

Indice generale

Introduzione	xiii
Organizzazione dell'opera	xiv
Le appendici	xiv
Materiale online	xiv
A chi si rivolge il libro	xiv
Parte I	Il profilo personale..... 1
Capitolo 1	LinkedIn (non) è un social network3
La forza dei legami deboli	3
Human-to-Human: comunicare se stessi	5
The Networking Attitude: la rete è reale	6
Costruiamo la nostra rete quando non ne abbiamo bisogno....	7
“LinkedIn non funziona”: miti da sfatare	9
Non ho bisogno di un lavoro. A cosa mi serve?.....	9
Non tutti i miei contatti sono su LinkedIn.....	9
E se nessuno mi contatta?	10
Capitolo 2	Perché un profilo su LinkedIn11
È nato prima l'uovo o la gallina?	11
All'Università di LinkedIn.....	12
L'importanza delle soft skill.....	13
Errori comuni	14
Studiare ai tempi di LinkedIn.....	16
LinkedIn per executive.....	21
LinkedIn: al posto dei leader	23
Internal branding.....	24
Employer branding	25
Branding	26

Capitolo 3 Personal branding e LinkedIn29

Il personal branding è un ossimoro?	29
La reputazione online: e se fossimo una startup?	30
Personal branding a confronto: il Social Selling Index	33
La rivoluzione social del recruiting	37

Capitolo 4 LinkedIn non è un curriculum vitae39

Dall'ipertesto all'ipercurriculum.....	39
La privacy, questa sconosciuta.....	40
Lavoriamo sul nostro profilo	41
Facciamoci presentare: le segnalazioni	43
Il profilo pubblico.....	44
Competenze.....	44
L'importanza di un profilo completo.....	47
Facciamoci trovare da chi ci cerca	48
Bonus track. Netiquette: il galateo professionale	
parte I (contributo di Filippo Marano)	49
Il profilo: personale, ma non troppo	51

Capitolo 5 Il profilo LinkedIn è un dovere, l'interazione una necessità55

Andiamo per gradi.....	55
(Ri)costruire la propria rete professionale	56
Persone che potresti (e dovresti) conoscere	57
Francesca, ti presento Antonella.....	58
Come coltivare rapporti professionali	59
Siate espliciti.....	60
Condividere tutto, condividere sempre? Non proprio.....	60
A modo mio!.....	60
Non controllo, ma influenza	60
Siate attenti agli altri più che a voi stessi (a volte!)	60
I gruppi: ampliare il proprio orizzonte	61
Per iniziare	61
Come usare i gruppi al meglio.....	62
Prima regola: ascoltare	64
Ora tocca a noi!.....	65
Per concludere.....	66

Capitolo 6 Storytelling e storymaking67

Come parlare di sé nel modo giusto	67
L'autopromozione non (sempre) paga	69
La parola al potere!	69
Intervalli di attenzione	71

	Una settimana di networking con LinkedIn	73
	Vogliamo aggiornarci sulle novità del settore?.....	73
	Vogliamo coltivare e ampliare la nostra rete?	73
	Abbiamo un nuovo lavoro?	73
	Chi sono i leader del nostro settore?.....	73
	E le aziende da seguire?	74
Parte II	La presenza aziendale	75
Capitolo 7	Social organization	77
	LinkedIn come evoluzione strategica.....	77
	I crocevia del professional network	79
Capitolo 8	Company digital strategy su LinkedIn	81
	Company page: come coniugare gli obiettivi	81
	La pagina aziendale: non solo B2B	84
	Il caso Luxottica	85
	KPI & Metric	88
	Insight e company page	88
	Dipendenti o brand ambassador?.....	92
	Il caso Adecco	93
Capitolo 9	Hire: social HR.....	99
	Il social recruiting.....	99
	Intervista a Fabio Salvi (ContactLab).....	101
	Employer branding & talent acquisition.....	103
	Gli strumenti del recruiter	106
	Licenza Recruiter.....	106
	Job slot e job post.....	108
	Career page.....	111
	Lavora con noi, advertising per le Risorse Umane.....	112
Capitolo 10	Market.....	113
	Hire, sell... e market	113
	Marketing trend.....	114
	La company page	115
	Soluzioni per l'advertising	115
	InMail advertising.....	117
	Sponsored update	117
	Display advertising.....	118
	API	119
	Soluzioni self service.....	121
	Bonus track. Netiquette: il galateo professionale parte II (a cura di Filippo Marano)	121

Capitolo 11	Sell: social selling	125
	Il social selling	125
	L'evoluzione delle vendite.....	126
	Online vs. offline: come usare il nostro potenziale	129
	Il Sales Navigator.....	129
	Content curation: un network di voci, una voce nel network ..	130
	Metriche per il social selling.....	132
	Iniziare e crescere: le prime due settimane.....	135
	La checklist del Sales Manager	138
Capitolo 12	LinkedIn policy e best practice per aziende.....	141
	La presenza aziendale: esperienze a confronto	141
	Case study: Sanofi.....	143
	Case study: Adecco	145
	Il caso Luxottica	147
Parte III	Uso evoluto e strategico	149
Capitolo 13	Soluzioni premium e corporate	151
	È tempo di upgrade!.....	151
	Job Seeker	153
	Sales Navigator.....	154
	Recruiter Lite	155
	Business Plus	156
	Conclusioni.....	156
Capitolo 14	Certificazioni	159
	Il Recruiter certificato	159
	Come prepararsi per l'esame?.....	160
	Come e dove sostenere l'esame?.....	162
Capitolo 15	Pulse: pubblicare e condividere.....	163
	I contenuti sono importanti	163
	Come funziona Pulse.....	164
	Leggere Pulse	165
	Publisher/Editori	165
	Canali tematici	166
	Influencer.....	167
	Scrivere su Pulse	168

Capitolo 16	Lynda: apprendimento e aggiornamento.....	173
	Aggiornarsi online: un'introduzione	173
	Breve storia di Lynda	174
	Come funziona Lynda	176
	Scegliere il piano di sottoscrizione	176
	Navigare la libreria dei contenuti	177
	Trovare contenuti attraverso il motore di ricerca.....	179
	Cercare per autore	180
	La pagina di un corso	180
	Trovare corsi successivi	182
	Creare e gestire le playlist.....	183
	Salvare video, capitoli e corsi.....	184
	Certificati di completamento	185
	Lynda in azienda.....	186
Appendici		189
Appendice A	Il pannello di controllo.....	191
	Controllare la privacy.....	191
	L'area delle impostazioni	195
	Profilo	195
	Comunicazioni.....	199
	Gruppi, aziende e applicazioni	200
	Account	202
Appendice B	Le statistiche del profilo personale	205
	Chi ha visitato il tuo profilo?	206
Appendice C	L'identità digitale	211
Indice analitico.....		215