

La sfida di LinkedIn

«Ecco come arrivare alle persone giuste»

GALLARATE

Bastano 15 minuti al giorno perché il proprio curriculum finisca sulle scrivanie dei direttori del personale "giusti". È sufficiente utilizzare correttamente LinkedIn.

La sfida all'uso quotidiano del social network dedicato al mondo del lavoro è stata lanciata ieri a Gallarate da Alessandro Gini, imprenditore nel settore del marketing, ma soprattutto esperto della piattaforma creata da Reid Hoffman.

Con oltre 300 milioni di iscritti nel mondo, 7 solo in Italia, LinkedIn è molto di più di un database in cui inserire il proprio curriculum. «Il motivo per cui questo sito è conosciuto riguarda la ricerca di lavoro», ha spiegato durante di un incontro di formazione ospitato all'interno dello spazio di coworking B-Smart Center, «ma dire questo è riduttivo: si può costruire la propria reputazione online, avere un approccio attivo alla ricerca di occupazione».

Nemmeno è il social dei disoccupati. «Su questa piattaforma è possibile trovare nuovi clienti da aggiungere a quelli in portafoglio», mentre le aziende possono effettuare una selezione mirata dei candidati. Per finire, «LinkedIn è un modo per tenersi aggiornati». Magari frequentando uno dei tanti gruppi tematici che popolano la piattaforma.

Il consiglio è quello di utilizzarlo 15 minuti al giorno, programmando le diverse attività: una volta si cercano nuovi collegamenti, un'altra si accettano le richieste di "amicizia", un'altra ancora si consultano i gruppi. Essere sistematici è importante.

Uno dei consigli di Gini, invitato a parlare di LinkedIn dall'agenzia di comunicazione Magoot di Sumirago, è quello di allegare alle richieste di collegamento un messaggio in cui ci si presenta. Per far-



L'incontro di ieri a Gallarate

lo serve tempo e la fretta di aggiungere tanti "amici" senza attivare una vera relazione può rivelarsi contro produttivo.

Altri errori comuni da evitare riguardano la mancanza di una foto del profilo che sia professionale: meglio evitare un'immagine scattata durante le vacanze. «Non bisogna lasciare al caso il sommario personale, bisogna inserire le parole chiave per essere visti dal

motore di ricerca interno», il suggerimento.

E poi bisogna incrementare i propri collegamenti: «non si deve essere snob». Quella del "pochi ma buoni" «è una strategia che raramente paga». Ancora, «bisogna attivare delle conversazioni in-

teressanti e utili, andare a cercare delle persone anche al di fuori della propria rete», conosciute magari partecipando ai gruppi di discussione. Soprattutto, è bene tenere un registro dei risultati che si ottengono. «Noi l'abbiamo fatto», ha concluso, «e abbiamo visto che il 70% del nuovo business arrivava da LinkedIn. E così abbiamo sospeso gli investimenti nelle fiere e nella stampa specializzata». ■ R. Sap.

«Bastano 15 minuti al giorno importante essere sistematici»