

## IMPRENDITORIA E LEADERSHIP

---

### ***Cosa fare se i miei clienti non sono su LinkedIn?***

di **Luca Bozzato**



Un'obiezione comune dei commercialisti è che **i loro clienti non sono su LinkedIn**. Specialmente su una fascia di popolazione imprenditoriale senior, Facebook è lo strumento che sembra migliore rispetto a LinkedIn per trovare clienti.

Tuttavia, i numeri ci dicono che il 50% di utenti che ha un social in Italia ha un profilo LinkedIn. Ciò significa che **se i tuoi clienti hanno i social, il 50% ha anche LinkedIn**.

Quindi come fare per capire se i nostri clienti e potenziali clienti sono su LinkedIn?

#### **#1 Collega la rubrica a LinkedIn**

Dalla **sezione Rete e contatti** del nostro LinkedIn possiamo **collegare la nostra rubrica** per vedere quanti dei contatti che conosciamo già usano LinkedIn. Se lo facciamo dal pc possiamo collegare la rubrica email, mentre se lo facciamo dal telefono possiamo collegare la nostra rubrica telefonica.

È estremamente utile per vedere, in un colpo solo, quanti contatti ci sono già su LinkedIn che ancora non abbiamo collegato. Per esperienza in oltre 10 anni di lavoro nel settore, **solitamente molti professionisti hanno già centinaia di contatti con un profilo LinkedIn attivo e nemmeno lo sanno**.

Se LinkedIn trova un *match* tra i contatti vi chiederà di poter inviare una richiesta collegamento: fare questo **check una volta all'anno** ci assicura di avere sempre i contatti aggiornati su LinkedIn.

## #2 Usa la ricerca avanzata

Dopo aver fatto questa operazione dovresti avere già molto materiale su cui lavorare in termini di connessioni! Se ancora non bastasse, puoi usare la **ricerca avanzata per trovare nuovi contatti** da inserire nella tua rete.

Sì perché, se nessuno dei tuoi clienti è su LinkedIn - cosa che, come abbiamo visto, è altamente improbabile - la **piattaforma è comunque un database professionale di 18 milioni di profili** sono in Italia e quasi 900 milioni nel mondo.

L'importante è **definire una cerchia di profili professionali con cui ci interessa entrare in contatto**. Una volta selezionata questa cerchia, puoi **filtrare il database di LinkedIn**, in modo totalmente gratuito, per ruolo professionale, geografia, settore, dimensioni aziendali e tanti altri filtri importanti.

Ad esempio puoi trovare nome e cognome di tutti i dentisti della zona di Novara che hanno un profilo LinkedIn, oppure tutti gli imprenditori di aziende del settore automobilistico e meccanico in Emilia Romagna, e così via.

## #3 Segui gruppi e hashtag (#) rilevanti

A volte la soluzione migliore è lasciarsi ispirare dalle proprie passioni professionali e dagli argomenti di rilievo in cui si vuole rimanere aggiornati e trovare nuove persone attraverso quelle discussioni. **Sempre dalla barra di ricerca puoi cercare e seguire # e community professionali di rilievo.**

### Cosa fare se proprio i miei clienti, su LinkedIn, non ci sono?

Non disperare! Se i tuoi clienti attuali su LinkedIn non ci sono, non importa: **usa il network per aumentare la tua reputazione** o la reputazione dello Studio nella tua area geografica o settoriale di competenza.

LinkedIn è un ottimo posto dove raccontare le novità, i successi e gli eventi a cui partecipi e può essere un'**ottima vetrina per i tuoi investimenti di marketing offline.**

- **Da altri social a LinkedIn.** Non tutti i contenuti di altri social sono adatti a LinkedIn, ma alcuni sì, specie quelli più professionali. Non costa nulla prendere un post che su Facebook ti ha permesso di entrare in contatto con molti potenziali clienti, copiarlo e incollarlo su LinkedIn. In questo modo, magari non otterrai risultati eclatanti, ma cominci a dare un po' di sostanza al tuo profilo LinkedIn e far ingranare gli algoritmi.
- **Porta gli eventi fisici su LinkedIn.** Quando organizzi un evento puoi usare la scusa del ritrovo fisico per generare una serie di contenuti che stanno a meraviglia su

LinkedIn. Fai foto con i relatori dell'evento, ringrazia gli sponsor, proietta una diretta video come evento digitale su LinkedIn: anche in questo caso stai sfruttando più a fondo l'investimento che hai fatto, dandogli una seconda vita digitale. Ricordati che l'evento ha richiesto mesi di lavoro ed è costato migliaia di euro: non fare un solo post su LinkedIn! Preparati invece per produrre 8-10 contenuti diversi che ti diano materiale per un breve periodo di tempo e mantengano viva l'attenzione della comunità professionale di LinkedIn sui tuoi eventi e sulla tua professionalità.

