

IMPRENDITORIA E LEADERSHIP

Come usare LinkedIn per i commercialisti

di Luca Bozzato



Ormai sappiamo che **LinkedIn è importante per un commercialista** (vedi "[Perché è importante per un commercialista avere LinkedIn?](#)") e sappiamo anche quali sono i **vantaggi di LinkedIn per un commercialista** (vedi "[Reputazione e contatti su LinkedIn. Quali sono i vantaggi per un commercialista?](#)").

Ora passiamo alla pratica.

Andiamo a vedere **quali sono le cose da fare per usare al meglio LinkedIn**. Per avere una presenza ottimale, che accresca la reputazione e i contatti del professionista o dello studio.

Le cose da fare sono tre:

#1

Per prima cosa **analizzare i profili** dei professionisti che lavorano nello studio. Ovviamente, se il professionista lavora da solo, analizza il proprio.

Bisogna valutare con chiarezza e onestà se il profilo è in linea con le **aspettative di reputazione**.

Osservando il profilo LinkedIn, devo chiedermi: **quale tipo di messaggio voglio veicolare? A chi voglio che arrivi?**

Le persone hanno pochi secondi per leggere le parti più importanti di un profilo LinkedIn. **Quali sono le informazioni che queste persone devono assolutamente trovare?**

Prima di tutto metto giù una lista. Carta e penna, se vi trovate meglio, altrimenti con qualsiasi altro supporto. Questa lista serve a riempire le varie sezioni del profilo LinkedIn.

Quali sono queste sezioni?

La **foto del profilo**. Per un commercialista è importantissimo averne una professionale, che ispiri fiducia e competenza. A seconda dell'età puoi scegliere una foto ben fatta ma non

seriosa, se sei un commercialista giovane; se sei un professionista senior, puoi dare un po' più di gravitas, comunicare più autorevolezza, data dall'esperienza maturata sul campo.

E poi la **foto di copertina**. Lo spazio che sta dietro la foto profilo, utile per esprimere chi sono. Cosa si può inserire lì? Una foto senz'altro, ma anche un banner aziendale che riporta scritte le specializzazioni personali o dello studio, qualità professionali che riescono a distinguerci dalla massa dei nostri colleghi, che ancora non stanno usando LinkedIn sul serio.

Molto importante è anche la **headline**, ossia il **titolo professionale**: le due righe sotto la foto del profilo.

Ottimizzarla è utilissimo perché serve a dichiarare all'interno del mio profilo - sotto la mia foto, quindi associando viso e descrizione del ruolo - chi sono, cosa faccio e le eventuali mie specializzazioni.

Ancora meglio se si riesce a usare una formula molto concisa di beneficio.

Esempio: "Aiutiamo X a fare Y, facendo Z".

Esempio meno criptico: "Aiutiamo le piccole e medie imprese a risparmiare ogni anno il 30% delle loro tasse".

Una formulazione molto semplice, che mostra un beneficio immediato.

Chi preferisce puntare sull'autorevolezza può inserire il proprio *job title* e associare a quello delle pubblicazioni, dei libri, degli interventi a convegni; oppure l'aver rivestito cariche dell'Ordine e affini. Cioè tutti quegli elementi che danno credibilità e forza, che aumentano la caratura del professionista.

#2

Questi sono gli elementi di base, poi vanno curati anche tutti quelli che rappresentano l'**autorevolezza all'interno del profilo LinkedIn**.

Quindi la sezione **about** (o **informazioni**), da compilare con informazioni su di me come professionista: il percorso professionale; nomi di clienti con cui ho lavorato, se è possibile menzionarli; oppure in che modo svolgete il vostro lavoro, quali sono le caratteristiche peculiari del vostro modo di fare consulenza in ambito fiscale rispetto al resto del mercato.

Piccole cose che possono raccontare, inquadrare un po' chi siete e aiutare a differenziarvi. **Se ci sono elementi che vi rendono unici, è bene usarli per mettervi in evidenza.**

Una cura particolare va dedicata alle **esperienze lavorative**, da compilare appropriatamente.

Utilissime sono anche le **referenze** di clienti reali, già presenti su LinkedIn.

Il motivo è sostanziale: possiamo dire di noi stessi che siamo bravi, ma non ci facciamo un figurone; se invece abbiamo chiesto e ottenuto un paio di referenze che testimoniano che

sappiamo fare il nostro lavoro, il nostro profilo ne guadagna in qualità.

Dopo aver curato tutti questi aspetti - e ci vorrà più o meno una settimana, dedicandosi a tempo perso - **bisogna trasferire il nostro network all'interno di LinkedIn.**

LinkedIn ha una funzione all'interno del menù, la **scheda "Rete"**, in cui, inserendo il nostro indirizzo email, possiamo aggiungere tutti coloro che sono già nostri contatti o clienti e che sono presenti all'interno della piattaforma LinkedIn. La stessa cosa accade anche con l'app per cellulari, che usa la rubrica del cellulare.

Questa operazione è importante perché ci aiuta a **costruire il nostro primo network**, quello costituito da persone che ci mettono like, che interagiscono con noi e commentano. Lo fanno perché ci conoscono già e si fidano di noi.

Questo passaggio è importante e va curato.

#3

Terza attività, dopo avere curato il nostro profilo e il nostro network: **dobbiamo dedicarci all'algoritmo di LinkedIn.** Meno complicato di quanto sembra.

Dobbiamo iniziare a **commentare i post** di persone della nostra rete che riteniamo interessanti. Il motivo è chiaro: LinkedIn sviluppa il suo algoritmo **in base alle relazioni che instauriamo con le altre persone.** Quindi è importante dedicare almeno 5-10 minuti ogni giorno a scorrere le notizie principali sul feed della home page di LinkedIn, interagendo con i contenuti che riteniamo di valore.

Impara a gestire al meglio questi tre aspetti di LinkedIn, i benefici per la tua professione arriveranno.

