

IMPRENDITORIA E LEADERSHIP

Like, Follower, Commenti: quanto sono importanti per un commercialista su LinkedIn?

di Luca Bozzato

Seminario di specializzazione

LINKEDIN PER I COMMERCIALISTI

[Scopri di più >](#)



Like, follower e commenti sono diventati una metrica sempre più importante per valutare l'efficacia della propria attività online. LinkedIn non fa eccezione, e queste metriche sono indicatori fondamentali per valutare l'impatto del proprio lavoro sulla piattaforma.

Ma quanto sono importanti i like, follower e commenti per un commercialista su LinkedIn?

1. Like

I like non sono l'unico indicatore di successo su LinkedIn. Anzi, ci sono molti altri fattori che vanno presi in considerazione, come ad esempio:

- le visualizzazioni,
- i commenti,
- le condivisioni
- e, soprattutto, il coinvolgimento effettivo degli utenti con il proprio contenuto.

Detto questo, i like possono comunque rappresentare un elemento importante per un commercialista su LinkedIn. In particolare, i like sono utili per:

- **Misurare l'interesse degli utenti:** i like sono un modo semplice e immediato per capire se un post sta suscitando interesse tra gli utenti. Se un post riceve molti like, significa che gli utenti lo trovano interessante e rilevante per il loro lavoro o le loro attività. Questo può essere un buon indicatore per capire quali sono i contenuti che funzionano meglio e orientare la propria strategia di comunicazione di conseguenza.

- **Aumentare la visibilità:** LinkedIn utilizza un algoritmo che valuta la rilevanza dei contenuti in base a diversi fattori, tra cui il numero di like. Se un post riceve molti like, è probabile che l'algoritmo lo consideri più rilevante e lo mostri a un numero maggiore di utenti.
- **Iniziare delle relazioni:** i like sono utili anche per favorire le relazioni con altri utenti su LinkedIn. Se un post riceve like da parte di utenti che siamo interessati a conoscere o con cui vogliamo entrare in contatto, possiamo sfruttare questa occasione per avviare una conversazione e stabilire un primo contatto.

Ci sono però altri indicatori più importanti, quindi è meglio non focalizzarsi esclusivamente sul numero dei like ma soprattutto sulla qualità dei contenuti e delle relazioni che LinkedIn, come piattaforma, permette di creare.

2. Follower

I follower su LinkedIn sono un altro **indicatore fondamentale per valutare l'efficacia delle attività di un commercialista** sulla piattaforma. I follower rappresentano la **base di utenti che seguono il profilo del commercialista** e che potenzialmente possono interagire con i suoi contenuti, condividerne le sue informazioni o contattarlo per richiedere i suoi servizi.

È però importante **considerare la qualità dei follower**, più che la quantità, ovvero il fatto che siano **effettivamente interessati ai contenuti del commercialista** e rappresentino un potenziale target di clienti. Avere una rete di follower ampia e curata può servire per:

Aumentare network e net worth: avere un numero elevato di follower può essere un buon segnale per l'algoritmo di LinkedIn, che tende a favorire i profili più seguiti e interattivi. In questo modo, i follower possono contribuire a migliorare la visibilità dei contenuti del commercialista e a farli arrivare a un pubblico più ampio.

Rafforzare la reputazione: avere un numero elevato di follower può essere un buon segnale della reputazione e dell'autorevolezza del commercialista su LinkedIn. Se un profilo ha molti follower, significa che gli utenti lo trovano interessante e utile per il loro lavoro o le loro attività.

Favorire le relazioni: i follower sono anche un buon punto di partenza per stabilire relazioni e contatti professionali su LinkedIn. Se un commercialista ha un grande numero di follower, può utilizzare questa base di utenti per interagire con il proprio pubblico, condividere informazioni utili e stabilire relazioni di lungo termine con i propri follower.

Aumentare il potenziale di business: infine, i follower possono rappresentare un potenziale target di clienti per il commercialista. Se un profilo ha molti follower in linea, questi utenti possono rappresentare una fonte di potenziale business. In questo caso, è importante valutare

la qualità dei follower e identificare quelli che rappresentano un potenziale target su cui vale la pena investire per creare relazioni e appuntamenti.

3. Commenti

I commenti su LinkedIn sono uno dei fattori più importanti per valutare l'efficacia di una comunicazione su LinkedIn. I commenti rappresentano l'interazione più diretta degli utenti con i contenuti del commercialista, e sono un segnale forte della rilevanza e dell'interesse che questi ultimi suscitano.

I commenti sono un indicatore di interazione molto forte su LinkedIn. Quando un utente decide di lasciare un commento sotto un post, significa che ha dedicato del tempo e dell'attenzione a quel contenuto, e ha sentito la necessità di esprimere un'opinione o un pensiero a riguardo. I commenti segnalano l'efficacia dei contenuti del commercialista e possono contribuire a migliorare la sua reputazione e autorità nel proprio settore di riferimento.

Ma i commenti non sono solo un indicatore di interazione. Sono anche utili per:

- **Approfondire il pensiero del post e la conversazione di qualità:** i commenti sono un buon modo per avviare una conversazione su LinkedIn. Quando un utente lascia un commento, può essere l'inizio di una discussione o di uno scambio di opinioni che genera contatti di valore. Questo favorisce la costruzione di relazioni, l'acquisizione di nuovi contatti e la creazione di una comunità di utenti interessati ai contenuti del commercialista.
- **Migliorare la visibilità:** i commenti possono anche contribuire a migliorare la visibilità dei contenuti del commercialista su LinkedIn. Quando un post riceve molti commenti, questo può essere un segnale per l'algoritmo di LinkedIn che il contenuto è interessante e merita di essere visto da un pubblico più ampio. In questo modo, i commenti possono contribuire a migliorare la visibilità del commercialista e dei suoi contenuti.
- **Ottenere feedback:** i commenti sono un buon modo per ottenere feedback e opinioni dagli utenti su LinkedIn. Quando un commercialista pubblica un contenuto, può essere interessante sapere cosa ne pensano gli utenti del proprio settore o della propria attività. In questo modo, i commenti possono rappresentare un'occasione per ottenere informazioni utili e per migliorare i propri contenuti e servizi in futuro.
- **Generare potenziale di business:** quando un post riceve molti commenti, questo può essere un segnale che gli utenti sono interessati al settore o ai servizi offerti dal commercialista. In questo caso, è possibile utilizzare i commenti per identificare potenziali clienti e avviare una conversazione con loro.



**L'AZIENDA #1
SU LINKEDIN
IN ITALIA**



**Talent In
Acquisition**