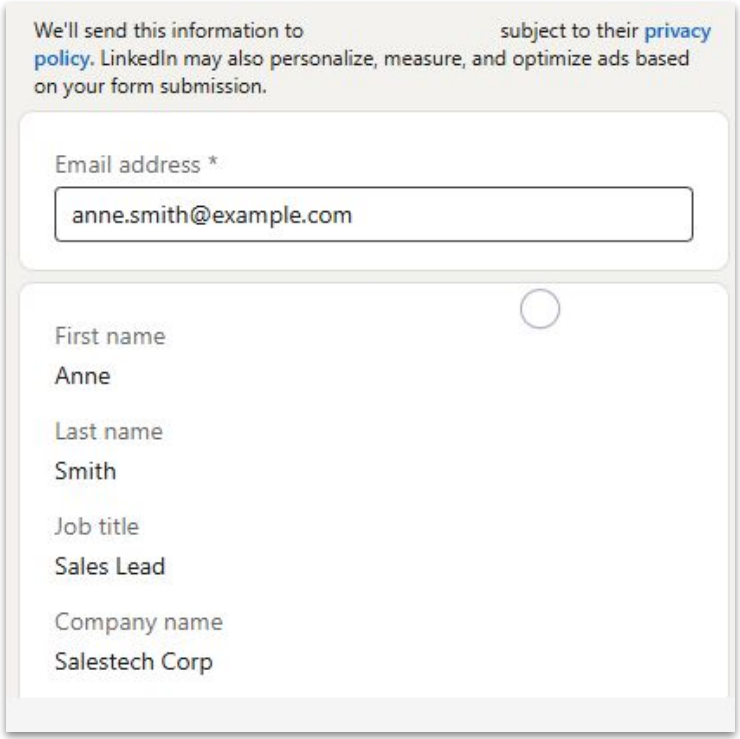
+

Smartlink (per chi ha Sales Navigator Advanced)

<u>Evita il formato modulo Lead Ads!</u>

MODULI LEAD ADS PER INTENDERCI…





CASO REALE NUOVA LEAD GENERATION



Un caso B2B manifatturiero, a parità di budget:

→ lead da modulo LinkedIn: 42 Euro l'uno

→ contatti nati dalle interazioni, follower e visite profilo con un post personale: 1,93 Euro l'uno

CASE HISTORY E TREND: OGGI L'80% PASSA DAI PROFILI



I motivi:

+ dati per i lead (visite al profilo)

+ contatti diretti

+ autenticità

+ alto CTR

+ contenuti da esperienze reali

- costi

CASE HISTORY E TREND: OGGI L'80% PASSA DAI PROFILI

Nome annuncio		Impressioni	Clic	Media CPC	Media CTR
Francesco De Nobili #LEADGENERATION AUTOMATICA CON NOME E COGNOME Vuoi raggiungere nuovi clienti di qualità (con Nome: 34240567 ID: 34240567 Singola immagine		31.388	1.784	0,15 €	5,68%

Impressioni	Clic	Media CTR
8992	1608	17,88%
8992	1608	17,88%

CONSIGLI:

- contenuti informativi concreti

- formato singola immagine o video

- analisi settimanale e contatto dei lead ottenuti

MESSAGGI ADS: CASE HISTORY LANCIO NUOVO SERVIZIO

Invii	Costo per invio	Aperture	Tasso di apertura dei messaggi
1.279	0,11 €	977	76,39%
1.279	0,11 €	977	76,39%

ATTENZIONE PER I MENO ESPERTI:

- fondamentale esperienza con bidding manuale

- evita inviti a freddo (sempre forme di remarketing)

CASE HISTORY: NEWSLETTER LINKEDIN + ADS

Impressioni	Media CTR	Media CPC	Abbonamenti	Segui la pagina
50.490	1,96%	0,33 €	58	548

Rendimento dell'articolo

4.734	6.636	42%
Visualizzazioni dell'articolo	Invii di email	Tasso di apertura delle email

Guida per creare e gestire la newsletter Linkedin:
https://www.francescodenobili.it/newsletter-linkedin-cose-come-funziona/

LEAD GENERATION: TOP PER PROMOZIONE EVENTI O WEBINAR



Approfondimento:

https://www.francescodenobili.it/creare-evento-linkedin-e-promuoverlo/

LEAD GENERATION: CAMPAGNE PER EVENTI FISICI

Valentina Marchesini • 1°
Human Capital | Communication at Marchesini Group * President at Fondazio...
Promosso da **Marchesini Group S.p.A.**

WHAT'S THE FUTURE?

Dal 18 al 22 settembre, vi invitiamo in Piazza Maggiore per visitare la nostra Future Box e riflettere insieme sul futuro.

Non perdere l'opportunità, iscriviti a questo link https://lnkd.in/dUwhAQmq

#ToOurExtraordinaryFuture #Marchesini4Future #Marchesini50 #Anniversary #50anniversary



202 8 commenti · 6 diffusioni post

Marchesini Group S.p.A.
76.634 follower
Post sponsorizzato

Procedono i lavori della nostra Future Box in Piazza Maggiore. Dal 18 al 22 settembre, vi invitiamo a vivere un'esperienza unica per riflettere insieme sul futuro.

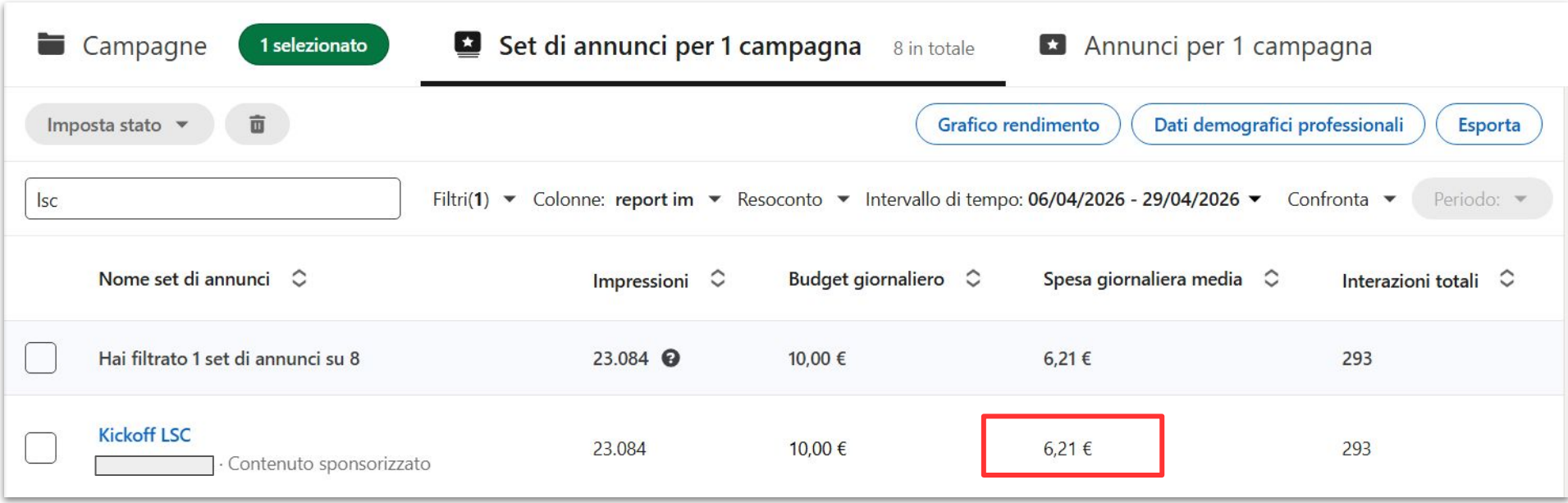
Non perdere l'opportunità, prenota la tua visita a questo link
https://lnkd.in/eeHs_pbH

#ToOurExtraordinaryFuture #Marchesini4Future #Marchesini50 #anniversary #50anniversary



454 5 commenti · 36 diffusioni post

OGGI ANCHE PER PMI (MENO DI 10 EURO AL GIORNO)



RIMANIAMO IN CONTATTO!

linkedin.com/in/francescodenobili

FRANCESCO DE NOBILI

www.francescodenobili.it

YouTube

www.youtube.com/@francesco-denobili



NUOVO LIBRO:

Acquistalo subito su Amazon

amazon.it/dp/B0HPB7YPVY