



di **Miriam Bertoli**
Digital & Content
Marketing Strategist,
Consulente e formatrice

Social media e mondo del lavoro: migliorare il profilo LinkedIn, anche grazie all'Intelligenza artificiale

Le connessioni tra social media e mondo del lavoro sono andate crescendo negli anni, coprendo spazi sempre più ampi:

- hanno dato vita a nuove professioni come content creator e social media manager;
- sono piattaforme potenti per aggregare community professionali, penso per esempio ai gruppi su Facebook per estendere l'esperienza di un corso di formazione aziendale;
- sono il luogo in cui si scoprono nuove opportunità di lavoro attraverso annunci o con un informale passaparola da ex compagni di studi o colleghi;
- sono punti di contatto digitali che, gestiti in modo strategico, permettono di farsi conoscere, costruire credibilità professionale e relazioni di valore.

A seconda dei settori e delle professioni possono essere molto rilevanti Instagram, Facebook, TikTok, YouTube o LinkedIn. Quest'ultimo ha al suo centro l'ambito del lavoro e della formazione e copre quindi in modo trasversale più settori e professioni. Parlando di social media e mondo del lavoro, dunque, LinkedIn è il social media da *frequentare*, conoscere e curare.

Il primo passo è avere un profilo personale completo e aggiornato.

Vediamo dunque alcune best practice per un profilo personale LinkedIn efficace:

- curare la parte visuale, ovvero la foto di profilo e l'immagine di sfondo. In pochi secondi comunicano chi siamo, creano la prima impressione che rimarrà un punto saldo nelle interazioni successive. Una foto profilo efficace incentiva un contatto per un colloquio o una proposta di collaborazione. La foto profilo deve essere recente, il viso deve occupare la maggior parte dello spazio disponibile, la qualità deve essere buona (sono assolutamente da evitare foto sgranate), sfondo e abbigliamento sono parti della comunicazione e vanno dunque scelti con criterio, valutando per esempio il livello di formalità che si vuole trasmettere.
- il Sommario (Headline nella versione di LinkedIn in inglese) è il testo che compare subito sotto al nome cognome. Molte persone si limitano qui a inserire il ruolo professionale o l'ambito di studi; LinkedIn però mette a disposizione ben 220 caratteri ed è una buona pratica utilizzare questo spazio per mettere in luce elementi valoriali che ci connotano, risultati particolari, specializzazioni, obiettivi futuri. Porto come esempio il Sommario dal mio profilo LinkedIn: *Digital & Content Marketing Strategist | Docente e consulente |*

Speaker e moderatrice | Agile Marketing Certified | Guido le imprese nel costruire la loro strategia di marketing, mettendo i contenuti al centro.

Questo è un testo molto visibile e, insieme alla foto profilo, costituisce il primo importantissimo nucleo di identità professionale su LinkedIn.

- le sezioni principali – Informazioni, Esperienze, Formazione, Pubblicazioni e così via – vanno completate e periodicamente aggiornate e arricchite.

Tra le indicazioni di base consiglio sempre di verificare le impostazioni di privacy che regolano, per esempio, chi potrà vedere le informazioni sul profilo, chi potrà richiederci una connessione professionale, vedere le connessioni nella nostra rete e molto altro.

Un buon profilo, completo e aggiornato, è il primo passo per fare di LinkedIn un alleato nelle relazioni professionali. Il passo successivo per potenziare le relazioni e trarre il meglio da LinkedIn è pubblicare contenuti: un post con testo – o, ancora meglio, foto e video – amplifica la nostra presenza sulla piattaforma arrivando sui feed LinkedIn delle persone nella nostra rete e oltre. Le buone pratiche da seguire per costruire contenuti che funzionano e sono distribuiti dall'algoritmo di LinkedIn hanno una certa complessità, ma li riassumo qui con alcuni concetti chiave: rilevanza per il mio pubblico di riferimento, costanza nella pubblicazione (sì, è anche un tema di quantità e almeno un post a settimana è davvero il minimo), aderenza alla 'grammatica' di LinkedIn per esempio usando gli hashtag e le buone pratiche di scrittura persuasiva.

Negli ultimi mesi, per migliorare il profilo e produrre contenuti per LinkedIn, possiamo contare anche su ChatGPT e gli altri sistemi di Intelligenza artificiale generativa.

Per creare un nuovo testo da inserire come Sommario del profilo, per esempio, posso dare a ChatGPT questo prompt (istruzioni):

«Sono [ruolo, professione] e voglio migliorare il mio profilo LinkedIn. Il mio pubblico è composto da [esempi di referenti, a chi mi rivolgo]. Scrivi 10 diverse proposte di Sommario per il mio profilo LinkedIn basandoti su queste informazioni importanti: [elencare gli aspetti salienti del proprio CV, risultati, valori, esperienze].

Ricorda che il Sommario deve essere breve e incisivo, con un limite massimo di 220 caratteri. Considera questi 3 Sommari come buoni esempi: [copiare qui i testi di 3 sommari ben scritti, ricavati da LinkedIn]».

Allo stesso modo posso chiedere a ChatGPT di scrivere un post per LinkedIn partendo da un comunicato stampa o di aggiornare il testo di descrizione di un'esperienza professionale inserendo nuovi risultati raggiunti. I testi vanno naturalmente riletti e migliorati prima della pubblicazione.

Questi sono alcuni esempi di utilizzo e un buon risultato si ottiene per raffinamenti successivi, attivando con ChatGPT e gli altri sistemi di Intelligenza artificiale generativa una modalità di conversazione.

Le potenzialità sono davvero moltissime e gli strumenti come ChatGPT sono un ottimo aiuto per fare di LinkedIn un alleato nel mondo del lavoro.

