

LINKEDIN: uno strumento per il professionista moderno

La nostra professione sta cambiando, questo è un dato di fatto. Sono anni che se ne parla e sono anni nei quali viviamo una profonda **trasformazione**. Il contesto in cui lavoriamo si trasforma, la nostra clientela, le stesse dinamiche e regole economiche sono soggette a continui aggiornamenti e adeguamenti. Industria 4.0 e l'intelligenza artificiale sono temi che ci martellano continuamente, l'imminente avvento della fatturazione elettronica si annuncia come un cambiamento epocale al cuore della nostra attività. Quanti convegni e corsi abbiamo o avremmo voluto seguire, in cui questo tema attualissimo è sviscerato e analizzato e nei quali vengono previste ottime soluzioni per adeguare e svecchiare i professionisti e i relativi studi. Tra i tanti strumenti che si possono adottare ce n'è sicuramente uno che si sta diffondendo velocemente e che il Commercialista "Moderno" farà meglio ad avere nella sua "**Cassetta degli attrezzi**"; stiamo parlando della piattaforma Social LINKEDIN.

E' difficile definire cosa sia LINKEDIN: partiamo col dire che è un servizio web gratuito (con servizi opzionali a pagamento) per lo sviluppo di contatti professionali. In LINKEDIN, diversamente da altri social, il proprio **profilo** riveste un'importanza fondamentale. Tramite il profilo pubblichiamo in rete i nostri contenuti e soprattutto quello che vogliamo offrire. Non si tratta quindi della semplice condivisione del nostro Curriculum, ma dell'espressione attiva delle nostre competenze; l'obiettivo è quello di far capire ai nostri diversi interlocutori cosa possiamo fare per loro.

Ci sono molti corsi aziendali per l'utilizzo corretto di LINKEDIN, infatti il legame tra il profilo personale e quello aziendale è molto forte e una buona campagna su LINKEDIN da parte dei dipendenti dell'azienda può aiutare parecchio. Spostiamo però l'attenzione sul mondo delle professioni: anche in questo settore le potenzialità sono enormi e stanno emergendo solo in questi ultimi anni. Sostanzialmente LINKEDIN permette al professionista di costruire quella **identità digitale** che acquisisce nell'economia moderna sempre più importanza. Tanto più il profilo LINKEDIN da noi creato e aggiornato saprà rispecchiare le nostre vere competenze e le nostre capacità, tanto più sarà forte e avrà successo. Non si tratta infatti di un gioco d'ombre, senza sostanza, ma della adeguata trasposizione di elevati contenuti tramite nuovi strumenti digitali.

Se facciamo una ricerca con GOOGLE del nostro nome+cognome, il profilo LINKEDIN è tra i primi risultati che compaiono. Questo è un buon motivo per cercare di presentarsi al meglio, in modo da esprimere che **tipo di professionisti** siamo, **i risultati** che vogliamo raggiungere, **i clienti** a cui vogliamo rivolgerci e **i servizi** che intendiamo offrire. Più efficace sarà il nostro profilo e maggiore sarà la possibilità che avremo di poter realizzare un contatto concreto con il cliente. Quando nella vita reale andiamo a lavorare e ci presentiamo al cliente, cerchiamo di essere in ordine, ben vestiti e curati, perché sappiamo che il nostro aspetto fa parte della nostra professionalità. Un profilo LINKEDIN adeguato può svolgere l'indispensabile funzione di interessare il cliente fino al punto di darci la possibilità di mostrargli cosa siamo veramente capaci di fare.

Le parti del profilo che dobbiamo aver cura di compilare con attenzione sono come sempre le prime evidenti e di immediata visualizzazione. In poche righe ci giochiamo quasi tutto. E' importante avere una bella **foto**, chiara e onesta, che ci ritragga per quelli che siamo, con quel tocco di serietà che rappresenta la responsabilità che mettiamo nel nostro lavoro. La **head line**, che compare sotto il nostro nome e cognome, deve essere chiara e dire cosa facciamo. Quello che scrivo sarà efficace tanto è concreto e veritiero, l'obiettivo è quello di fare in modo che il visitatore dica: "è per me !!". Il **summary**, o riepilogo, è la parte di testo visionata solo in un secondo momento, in cui senza autoreferenzialità esprimiamo il valore offerto e le problematiche che andiamo a risolvere. In questi 2000 caratteri che abbiamo a disposizione, con il linguaggio più adatto a chi ci cerca, ci rendiamo disponibili a fornirgli le soluzioni ai suoi bisogni.

Le prime due sezioni servono a catturare l'attenzione immediata, mentre questa terza parte dovrebbe convincere definitivamente l'interessato che siamo noi i "**più giusti per lui**" e convincerlo a compiere un'azione ("call to action"). Possiamo chiedergli quindi di visitare il nostro sito web, di darci il suo contatto in linkedin, di iscriversi alla nostra newsletter o di telefonarci. Saremo noi a valutare l'azione più idonea e adeguata, l'obiettivo è comunque quello di creare un primo contatto che ci permetta di costruire nel tempo un rapporto di fiducia e professionalmente qualificato. L'obiettivo, come dicevamo inizialmente, è quello di costruire una rete di contatti professionali in cui si possa generare valore e accrescere la propria visibilità e reputazione.

Una volta fatto tutto questo non ci resta che sviluppare la nostra rete, inserendo contenuti, pubblicazioni e creando nuove relazioni; come nella vita reale, nel tempo sarà il nostro lavoro a parlare di noi.

Luca Campagnoli
ODCEC PIACENZA