

# L'uso strategico di **Linked**

di Gianluigi Bonanomi



# Di che cosa parliamo?

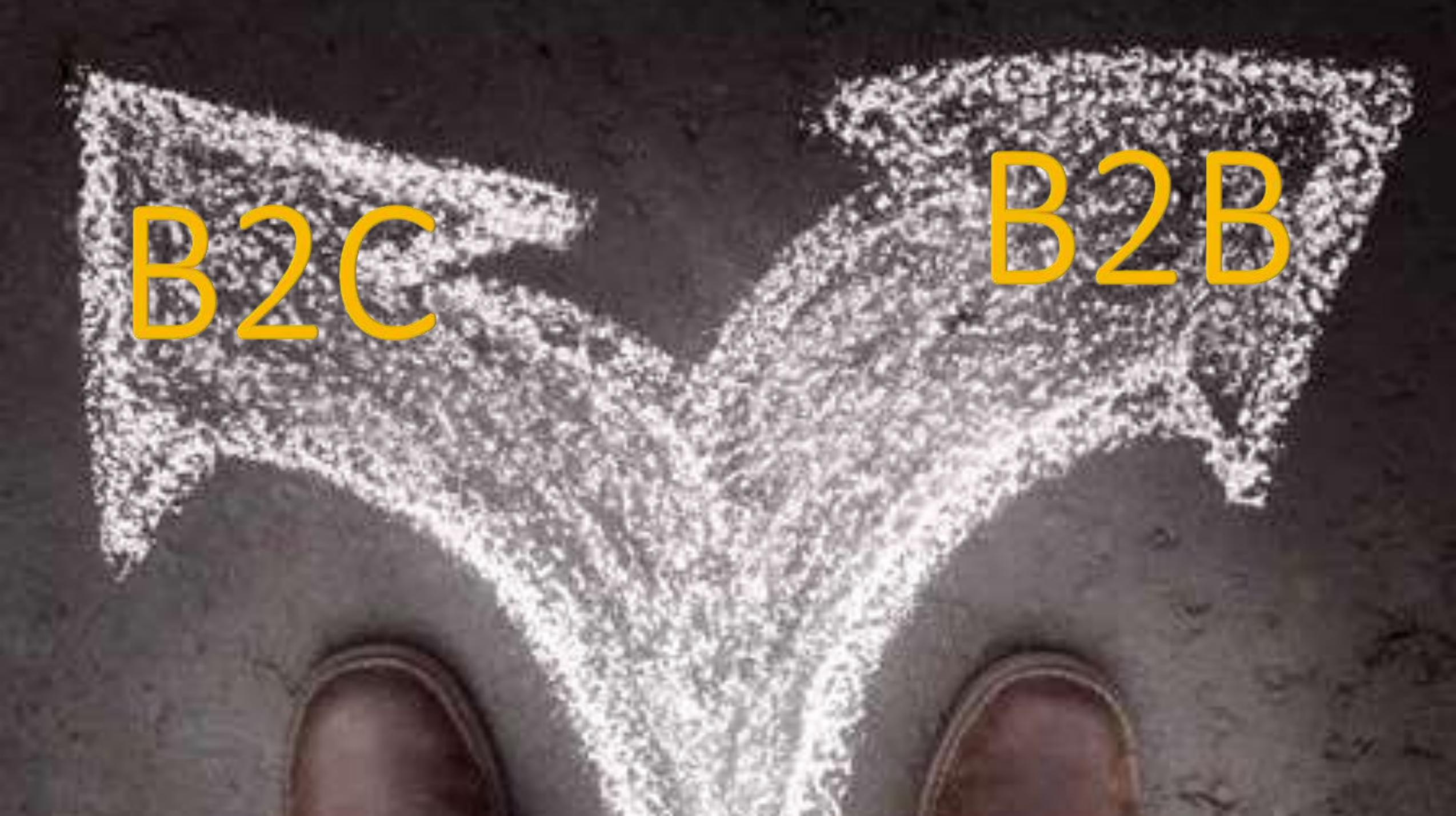
- Che cos'è LinkedIn e a che cosa serve?
- Il metodo LinkedIn10C (ottimizzazione)
- Uso strategico e networking

# LinkedIn non serve a niente!



**Che differenza c'è  
Tra social media  
e social network?**





B2C

B2B

# H2H



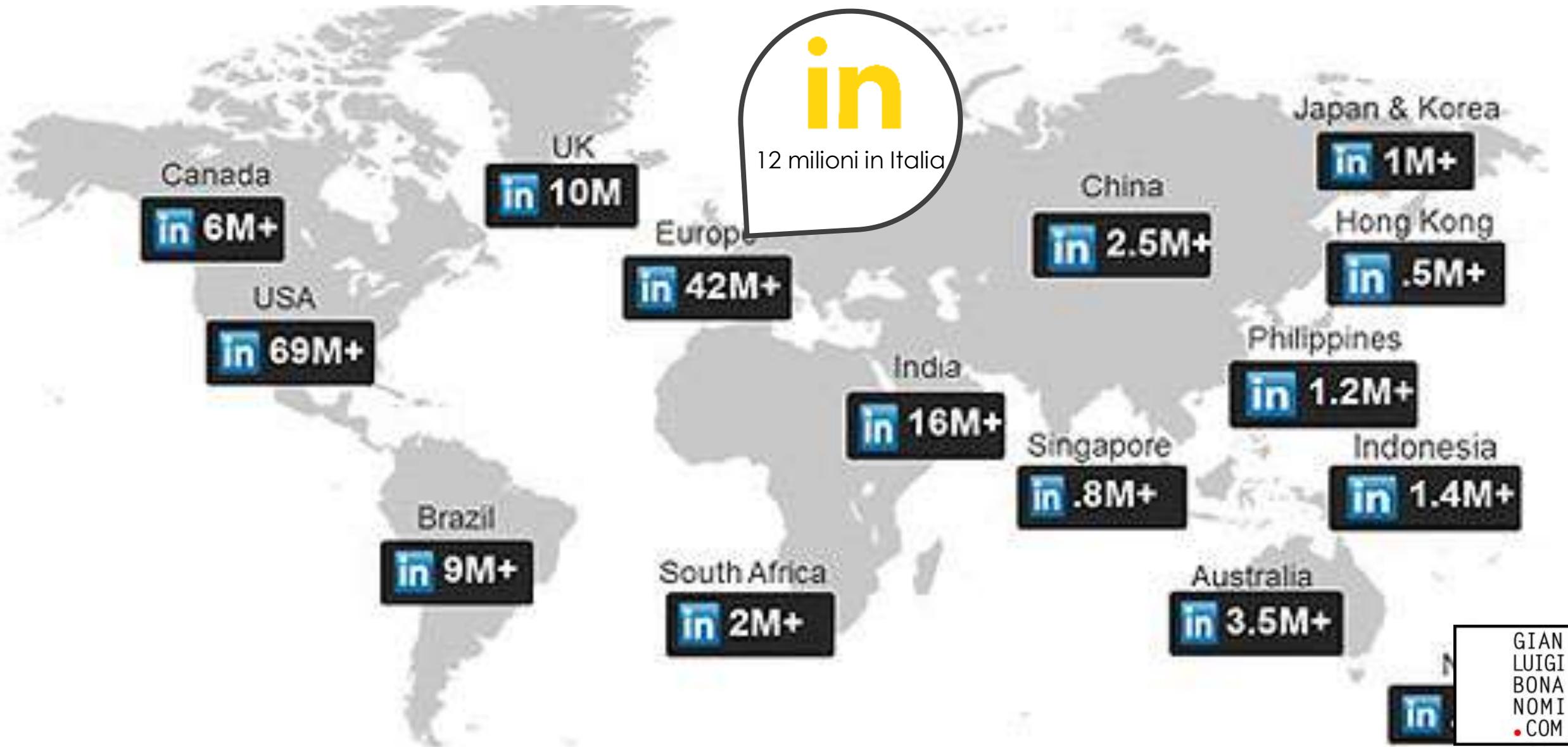


**A chi serve LinkedIn?**

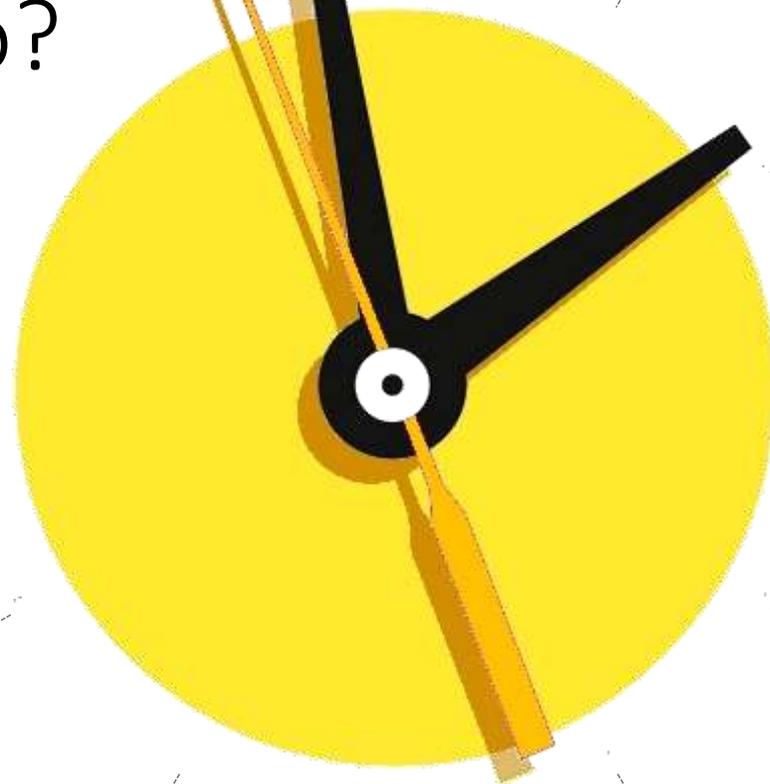
**Chi cerca un lavoro  
Chi vuole cambiare lavoro  
Professionisti  
Ufficio del personale  
Imprenditori  
Venditori  
Marketers**

# 15 anni – Oltre 600 milioni di iscritti nel mondo

## 1 utente su 4 lo usa tutti i giorni



Quanto tempo ci vuole  
per gestire il profilo?

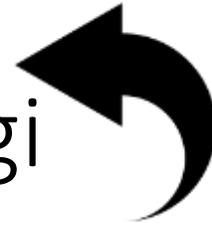


# In 9 minuti si può...



Accettare o richiedere contatti e mandare un messaggio di benvenuto

Rispondere ai messaggi



Scrivere un post (o interagire con quelli altrui)

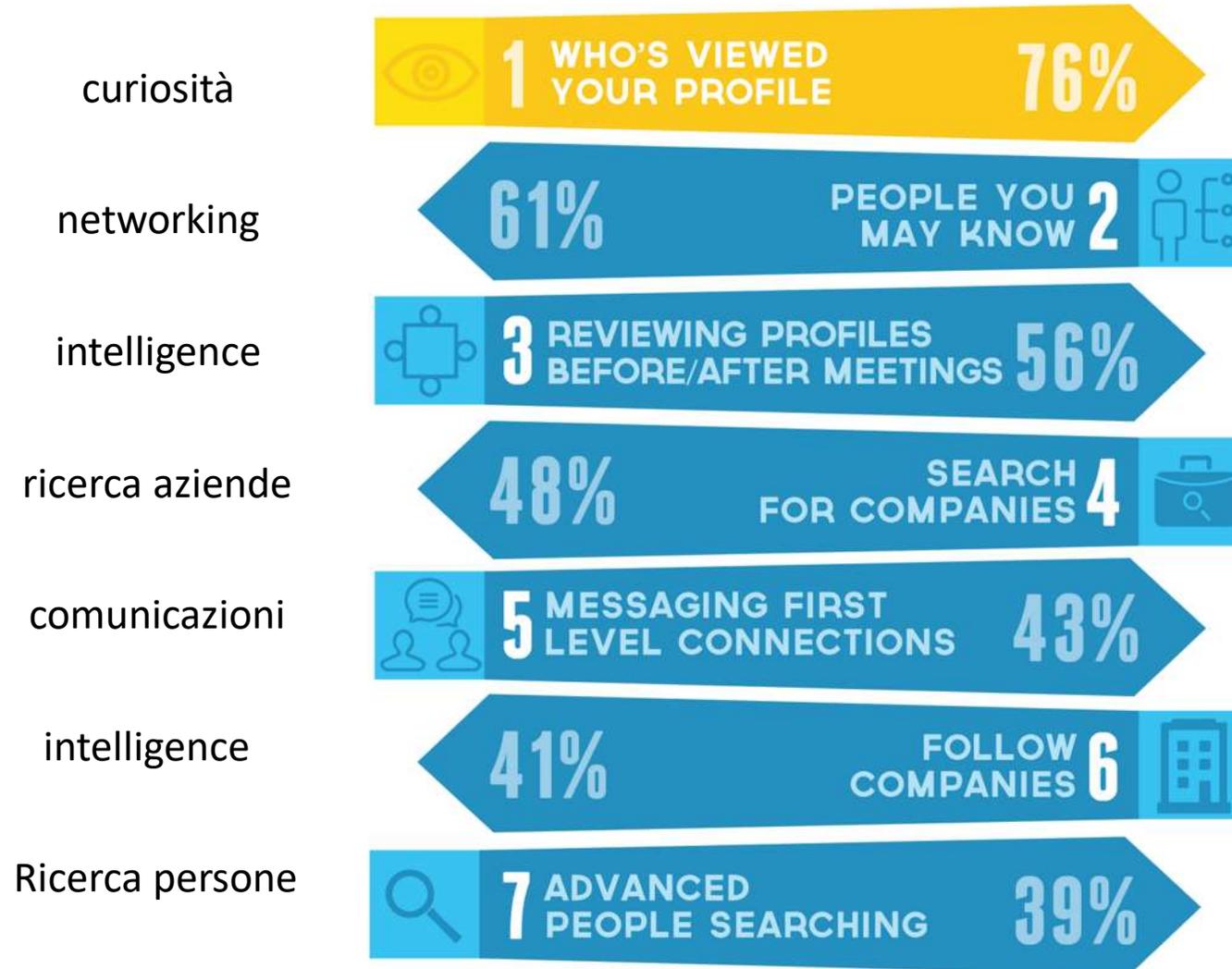


Gestire le reazioni ai post  
Interagire con il network



# Che cosa fa la gente su LinkedIn?

## WHICH FEATURES HAVE YOU FOUND TO BE HELPFUL?



[Link infografica](#)

# A proposito di networking



Groups



Locations



Meetings



Internetworking

## LunchIn™

DISCUSS. CONTEMPLATE. EVOLVE.

It's all really simple...

Weekly inclusive offline internetworking meetings.

Everyone is welcome.

Wherever you are. Whoever you are.

When you can/want.

For free, only cost is the food you eat.

Every week.

#itsallabouteveryone

—

LunchIn™ was started 2017.06.15. One year later 2018.06.15 we had 160 groups in 33 countries.

One year of 2 500 offline meetings creating synergy from #positivenergy when 40 000 people met and philosophized, discussed, contemplated and evolved, TOGETHER, while LunchIn™

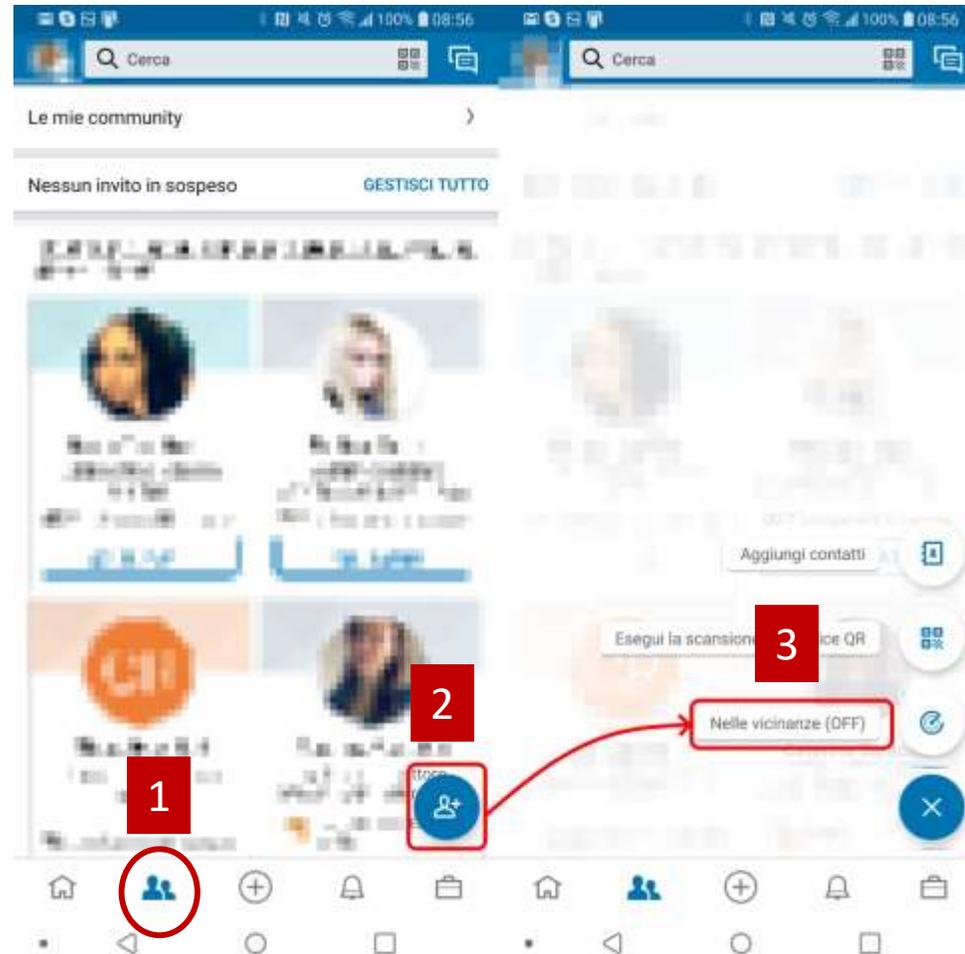
—

We are aiming for 5000 groups by 2023.

<https://lunchintra.net>

GIAN  
LUIGI  
BONA  
NOMI  
COM

# A proposito di networking...



Trovare automaticamente altri membri di LinkedIn che hanno anche la funzione abilitata all'interno del tuo intervallo Bluetooth

# IL METODO LINKEDIN10C

1C – Chi sei

2C – Cosa fai

3C – Per Chi

4C – Come

5C – Chiavi di ricerca

6C – Competenze

7C – Conferme

8C – Case study

9C – Concretezza

10C – Condivisione

MISSION

SEO

POSIZIONAMENTO

AUTOREVOLEZZA

CONTENT MARKETING



# IL METODO LINKEDIN10C

**1C – Chi sei**

2C – Cosa fai

3C – Per Chi

4C – Come

5C – Chiavi di ricerca

6C – Competenze

7C – Conferme

8C – Case study

9C – Concretezza

10C – Condivisione

MISSION

SEO

POSIZIONAMENTO

AUTOREVOLEZZA

CONTENT MARKETING



# 11. L'importanza della foto



# Come deve essere la foto del profilo?

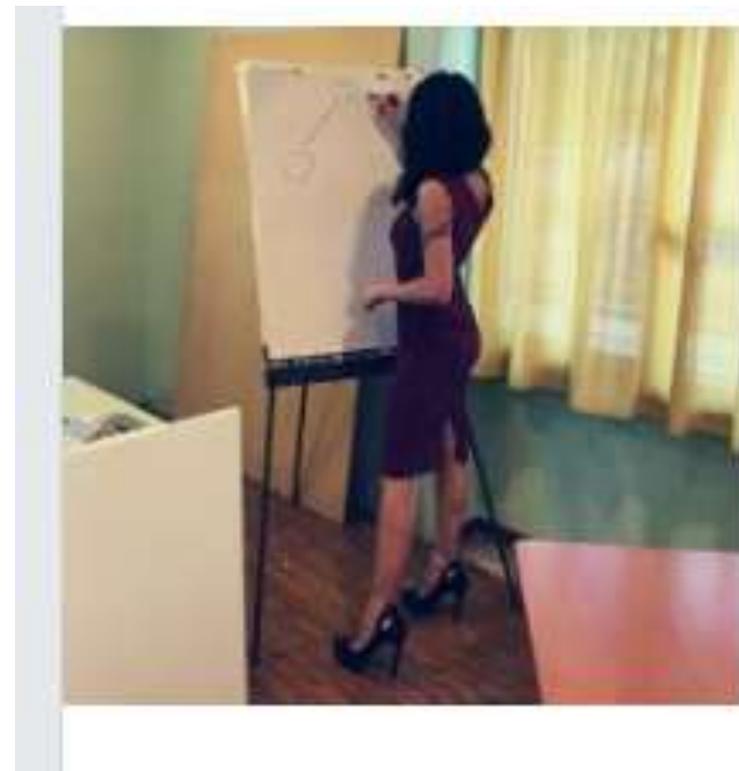
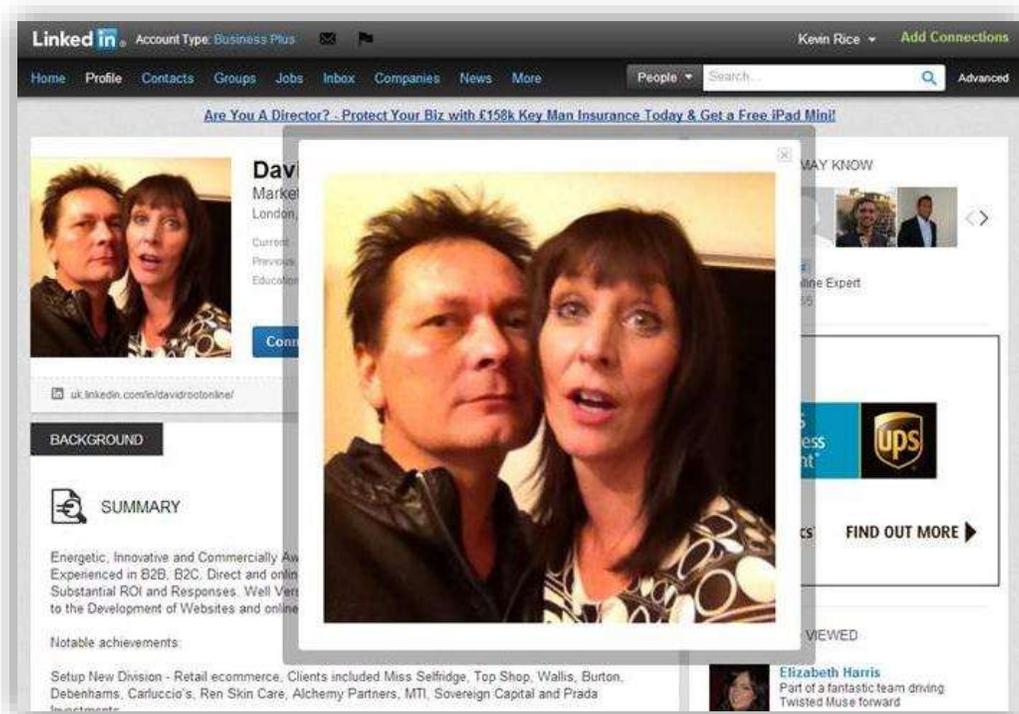
- Immagine recente
- Sfondo omogeneo
- Ben vestiti
- Guardare in camera
- Primo piano (non piano americano, né figura intera)
- No foto troppo scure né troppo «cariche»
- Dimensione 400 per 400 pixel



Come scegliere la foto: <http://www.gianluigibonanomi.com/linkedin-foto-profilo-giusta-intervista-giudicianni-biffi>



Sorridete (fatelo per i neuroni specchio)



La galleria degli orrori:

[www.gianluigibonanomi.com/peggiori-foto-profilo-linkedin](http://www.gianluigibonanomi.com/peggiori-foto-profilo-linkedin)

# 12. Curare l'immagine di copertina



Gianluigi Bonanomi

Giornalista hi-tech | Autore 15 libri | Corsi comunicazione/uso consapevole digitale | Workshop uso strategico LinkedIn

Milano, Italia



Gianluigi Bonanomi -  
Giornalista e formatore



Università degli Studi di  
Milano

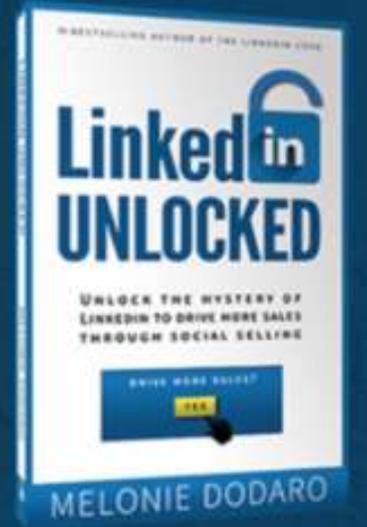


Vedi informazioni di contatto



- ✓ MORE LEADS & CLIENTS
- ✓ DRIVE MORE SALES
- ✓ INCREASE AUTHORITY & TRUST

GET YOUR COPY TODAY AT:  
[LINKEDINUNLOCKEDBOOK.COM](http://LINKEDINUNLOCKEDBOOK.COM)



Melonie Dodaro • 1st

"LinkedIn UNLOCKED" my brand-new book is now available on Amazon (#1 bestseller in 7 countries and 63 categories)

Amsterdam Area, Netherlands

Message

More...

 Amazon

 Georgian College

 See contact info

 See connections (500+)

**MANAGEMENT**

**COMPUTER**

**MARKETING**

**IT**

**MEDIA**

**SOCIAL**

**SALES**

**PRESENTATIONS**

**TEAM**

**NETWORK**

**PROJECT**

**SECURITY**

**SERVERS**

**HARDWARE**

**BUSINESS**

**APPLE**

**COMMUNICATIONS**

**ADVERTISING**

**ENTREPRENEURSHIP**

**BUILDING**

**EVOLVING**

**INTEGRATION**

**LEADERSHIP**

**BOARD**

**BLOGGING**

**ADMINISTRATION**

**CONSULTING**

**GEELONG**

**INSTALLATION**

**ENTREPRENEUR**

**FUNK**

**MAC**

**MEASUREMENT**

**MICROSOFT**

**OPERATIONS**

**OFFICE**

**REPAIR**

**SERVER**

**SERVICE**

**STRATEGIST**

**SOFTWARE**

**STRATEGY**

**SERVERS**

**WIRELESS**

**WINDOWS**

**OUTSOURCING**

**PRE-SALES**

**PLANNING**

**PRODUCT**

**PROCESS**

# La raccolta di cover per LinkedIn

## It's Time To Program Something

TECHNOLOGY CODING PROGRAMMING WORK PROJECT

```
39
40
41
42 @classmethod
43 def from_settings(cls, settings):
44     debug = settings.getbool('DEBUG_FROM_SETTINGS')
45     return cls(job_dir(settings), debug)
46
47 def request_seen(self, request):
48     fp = self.request_fingerprint(request)
49     if fp in self.fingerprints:
```

## HR Expert

BUSINESS HR CAREER EXPERT JOBS WORK

<https://linkedinbackground.com>



# IL METODO LINKEDIN10C

1C – Chi sei

**2C – Cosa fai**

3C – Per chi

4C – Come

5C – Chiavi di ricerca

6C – Competenze

7C – Conferme

8C – Case study

9C – Concretezza

10C – Condivisione

MISSION

POSIZIONAMENTO

SEO

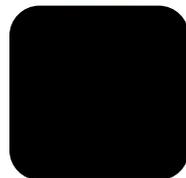
AUTOREVOLEZZA

CONTENT MARKETING



**NO ONE CARES ABOUT YOU**  
**Almost no one even knows you exist**  
**(Seth Godin)**





**Andrea**



Web Developer, Web Designer presso in cerca di Occupazione (help... )  
Catanzaro, Italia

Attuale: Web Developer, Web Designer presso in cerca di Occupazione



# THE LinkedIn EFFECT

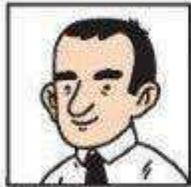
## Real Life



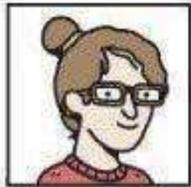
JANE  
SUPERVISOR



CARLOS  
SALESMAN



AMER  
RECRUITER



HANNA  
FREELANCER



JOE  
UNEMPLOYED

## LinkedIn Alter Ego



JANE  
REGIONAL CHIEF LEADER,  
SOLUTION EVANGELIST, PROJECT  
MANAGER, BUSINESS GURU, TEAM  
GUIDING SPIRIT

Connect Send InMail



CARLOS  
SALES MANAGER, AREA DIRECTOR,  
PRO-CLIENT IDEA CREATOR,  
PASSIONATE SOLUTION  
DELIVERING LEADER

Connect Send InMail



AMER  
INNOVATION HEAD HUNTER,  
VISIONER OF THE POTENTIAL,  
CAREER ENABLER, TALENT  
EXPORTER, EMEA

Connect Send InMail



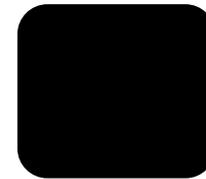
HANNA  
CEO OF MY OWN DESIGN STUDIO,  
ENTREPRENEUR, CRAFTING THE  
AWSOME

Connect Send InMail



JOE  
CEO, CO-FOUNDER, INNOVATION DEVELOPER,  
VISIONARY

Connect Send InMail



Mirko

shop assistant presso Unieuro  
Milano, Italia

Precedente: Shop Assistant presso



è un collegamento in comune



Membro di LinkedIn

Dog Washer at See Spot Clean

Phoenix, Arizona, Stati Uniti

Attuale: Dog Washer presso See Spot Clean



**vito ventafridda** • 2°

impiegato  
Milano, Italia



14 collegamenti in comune

---



**Massimiliano Donato** • 3°

impiegato  
Milano, Italia

Attuale: impiegato presso Aon

---



**Giovanni T.** • 2°

impiegato  
Milano, Italia



6 collegamenti in comune

---



**Angelo di Martino** • 2°

Impiegato  
Milano, Italia



8 collegamenti in comune

---



**Lucia Graziano** • 2°

Impiegato  
Milano, Italia

Precedente: Impiegato back office presso Sorgenia



11 collegamenti in comune

---



**Federico Rampolla** • 2°

head of innovation McCann WG  
Milano, Italia

Attuale: Head of innovation presso McCann WG



58 collegamenti in comune

---



**Paolo Martino** • 2°

Head Of Innovation at Softec S.p.A.  
Milano, Italia

Attuale: Head Of Innovation presso Softec S.p.A.



2 collegamenti in comune

---



**Nicola Belli** • 2°

Experienced and multi-faced senior executive with proven history o...  
Venezia, Italia

Precedente: Head of Consumer/Product Innovation presso Safilo



7 collegamenti in comune

---



**Gerardo Del Vecchio** • 2°

Head of Innovation @Italtel  
Milano, Italia

Attuale: Head Of Innovation presso Italtel



16 collegamenti in comune

---



**Paolo Speranza**

Head of Innovation, Process and Change Manager, Educator  
Milano, Italia

Attuale: Head Of Innovation presso Mansutti S.p.A.



Maurizio [redacted] - 3°  
**bisognoso di dare aiuto**  
Cuneo, Italia · 10 collegamenti · [Informazioni di contatto](#)

Collegati Altro...

Diploma di applicato ai servizi amministrativi e commerciali



Laura [redacted] - 3°  
**voglia di lavorare tantaaaa**  
Lazzate, Lombardia, Italia · 60 collegamenti · [Informazioni di contatto](#)

Collegati Altro...

cerco lavoro  
Liceo artistico



Leonardo [redacted] - 3°  
**In attesa di cassa integrazione presso Il Denaro**  
Napoli, Italia · 46 collegamenti · [Informazioni di contatto](#)

Messaggio Altro...

Il Denaro  
Istituto Nobel



Fabio [redacted] - 2°  
**Ciao sono Fabio e lavoro a tempo indeterminato nella mia Web Agency [redacted] e il mio datore di lavoro è uno stronzo!**  
Latina, Italia · 428 collegamenti · [Informazioni di contatto](#)

Collegati Messaggio Altro...

Falegnameria900.it  
Studio Samo



claudio [redacted] - 3°  
**calciatore mancato**  
Italia · 20 collegamenti · [Informazioni di contatto](#)

Collegati Altro...



in  Home

Persone Offerte di lavoro Contenuto Altro ▾ Filtri per Persone

[B2B Chemical Marketplace - Instantly](#)

12.172 risultati

 **palmiro falchi** • 2°  
pensionato presso inps  
Cremona, Italia  
Marco Camisani-Calzolari, Roberto Re e 33 altri collegamenti in comune

 **massimo nocenzi** • 2°  
Pensionato presso INPS  
Bergamo, Italia  
Attuale: quadro direttivo presso Gruppo BPM Banca Popolare di Milano  
Primo Bonacina, Isabella Gandini e 34 altri collegamenti in comune

 **Angelo Garro** • 2°  
Pensionato presso INPS  
Milano, Italia  
Roberto Bonin, Antonino Caffo e 20 altri collegamenti in comune

**Mangiavini Fausto** • 2°  
Pensionato presso INPS  
Brescia, Italia  
Precedente: Dirigente presso IIS "Astolfo Lunardi"

 **Riccardo Piccardi** • 3°  
Pensionato presso INPS\_official  
Milano, Italia  
Attuale: Pensionato presso INPS





Roberto [redacted] · 3°

Disperato presso Me stesso

Milano, Italia · 15 collegamenti · [Informazioni di contatto](#)

<http://www.gianluigibonanomi.com/peggiori-headline/>

# IL METODO LINKEDIN10C

1C – Chi sei

2C – Cosa fai

3C – Per Chi

4C – Come

5C – Chiavi di ricerca

6C – Competenze

7C – Conferme

8C – Case study

9C – Concretezza

10C – Condivisione

MISSION

POSIZIONAMENTO

SEO

AUTOREVOLEZZA

CONTENT MARKETING



**Colgate**<sup>®</sup>

**Beef  
Lasagna**



Colgate  
Beef  
Lasagna

KEEP FROZEN

NET WT. 14 OZ

GIAN  
LUIGI  
BONA  
NOMI  
•COM

antonella fiore · 2°

docente presso ANDI Corso di Alta Formazione Mediazione e conciliazione in tema di responsabilità sanitaria

Milano, Italia · 77 collegamenti · [Informazioni di contatto](#)



Elena Giannopolo ✓ · 1°

Aiuto le Imprese a crescere velocemente con l'Inbound Marketing| Consulente Certificato CMC



Enrico Bazan · 2°

Helping italian Companies to generate more value through Internet of Things and Augmented Reality #IoT #AR #Digital

Davide Bongiorno · 3°

Docente e Tutor Ecografia Funzionale ed Oggettivazione ecografica per Fisioterapisti e Osteopati

Monza e Brianza, Italia · 500+ collegamenti ·



Dino Panzeri · 2°

Consulente TLC. Aiuto le imprese a ridurre gli sprechi, raggiungere l'efficienza, aumentare la competitività.



Architetto, designer, grafico, fotografo e  
producer musicale, consulente pensionistico  
e finanziario

Milano, Italia • 500+ 

Elimina

Collegati

**QUARANTA GIORGIO**

VEGGENTE - SENSITIVO

VENDITA BOMBOLE GAS

Tel. 0



# IL METODO LINKEDIN10C

1C – Chi sei

2C – Cosa fai

3C – Per Chi

**4C – Come**

5C – Chiavi di ricerca

6C – Competenze

7C – Conferme

8C – Case study

9C – Concretezza

10C – Condivisione

MISSION

POSIZIONAMENTO

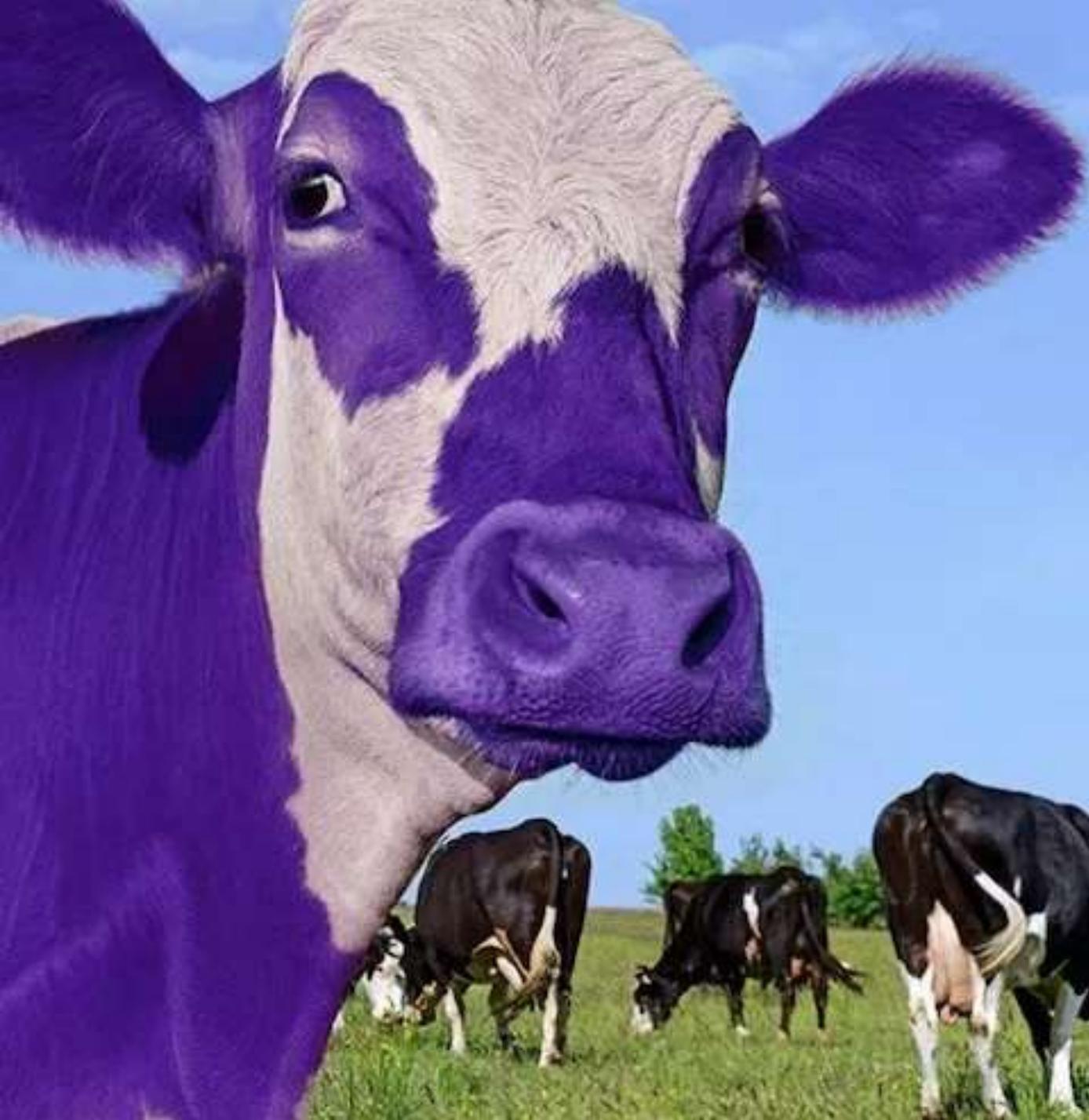
SEO

AUTOREVOLEZZA

CONTENT MARKETING







GIAN  
LUIGI  
BONA  
NOMI  
COM



# Posizionamento: gli elementi differenzianti



Paolo Pagni • 1°

Ideatore del metodo AIUTA che permette a imprese di accrescere valore e profitto aiutando i clienti a fare altrettanto



Gennaro Guida • 3°

Ecommerce Growth Hacking Specialist  
Napoli, Italia



Alberto Bruletti • 3° 

Manager con esperienza in ambito Supply Chain  
Milano, Italia

Riepilogo: Manager con esperienza ventennale principalmente nel settore fashion e accessori e con conoscenza...



matteo bassi • 3°

VALUTAZIONE RISCHIO BELLICO Dirigente Tecnico BCM brevetto n.380  
Firenze, Italia



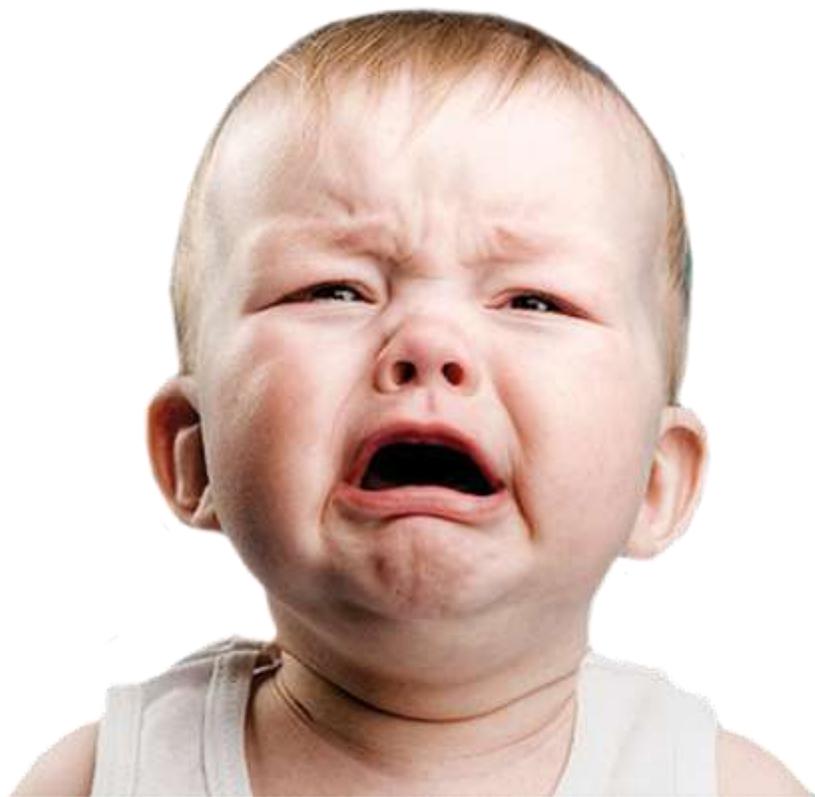
Eugenio La Verde • 3°

Specialista in Ginecologia ed Ostetricia, esperto in tecniche di Fecondazione Assistita  
Napoli, Italia



Roberto Munaretto • 2°

Specialista Lean Commerce [www.leancommerce.it](http://www.leancommerce.it)  
Vicenza, Italia



Veronica Benini · 2°  
Founder di SPORA SRLs: Corsetty.online. Presidente di Motivescion, Stiletto Academy, Insplagenda.  
Milano, Lombardia, Italia · 500+ collegamenti ·  
[Informazioni di contatto](#)

Collegati Messaggio Altro...

SPORA SRLs  
Ecole d'Architecture de Paris-la-Villette

## **SONO VERONICA BENINI ALIAS @SPORA**

Sono consulente strategica in marketing al femminile con soluzioni non convenzionali che fanno parlare le donne.

Lavoro per piccole imprenditrici e per aziende.





1. La mission: CHI + COSA + PER CHI + COME

# IL METODO LINKEDIN10C

1C – Chi sei

2C – Cosa fai

3C – Per Chi

4C – Come

**5C – Chiavi di ricerca**

6C – Competenze

7C – Conferme

8C – Case study

9C – Concretezza

10C – Condivisione

MISSION

POSIZIONAMENTO

SEO

AUTOREVOLEZZA

CONTENT MARKETING



# Le parole più inflazionate su LinkedIn

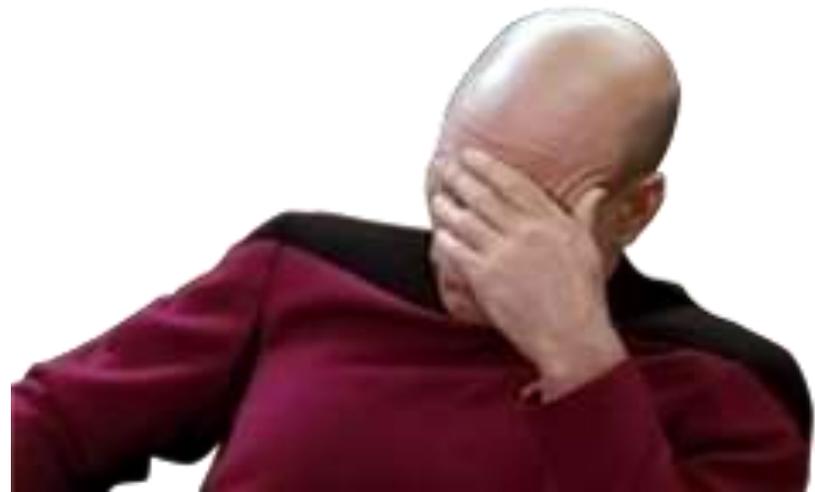
- Specializzato
- Leadership
- Strategico
- Concentrato
- Esperto
- Responsabile
- (Con) Esperienza
- Master
- Appassionato
- Innovativo



simona [redacted] • 2°

Responsabile

Lavoratore autonomo



JOB TITLES	ITA	WWW	
Head of product	1.362	88.000	2%
head of product line	39	1.000	4%
Head of line	89	4.600	2%
Head of business line	26	1.000	3%
Business Line Manager	332	7.000	5%
Product Line Manager	535	43.000	1%
Line Manager	3.106	214.000	1%
Head of Development	667	50.000	1%
Portfolio Manager	3.429	338.000	1%
R&D Manager	5.409	83.000	7%
Senior Product Marketing Manager	3.016	120.000	3%
Business Development Manager	19.222	1.739.000	1%
Business Unit Manager	3.807	106.000	4%
Head of Business Unit	340	10.700	3%
Marketing manager	56.225	2.923.000	2%
Group Marketing Manager	195	15.000	1%
VP business segment	1	49	2%
Business Segment Leader	5	425	1%
Platform Manager	720	18.000	4%
Product Manager	57.096	1.906.000	3%
Group Product Manager	1.157	26.000	4%
Global Product Manager	526	28.000	2%
Product Owner	2.445	505.000	0%

██████ ha esperienza anche in ...

Data Science · 2



SPSS · 2



SQL · 2



SAS · 2



SAS/STAT · 2



Data Mining · 2



SPSS Modeler · 2



SAS Base · 2



SAS Macro · 2



Analytics · 2



SAS Visual Analytics · 2



Data warehouse · 2



SAS Enterprise Gu... · 2



SAS Data Integrat... · 2



SAS Management ... · 2



SAS Web Report S...

Talend · 2



IBM DataStage · 2



SAP ERP · 2



SAP FI · 2



SAP CO · 2



SAP MM · 2



SAP SD · 2



SAP PS · 2



**Problemi,  
non soluzioni!**



amazon.com

ebay

mano  
mano

PRICE



Privacy & Cookies Policy

Andrea Fumagalli • 2°

SOLUZIONI

Sono esperto di integrazione Amazon® e Ebay® (Magento e Prestashop) ▲ Realizzo siti web professionali e e-commerce shop

PROBLEMA/ESIGENZA

Milano, Italia



2BeCOM e\_Solutions



Universita degli Studi di Milano

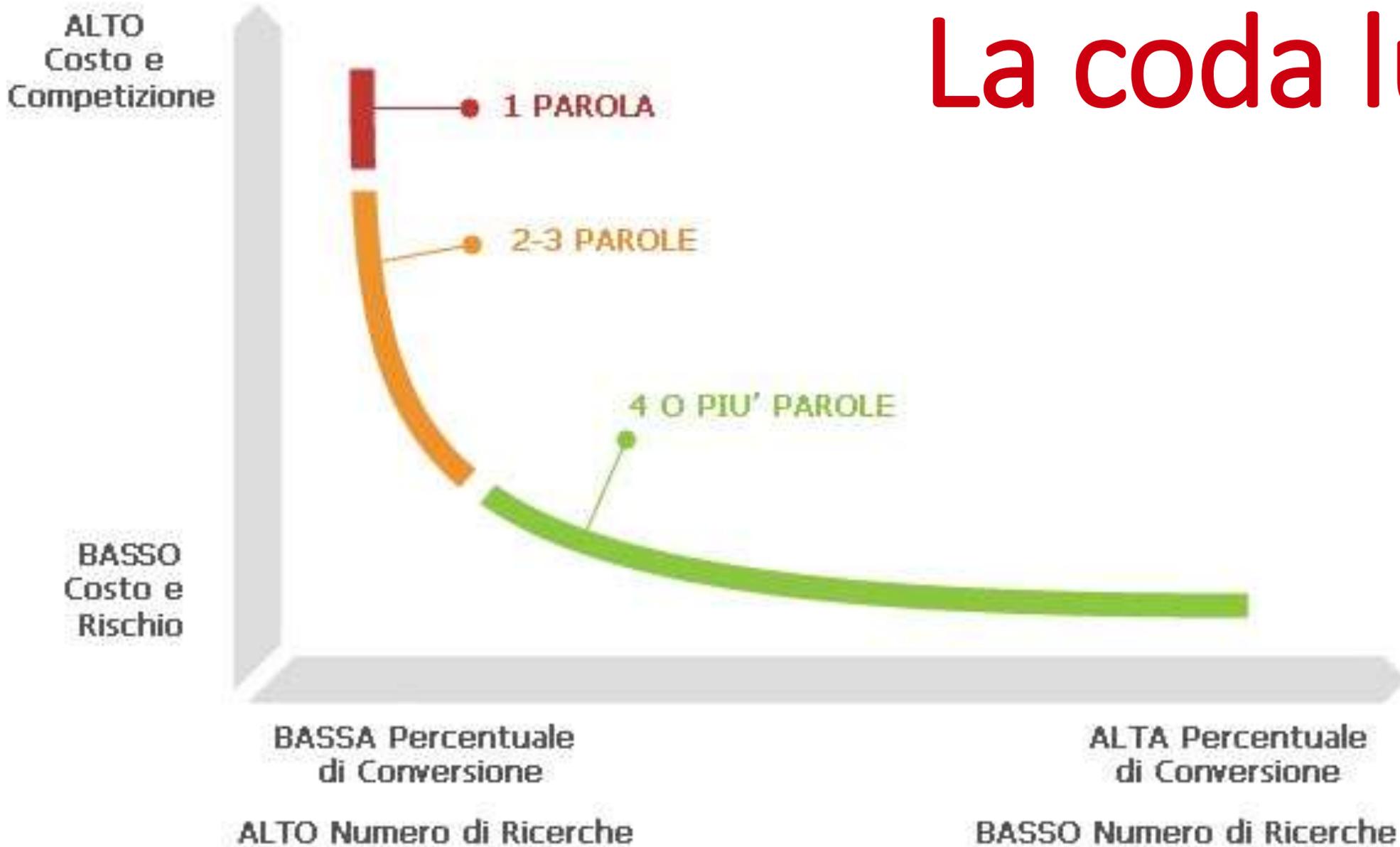


Vedi informazioni di contatto



500+ collegamenti

# La coda lunga



# Social media manager

Impresa Rusconi • Milano, Lombardia, Italia

Data di pubblicazione: 1 giorno fa • 190 candidati

La figura che stiamo cercando dovrà occuparsi di:

1 - Gestione social media (Facebook, Instagram, LinkedIn):

- analisi settore e pubblico di riferimento
- strategia
- redazione calendario editoriale
- redazione contenuti
- pianificazione campagne
- monitoraggio e analisi risultati - report settimanali e mensili

2 - Pianificazione, redazione contenuti e gestione newsletter mensili (mailchimp o altro strumento)

3- Affiancamento al responsabile marketing nell'operatività relativa al lancio e alla promozione di progetti immobiliari.

Competenze richieste:

- approfondita conoscenza social media
- esperienza nell'ideazione e nella gestione di campagne adv online
- conoscenza degli strumenti di misurazione della reach
- conoscenza delle dinamiche social sia da un punto di vista tecnico (strumenti, azioni efficaci etc.) che strategico (target, linguaggio, tone of voice etc)
- ottima conoscenza Google Analytics

Completano il profilo: buona conoscenza lingua inglese, capacità di lavorare in team, capacità comunicative.

} **SOFT SKILL**

**SOCIAL MEDIA MANAGER**

**ANALISI PUBBLICO/PROSPECT**

**SOCIAL MEDIA STRATEGY**

**REDAZIONE CONTENUTI SOCIAL**

**PIANIFICAZIONE CAMPAGNE ADV ONLINE**

**MONITORAGGIO RISULTATI / REPORT**

**SOCIAL MEDIA MONITORING**

**MISURAZIONE DELLA REACH**

**NEWSLETTER / MAILCHIMP**

**GOOGLE ANALYTICS**



Elena [redacted] · 1°

Consulente in controllo di gestione presso [redacted] CONSULTING

Dalmine, Lombardia, Italia · 24 collegamenti ·

[Informazioni di contatto](#)

## CONSULENTE APPLICATIVO CONTABILITA' E CONTROLLO DI GESTIONE

Sirio Informatica e Sistemi

[Continua e candidati](#)

Il/la candidato/a ideale

- possiede una laurea in economia o esperienza equivalente
- ha competenze specifiche sui processi aziendali in ambito amministrativo contabile e sugli adempimenti fiscali
- ha una buona conoscenza degli strumenti di Office Automation
- ha confidenza con il linguaggio SQL
- costituiscono titoli preferenziali l'esperienza pregressa nel ruolo di consulente applicativo partecipando a progetti di startup su cliente di ERP o Software Gestionali

Si offre un percorso formativo personalizzato sul sistema ERP SAM.

Si richiede l'attitudine a ritmi di lavoro flessibili, spirito di iniziativa, e forte orientamento al risultato, attitudine a lavorare in team e la disponibilità ad effettuare spostamenti sul territorio nazionale.

## Esercizio 2: scrivi 3 keyword



# Dove piazzare le parole chiave?



Gianluigi Bonanomi

Formatore sulla comunicazione digitale | Corsi sull'uso strategico di LinkedIn - content marketing - brand journalism

Headline  
(120 caratteri)

Dovevo reinventarmi. Sebbene nel frattempo quello tecnologico fosse diventato un settore main-stream, avevo un problema di "personal branding". Allora ho iniziato a scrivere libri ed eBook per diversi editori e ho ideato la collana "Fai da tech". Un testo gratuito è stato scaricato quasi 100.000 volte! La realizzazione di contenuti per le aziende mi ha portato poi a collaborare con diverse agenzie di comunicazione (Business Press, EffettoDomino, Sangalli M&C).

La mia vera passione è la formazione. Negli ultimi quattro anni ho formato più di 3.000 persone, soprattutto sull'uso strategico di LinkedIn. Faccio **formazione sui temi hi-tech per giornalisti** presso PrimoPiano, con crediti formativi. Tengo corsi anche su altri temi: comunicazione aziendale e social, Web writing, tecnologia e genitorialità.

Scrivimi per corsi e speech ► [info@gianluigibonanomi.com](mailto:info@gianluigibonanomi.com)



Riepilogo  
(2000 caratteri)

## Esperienza



### Formatore sulla comunicazione digitale

Gianluigi Bonanomi - Giornalista e formatore  
gen 2012 – presente · 7 anni 3 mesi  
Milano, Lombardia, Italia

Da anni tengo corsi e speech sulla comunicazione digitale. Qui un elenco dei corsi più richiesti:

- uso strategico di LinkedIn
- social selling
- content marketing e piano editoriale per online e social
- social media marketing
- Web writing
- corporate digital storytelling
- Facebook marketing



Videocorso LinkedIn in 10 pillole online - vid...



Corso sull'uso strategico di LinkedIn...

## Esperienze lavorative

### Competenze e conferme

Aggiungi una nuova competenza ✎

#### Brand journalism · 28

Competenze confermate da Luisa Tatoni e da 1 altra persona, entrambi esperti del settore

Competenze confermate da 2 colleghi di Gianluigi presso EffettoDomino Srl

#### Uso strategico di LinkedIn · 6

Ilaria Cau e 5 collegamenti hanno confermato questa competenza

#### Formazione sulla comunicazione aziendale · 3

Mauro Teti e 2 collegamenti hanno confermato questa competenza

Mostra altro ▾

Skill (max 50)

# IL METODO LINKEDIN10C

1C – Chi sei

2C – Cosa fai

3C – Per Chi

4C – Come

5C – Chiavi di ricerca

**6C – Competenze**

7C – Conferme

8C – Case study

9C – Concretezza

10C – Condivisione

MISSION

SEO

POSIZIONAMENTO

AUTOREVOLEZZA

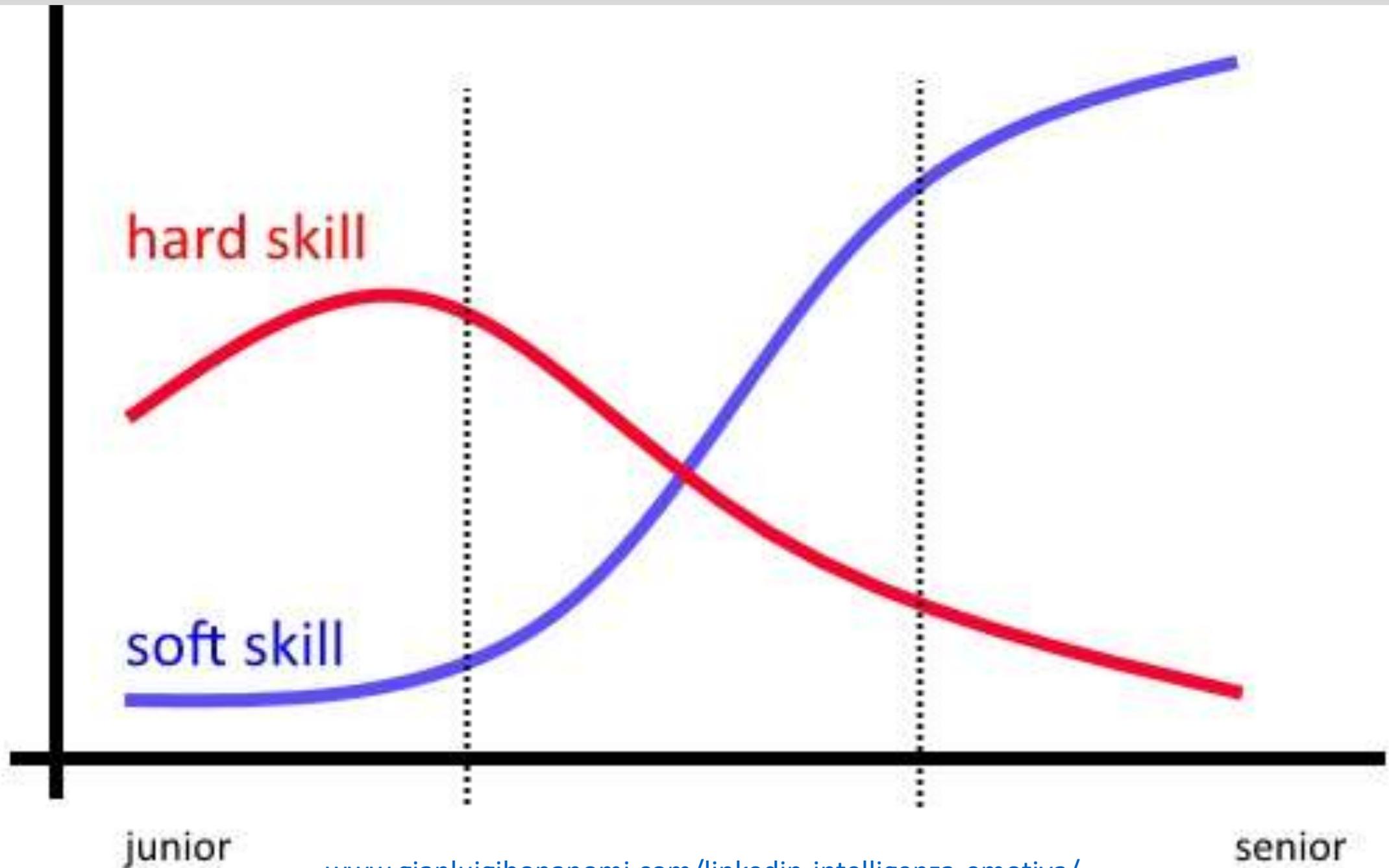
CONTENT MARKETING





*«Non si assume qualcuno per le sue competenze, lo si assume per le sue **attitudini**.  
Le competenze si possono sempre insegnare.»*

(Herb Kelleher, fondatore di Southwest Airlines)



hard skill

soft skill

junior

senior

[www.gianluigibonanomi.com/linkedin-intelligenza-emotiva/](http://www.gianluigibonanomi.com/linkedin-intelligenza-emotiva/)

GIAN  
LUIGI  
BONA  
NOMI  
COM

# Elon Musk

Aiming to reduce global warming through sustainable energy production and consumption, and reducing the "risk of human extinction" by "making life multi-planetary" and setting up a human colony on Mars.



elonmusk@teslamotors.com

650-681-5000

Los Angeles, USA

elon.musk

## Work Experience

06/2006 - Present San Mateo, USA

### Chairman SolarCity

**Accomplishments:**  
Created a collaboration between SolarCity and Tesla to use electric vehicle batteries to smooth the impact of rooftop solar on the power grid.  
Provided the initial concept and financial capital.

02/2004 - Present Palo Alto, USA

### CEO and Product Architect Tesla Motors

**Accomplishments:**  
Currently oversee the company's product strategy - including the design, engineering and manufacturing of more and more affordable electric vehicles for mainstream consumers.  
Insisted on using carbon fiber composite materials in the hull to minimize weight, developed the battery module and even some elements of design, like the headlights.  
Received Global Green 2006 product design award for Tesla Roadster design.

06/2002 - Present Hawthorne, USA

### CEO and CTO SpaceX

**Accomplishments:**  
Plans to reduce space transportation costs to enable people to colonize Mars.  
Oversee the development of rockets and spacecraft for missions to Earth orbit and ultimately to other planets.  
Developed the Falcon 9 spacecraft which replaced the space shuttle when it retired in 2011.

03/1999 - 10/2002 San Jose, USA

### CEO X.com and PayPal

**Accomplishments:**  
Involved in the development of new business models, conducted a successful viral marketing campaign, which led to a rapid increase in the number of customers.  
Created a method of securely transferring money using a recipient's e-mail address.

01/1995 - 02/1998 California, USA

### Co-founder Zip2

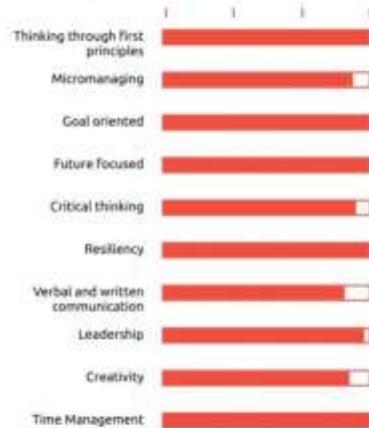
**Accomplishments:**  
Created a platform where newspapers - including credible ones as New York Times - could offer their customers some additional commercial services.

## Education

09/1992 - 06/1995  
**Bachelor of Science in Economics**  
Wharton School of the University of Pennsylvania

09/1992 - 06/1993  
**Bachelor of Science in Physics**  
Penn's College of Arts and Sciences

## Skills & Competences



## Achievements & Certificates

- IEEE Honorary Membership (2015)  
Given to people who have rendered meritorious service to humanity in the IEEE's designated fields of interest.
- Businessperson of the Year by Fortune Magazine (2013)  
Prize received for the following companies: "SpaceX", "Tesla Motors" and "SolarCity"
- FAI Gold Space Medal (2010)  
One of the highest honors in the aerospace industry, shared with prominent personalities like Neil Armstrong and John Glenn.
- Honorary doctorate in Design from the Art Center College of Design
- Honorary doctorate (DUniv) in Aerospace Engineering from the University of Surrey
- Honorary doctorate of Engineering and Technology from Yale University

## Languages

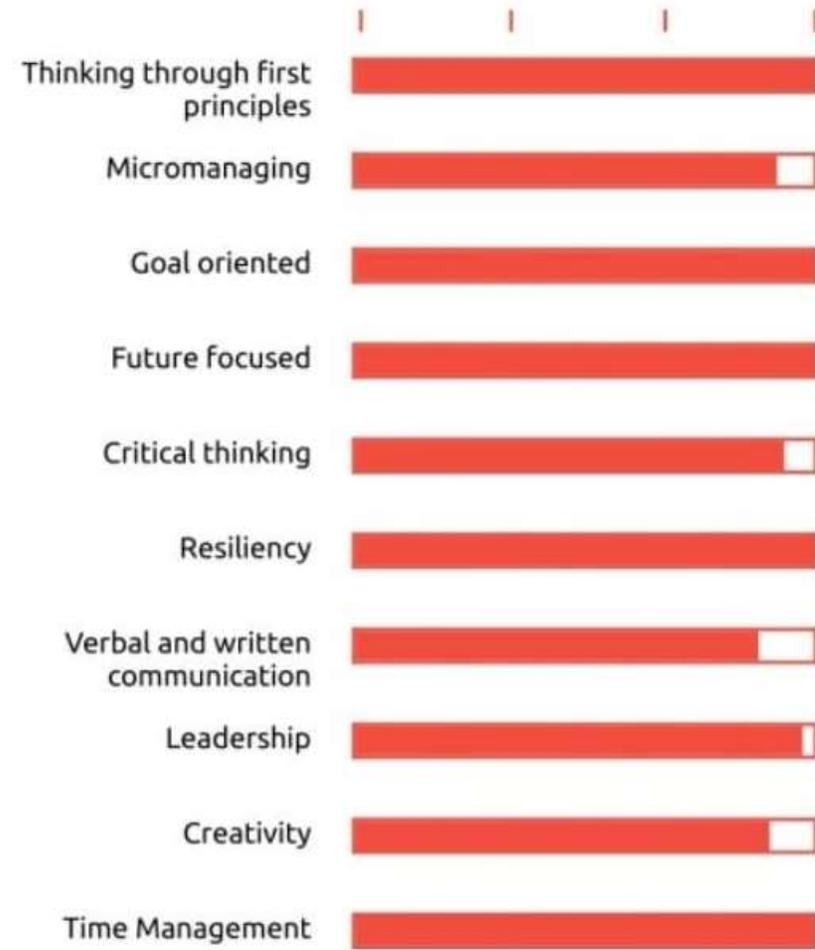
English Afrikaans

## Interests

Physics | Sustainability | Philanthropy | Extraterrestrial life |  
Alternative energy sources | Space engineering | Reading |  
Video games



# Skills & Competences



# Le skill più richieste

## Top 10 skills

### in 2020

1. Complex Problem Solving
2. Critical Thinking
3. Creativity
4. People Management
5. Coordinating with Others
6. Emotional Intelligence
7. Judgment and Decision Making
8. Service Orientation
9. Negotiation
10. Cognitive Flexibility



### in 2015

1. Complex Problem Solving
2. Coordinating with Others
3. People Management
4. Critical Thinking
5. Negotiation
6. Quality Control
7. Service Orientation
8. Judgment and Decision Making
9. Active Listening
10. Creativity



Source: Future of Jobs Report, World Economic Forum

6 TOP SOFT SKILL	% DI RICHIESTA SUL MERCATO	% DI INCIDENZA ECONOMICA SULLA RAL	SETTORI E FUNZIONI
 <b>Conoscenza dell'inglese</b>	43,2%	▲ 15%	HR, Segreteria, Acquisti e Call center
 <b>Orientamento alla qualità</b>	41%	▲ 8,5%	IT e Digital
 <b>Team working</b>	36%	▲ 13,8%	Commerciale, Vendite e Marketing
 <b>Problem solving e Analisi</b>	32,1%	▲ 17,6%	Ristorazione e Alberghiero
		▲ 8,9%	Turismo e Moda
 <b>Autocontrollo</b>	18,9%	▲ 16,8%	Medico, Farmaceutico e Scientifico
		▲ 7,7%	Legale, Finanziario, Assicurativo e Bancario
 <b>Orientamento al cliente</b>	15,2%	▲ 42,6%	Produzione, Industria e Logistica
		▲ 19,5%	Ingegneria

Job title	Skill
<b>Data Protection Officer</b>	Privacy Law, Data Privacy, Privacy Policies, General Data Protection Regulation (GDPR), Legal Assistance
<b>Salesforce Consultant</b>	Oracle Application Express, Salesforce.com, Salesforce.com Administration, Customer Relationship Management (CRM), JavaScript
<b>Big Data Developer</b>	Scala, Hadoop, Big Data, Apache Spark, Hive
<b>Artificial Intelligence Specialist</b>	Machine Learning, Computer Vision, Artificial Intelligence (AI), Python, Neural Networks
<b>BIM Specialist</b>	Building Information Modeling (BIM), Revit, Navisworks, Architecture, Architectural Design
<b>Lending Officer</b>	Due Diligence, NPL, Credit Management, Banking, Credit Analysis
<b>Data Scientist</b>	Machine Learning, Python (linguaggio di programmazione), Data Mining, Big Data
<b>Cyber Security Specialist</b>	Cybersecurity, Vulnerability Assessment, Information Security, Network Security, Penetration Testing
<b>Warehouse Operative</b>	Warehouse Operations, Warehouse Management Systems, Forklift Operation, Microsoft Word, Inventory Management
<b>Customer Success Specialist</b>	Software as a Service (SaaS), Customer Relationship Management (CRM), Pre-sales, Customer Experience, Salesforce.com

# Le job description di Adecco

## Profilo

Il magazziniere ricopre un ruolo di supporto tecnico-operativo. La funzione principale è quella di contribuire alla gestione tempestiva delle merci tramite le tecniche di conservazione, stoccaggio e movimentazione. Inoltre controlla qualitativamente e quantitativamente la merce al momento del ricevimento (numero colli, peso, condizioni della merce, rispetto delle normative di salubrità e sicurezza); cura le procedure relative agli adempimenti gestionali (riscontro ed acquisizione del documento di accompagnamento della merce, predisposizione della documentazione attestante le eventuali differenze riscontrate, invio/consegna della documentazione agli incaricati amministrativi, inserimento dati su programma gestionale, ecc.); alloca la merce (sistema la merce in magazzino negli spazi definiti, predispone la merce per l'allestimento in area di vendita).

## Soft skills

### Soft skills

Coinvolgimento, impegno e responsabilità

Problem solving e analisi

Team Working

## Conoscenze linguistiche

### Conoscenze linguistiche

Inglese

## Competenze tecniche e informatiche

Settore	Area	Competenze
Industrial	Magazzino	Carico/scarico merci
Industrial	Magazzino	Codifica codici merci
Industrial	Magazzino	Controllo merci (entrate/uscite)
Industrial	Magazzino	Imballaggio / etichettatura merci
Industrial	Magazzino	Inventario
Industrial	Magazzino	Preparazione spedizioni
Industrial	Magazzino	Procedure evasione ordini
Industrial	Magazzino	Uso palmare
Industrial	Magazzino	Utilizzo carrello elettrico
Industrial	Magazzino	Utilizzo carrello meccanico
Industrial	Magazzino	Utilizzo carrello retrattile
Industrial	Magazzino	Utilizzo muletto / carrello elevatore
Industrial	Magazzino	Verifica giacenze di magazzino

[www.adecco.it/jobbook](http://www.adecco.it/jobbook)

<https://candidate.adecco.it/candidate/jobank.asp>

## Competenze e conferme



Microsoft Office



Microsoft Excel



Controllo dei costi

Altre competenze 



controllo di gestione



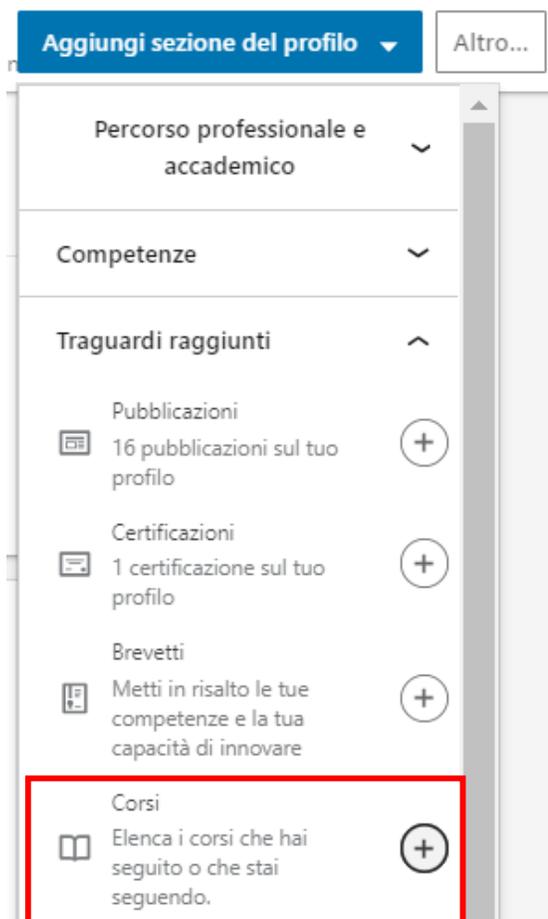
# Esercizio 3: scrivete 5 hard skill e 5 soft skill



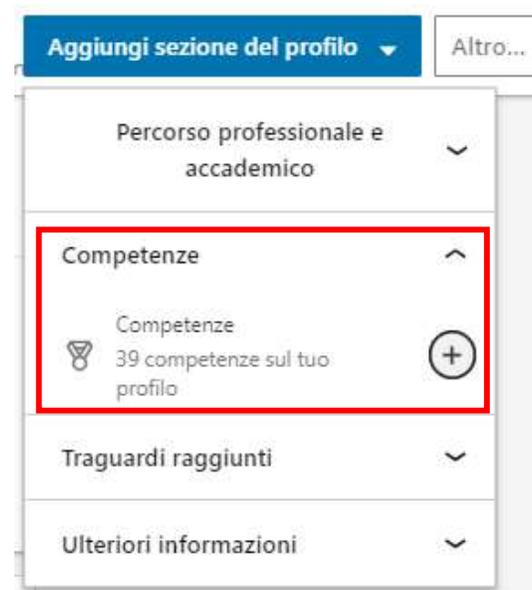
# Dove piazzare le **skill**?

## Hard skill

(se ci sono attestati)



## Soft skill e hard skill senza attestati



### Competenze e conferme

Aggiungi una nuova competenza

#### Brand journalism . 28

Competenze confermate da Luisa Tatoni e da 1 altra persona, entrambi esperti del settore

Competenze confermate da 2 colleghi di Gianluigi presso EffettoDomino Srl

#### Uso strategico di LinkedIn . 6

Ilaria Cau e 5 collegamenti hanno confermato questa competenza

#### Formazione sulla comunicazione aziendale . 3

Mauro Teti e 2 collegamenti hanno confermato questa competenza

Mostra altro

# La validazione delle skill

## Competenze e conferme

[Rispondi al quiz di valutazione delle competenze](#)

Brand journalism · 37



Competenze confermate da Luisa Tatoni, che è un professionista esperto del settore

Uso strategico di LinkedIn · 20

Luca Colangelo e 19 collegamenti hanno confermato questa competenza

Formazione sulla comunicazione aziendale · 6

Luca Colangelo e 5 collegamenti hanno confermato questa competenza

[Mostra altro](#) ▾

[Aggiungi una nuova competenza](#)



## Valutazione della competenza: PowerPoint



Ben fatto, hai superato il quiz

Sopra il 70%

Scopri di più su come è stato calcolato il tuo punteggio

PowerPoint

Verificata: Valutazione di LinkedIn

Non hai aggiunto la competenza PowerPoint sul tuo profilo. Aggiungila per poter mostrare il badge.

[Aggiungi competenza](#)

Puoi eliminare il report in modo definitivo e non sarà più associato al tuo profilo

[Elimina report](#)

[Torna al profilo](#)

100% responders

\$5 each

84% conversion rate

Costs :  $\frac{\$42,000}{}$

= \$493 / buyer

89%

Upcoming Campaign



Audience Size 10,000

Response Rate  $\rightarrow$  10%  
(expect, how?)

Conversion Rate  $\rightarrow$  53%

average buyer purchase  $\rightarrow$  \$14,000

Aggiungere immagini e contenuti multimediali

# IL METODO LINKEDIN10C

1C – Chi sei

2C – Cosa fai

3C – Per Chi

4C – Come

5C – Chiavi di ricerca

6C – Competenze

**7C – Conferme**

8C – Case study

9C – Concretezza

10C – Condivisione

MISSION

SEO

POSIZIONAMENTO

AUTOREVOLEZZA

CONTENT MARKETING



# Come si chiedono le segnalazioni?



[www.linkedin.com/help/linkedin/answer/3958/richiedere-una-segnalazione](http://www.linkedin.com/help/linkedin/answer/3958/richiedere-una-segnalazione)

5 motivi per i quali dovresti chiederle: [www.gianluigibonanomi.com/linkedin-segnalazioni](http://www.gianluigibonanomi.com/linkedin-segnalazioni)

PROBLEMA



**Domenico Zangari**

Marketing: create and manage advertising campaigns. Training and support salesforce Communication, Social, Tourism

19 febbraio 2019, Domenico era un cliente di Gianluigi

Gianluigi è un formatore spaziale!!!

La mia azienda è partita da zero in un progetto social e customer care on line e mi ha dato l'occasione di essere seguito da Gianluigi per conoscere i vari aspetti del marketing applicato ai social.

Grazie a lui ho imparato e sto imparando molto arricchendomi di molti strumenti utili per il mio lavoro.

Un lavoro che con lui diventa anche piacere!

[See less](#)

CASO DI STUDIO



**Silvia**

Human Capital Manager, Responsabile Formazione, Sviluppo, Talent Management, Compensation policy e Welfare aziendale

26 gennaio 2019, Silvia era un cliente di Gianluigi

Ho sviluppato con Gianluigi un innovativo percorso formativo sul personal branding indirizzato ad una dozzina di colleghi particolarmente coinvolti nella Digital Transformation in atto.

Competente e coinvolgente, Gianluigi ha un approccio divulgativo ad argomenti di alto contenuto tecnico e riesce così a r... [See more](#)



**Luca Nuccio**

Responsabile Comunicazione  
& Marketing | Social Media  
Plan - Posizionamento SEO -  
Copywriter

5 settembre 2019, Luca era un  
cliente di Gianluigi

Ottimo corso sulla comunicazione digitale. Il metodo delle 10 C è intuitivo ed è un'ottima guida per l'uso strategico di LinkedIn: dal miglioramento del proprio profilo personale (foto profilo; riepilogo;...) all'applicazione di una strategia SEO basata su keyword per posizionarsi meglio nelle ricerche LinkedIn. La passione che Gianluigi trasmette per il proprio lavoro è contagiosa.



Esercizio 4: scrivi tre nomi di persone  
alle quali chiederai subito una segnalazione

# IL METODO LINKEDIN10C

1C – Chi sei

2C – Cosa fai

3C – Per Chi

4C – Come

5C – Chiavi di ricerca

6C – Competenze

7C – Conferme

**8C – Case study**

9C – Concretezza

10C – Condivisione

MISSION

SEO

AUTOREVOLEZZA

CONTENT MARKETING

POSIZIONAMENTO



# Come si scrivono i progetti?

1. Individuare il problema
2. Descrivere le azioni intraprese per risolverlo
3. Quali risultati ottenuti?
4. La valutazione del risultato
5. La valutazione dei risultati ottenuti da colleghi e superiori
6. Le ricadute sul business o sulle modalità organizzative/operative
7. La replicabilità in un altro contesto

# Come si creano i progetti?

The screenshot shows the LinkedIn profile management interface. At the top, there is a navigation bar with a profile picture, the name 'Tu', and a 'Prodotti' dropdown menu. Below this, there is a section for 'e offerte. Annuncio ...'. A blue button labeled 'Aggiungi sezione del profilo' is visible. Below the button, there is a list of profile sections, each with an icon, a title, a description, and a plus sign in a circle. The 'Progetti' section is highlighted with a red box. It shows a folder icon, the title 'Progetti', and the text '5 progetti sul tuo profilo'. Other sections include 'Corsi', 'Riconoscimenti e premi', 'Brevetti', and 'Votazione esami'.

## ImparaParty

gen 2014 – gen 2014

Da gennaio 2014 coordino ImparaParty, un ciclo di incontri formativi dedicati al mondo dei social media e dell' information and communication technology.

L'idea è nata per offrire agli imprenditori e ai liberi professionisti un'occasione di formazione e confronto caratterizzata da:

- > la trattazione di argomenti che trovano subito applicazione concreta nel mondo del lavoro
- > il coinvolgimento di professionisti ed esperti di settore
- > una veste informale, grazie alla scelta di organizzarli in locali pubblici, come ristoranti ed agriturismo

- > la presenza di un'artista che, durante l'incontro, traduce gli argomenti in un'illustrazione
- > la creazione di un gruppo su Facebook in cui i partecipanti continuano lo scambio di idee e mettono a confronto le proprie esperienze

Gi ImparaParty possono essere organizzati, con formule diverse, in ogni regione d'Italia.

Persone che hanno contribuito



[Vedi progetto](#)

**2000  
BATTUTE**



**Esercizio 5: elenca tre progetti  
da inserire nel profilo LinkedIn**

# 9. Curare il riepilogo



Fatti e numeri

**HISTORY**



Storytelling

**STORY**



Sales letter

# IL METODO LINKEDIN10C

1C – Chi sei

2C – Cosa fai

3C – Per Chi

4C – Come

5C – Chiavi di ricerca

6C – Competenze

7C – Conferme

8C – Case study

**9C – Concretezza**

10C – Condivisione

MISSION

SEO

POSIZIONAMENTO

AUTOREVOLEZZA

CONTENT MARKETING







# Esercizio: scrivete 3 risultati ottenuti



1°

Cristian Zaccardo

World Cup Champion 2006 - German Bundesliga Champion 2009 - Europe Cup U21 Champion 2004

Vicenza Calcio S.p.A. • ITC Paradisi

Milano, Italia • 500+ 

Messaggio

381 Apps Serie A - 22 Goals  
15 Apps Bundesliga - 1 Goal  
1 App UEFA CHAMPIONS LEAGUE  
15 Apps UEFA EUROPA LEAGUE - 2 Goals  
17 Apps ITALY National Team - 1 Goal  
21 Apps ITALY National Team U21 - 2 Goals  
9 Apps ITALY National Team U20  
6 Apps ITALY National Team U18  
8 Apps ITALY National Team U16 - 1 Goal  
28 Apps LEGA PRO  
24 Apps Serie B 2 assist  
Free player/Free agent [Visualizza meno](#)

I am an award winning, results-driven advertising sales and marketing vice president with diverse experience in consultative sales across multiple platforms. I possess expertise in innovative multi-media advertising sales management across digital, mobile and television mediums - both linear and connected over-the-top content (OTT). I am a top performing goal-oriented leader with demonstrated success in managing complex sales cycles with key accounts and agency decision makers. I utilize excellent communication skills to collaborate and build consensus across all levels and strong presentation skills to establish immediate credibility. I build relationships with industry executives and stakeholders to advance business development initiatives. I employ an entrepreneurial, creative approach coupled with a commitment to excellent service to maximize sales opportunities to deliver return on investment for clients.

#### Accomplishments:

- ◆ Acquired new business revenue of \$14M to Viacom Media Network Music
- ◆ Increased revenue over +60% or nearly \$7M from non-endemic partners to Viacom Media Network Music.
- ◆ Delivered double-digit revenue growth and managed over \$100M in upfront and scatter for Nickelodeon.
- ◆ Augmented sales among non-endemic Nickelodeon advertisers through integrated marketing programs resulting in \$10M in new revenue.
- ◆ Improved client relationship securing ad spend growth in excess of 65% over 4 years for Nickelodeon.
- ◆ Delivered revenue of over \$10M in ad sales in under 10 months at ESPN.
- ◆ Grew USA Today revenue from \$1M to \$8M in 4 years.

#### Expertise:

Digital Media, Advertising Sales, Mobile Advertising, Digital Strategy, Business Development, Multi Platform Media, Marketing Strategy, Data Analytics, Sales Management, Programmatic Media Buying, Online Advertising, Brand Management, New Product Development, Key Accounts, Cross Platform Marketing, Partnerships, Digital Marketing, Sponsorship, Social Media, Television, Streaming Media Networks, E-commerce

15

## ORE DI CONFERENCE CALL

internazionali al mese



22

## CAFFÈ LUNGHI BEVUTI

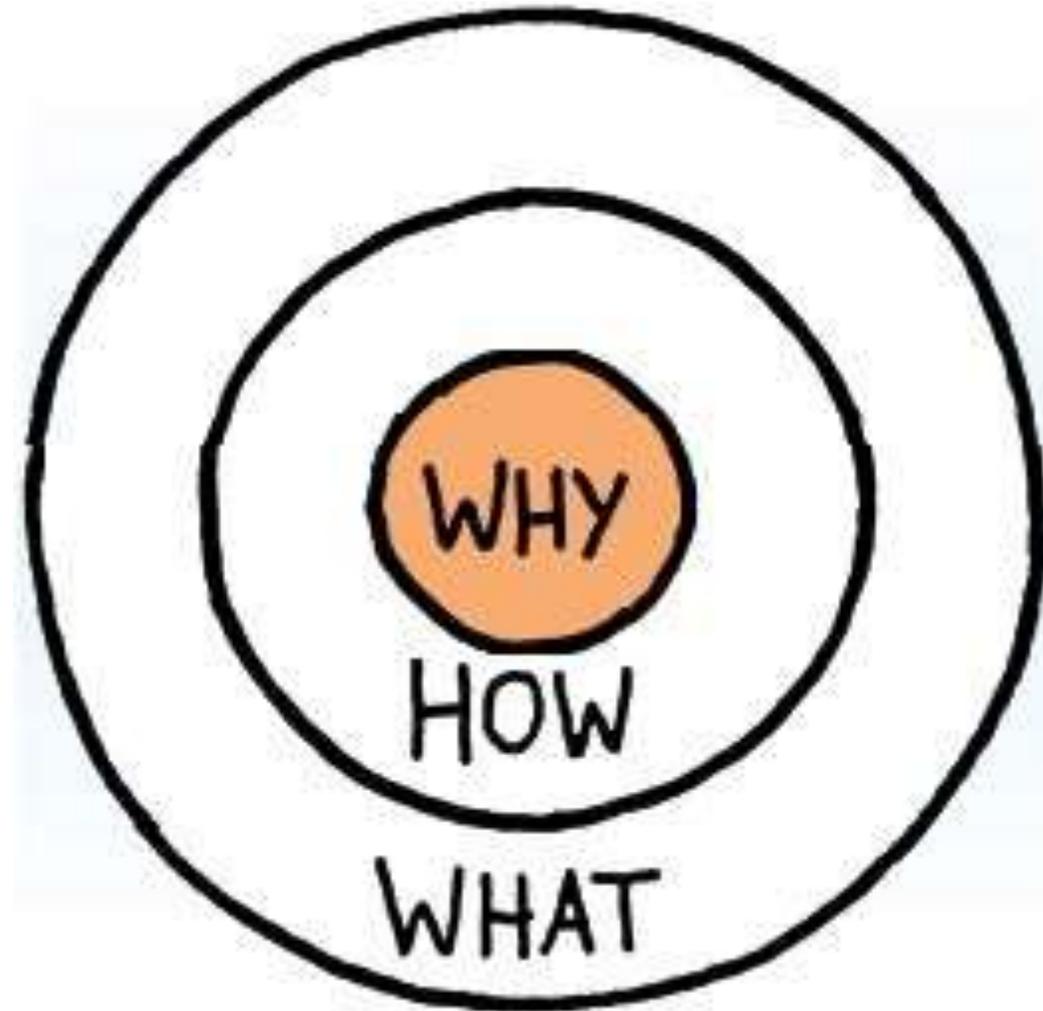
ogni giorno





# STORYTELLING

# Il cerchio magico: partire dal perché!



# Perché fai il tuo lavoro?

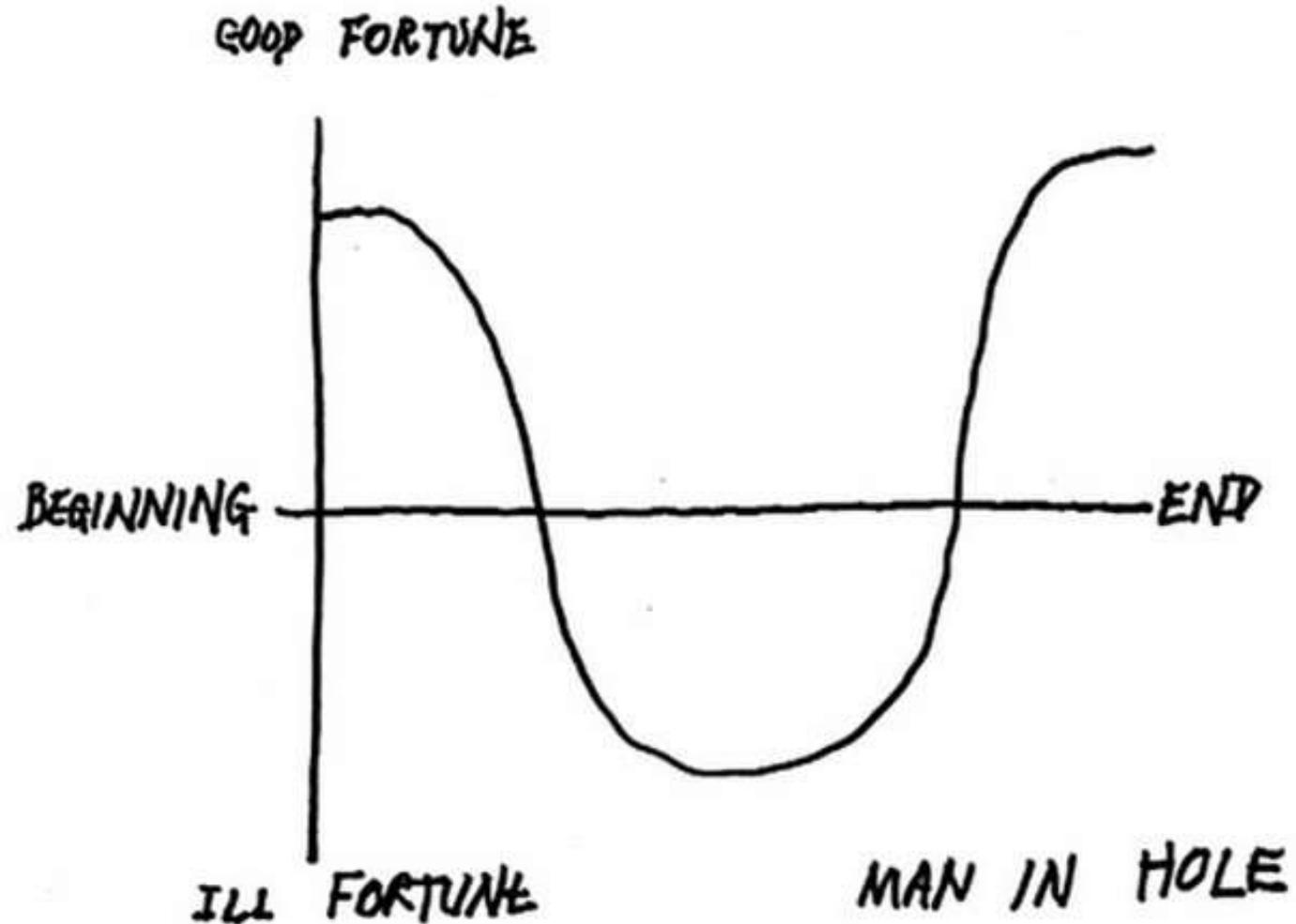
*“Non mi ricordo neanche più da quanto tempo sto costruendo questo muro. Il lavoro è monotono. Lavoro tutto il giorno sotto un sole cocente. Le pietre sono pesanti e sollevarle ogni giorno può essere massacrante. Non so nemmeno se vivrò fino a vedere questo progetto completato. Ma è un lavoro. Mi permette di campare”.*

# Perché fai il tuo lavoro?

*“Amo il mio lavoro. Sto costruendo una cattedrale. Certo, non mi ricordo neanche più da quanto tempo sto costruendo questo muro e a volte il lavoro è monotono. Lavoro tutto il giorno sotto un sole cocente. Le pietre sono pesanti e sollevarle ogni giorno può essere massacrante. Non so nemmeno se vivrò fino a vedere questo progetto completato. Ma sto costruendo una cattedrale”.*

# Lo storytelling

Vonnegut's chart of "Man in a hole"



# Lo storytelling: tre elementi



Eroe



Desiderio

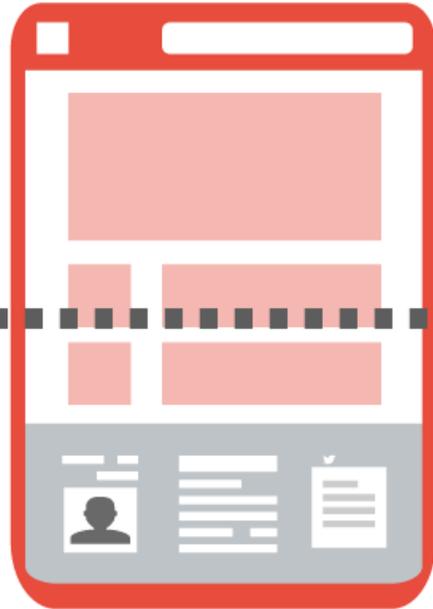


Ostacolo

# Puntate sull'incipit!

above the fold

below the fold



Giornalista  
Autore (15 libri)  
Corsi LinkedIn  
Formatore e cofondatore Four S.r.l.

**Gianluigi Bonanomi**  
Giornalista Hi-tech | Autore 15 libri | Corsi LinkedIn | Formatore e cofondatore Four S.r.l.  
Four S.r.l. • Università degli Studi di Milano  
Milano, Italia • oltre 500

Fino al 2012 ero un giornalista professionista specializzato in hi-tech. Causa la crisi del settore e il fallimento del mio editore, ho perso il lavoro della mia vita. È stata la mia grande fortuna. Ho da sempre una smodata passione per co...

[Vedi altro](#)

# Il racconto circolare



# Il riepilogo può essere una **sales letter**



Quale problema risolvi? → USP

A chi lo risolvi? → Target

Come lo risolvi? → Case study

Con quali risultati? → Case study

Come contattarti? → Call to action

# Finding Nemo



**WHAT I DO:** I help Business Coaches, Consultants, Small Business Owners, Sales Executives and others leverage LinkedIn to generate more sales leads, add new clients, increase revenue and build their online platform.

**HOW I DO IT:** I provide online training programs, on-site workshops and content aimed at helping you discover how to generate more business for yourself using LinkedIn.

**RESULTS:** "I've generated over \$50,000 in new business as a direct result what I learned inside the LinkedIn Riches Premium Training." - **John Hawkins**, Executive Coach & Speaker

[...]

📺 **FREE TRAINING:** **Join me online** for one of my Free LinkedIn Trainings: <http://www.linkedinriches.com/join-2/>

**MY BACKGROUND:** Author of 7 books, former Associated Press Reporter, Award-Winning PR Director and Social Media Consultant, Talk Radio Producer and On-Air Talent, Video Producer and Marketer, Freelance Writer, 1-on-1 Business Coach & Consultant.

[www.linkedin.com/in/hirejohnnemo](http://www.linkedin.com/in/hirejohnnemo)

# IL METODO LINKEDIN10C

1C – Chi sei

2C – Cosa fai

3C – Per Chi

4C – Come

5C – Chiavi di ricerca

6C – Competenze

7C – Conferme

8C – Case study

9C – Concretezza

**10C – Condivisione**

MISSION

SEO

POSIZIONAMENTO

AUTOREVOLEZZA

CONTENT MARKETING



# Che cosa condividere?

Chi sei	Obiettivo	Target	Cosa Comunicare
Imprenditore	Fare business	Prospect e clienti attivi	<ul style="list-style-type: none"><li>• Aggiornamenti settore.</li><li>• Case study aziendali.</li><li>• Fiere.</li><li>• Novità aziendali e di mercato.</li></ul>
Responsabile HR risorse umane	Reclutare	Candidati potenziali	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fare conoscere l'azienda.</li><li>• Novità del settore.</li><li>• Opportunità professionali.</li><li>• Insight sulla realtà aziendale.</li></ul>
Manager marketing industria alimentare	Personal branding	Head hunter e potenziali datori di lavoro	<ul style="list-style-type: none"><li>• Estratti di presentazioni.</li><li>• Case study.</li><li>• Certificazioni.</li><li>• Concorrenti.</li><li>• Notizie di settore.</li></ul>
Manager marketing industria alimentare	Fare conoscere il brand X	Prospect e clienti attivi	<ul style="list-style-type: none"><li>• Presentazioni.</li><li>• Case study.</li><li>• Notizie di settore.</li><li>• Fare conoscere l'azienda.</li><li>• Insight sulla realtà aziendale.</li></ul>
Neo-laureato	Farsi assumere	Head hunter e potenziali datori di lavoro	<ul style="list-style-type: none"><li>• Certificazioni.</li><li>• Notizie di settore.</li><li>• Passione.</li></ul>

Tabella 4.1 – Content strategy a costo zero su LinkedIn.

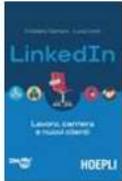
Da «Fai carriera con LinkedIn» di Ale Agostini (Hoepli)

# Suggerimenti di lettura



## Guida calcistica di LinkedIn

BONANOMI, Gianluigi  
Ledizioni - 2018  
Copie per prestito: 1    Disponibili: 1



## LinkedIn : lavoro, carriera e nuovi clienti

CARRIERO, Cristiano  
Hoepli - 2019  
Copie per prestito: 2    Disponibili: 1



## LinkedIn per aziende e professionisti

Napolitano, Antonella  
Apogeo - 2015  
Copie per prestito: 1    Disponibili: 1



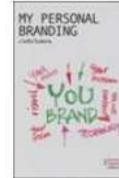
## Afferma il tuo brand con LinkedIn

MANISCALCO, Luca  
Flaccovio - 2019  
Copie per prestito: 1    Disponibili: 0    Rientro previsto: 26/01/2020



## Fai carriera con LinkedIn : il social professionale per relazioni e business

AGOSTINI, Ale  
Hoepli - 2016  
Copie per prestito: 1    Disponibili: 1



## My Personal Branding

SCATENA, Sofia  
Lupetti Fausto - 2014  
Copie per prestito: 1    Disponibili: 1



## Personal branding : promuovere se stessi online per creare nuove opportunita'

CENTENARO, Luigi  
Hoepli - 2013  
Copie per prestito: 1    Disponibili: 1



## Personal branding per l'azienda : valorizzare l'azienda posizionando le sue persone chiave

CENTENARO, Luigi  
Hoepli - 2019  
Copie per prestito: 1    Disponibili: 0    Rientro previsto: 17/01/2020



## Fai di te stesso un brand : personal branding e reputazione online

SCANDELLARI, Riccardo  
Flaccovio - 2014



## Farsi assumere in tempo di crisi : come sviluppare personal branding e relazioni online con i social media

PRUNESTI, Alessandro  
Angeli - 2013  
Copie per prestito: 2    Disponibili: 2

**DIECI  
BREVI  
LEZIONI**



**VIDEOCORSO  
GRATIS SU  
LINKEDIN**

**RICEVI TUTTO VIA MAIL**



**ISCRIVITI QUI:**

<http://bit.ly/videocorsolinkedin>

**Mail:** [info@gianluigibonanomi.com](mailto:info@gianluigibonanomi.com)

**Sito:** [www.gianluigibonanomi.com](http://www.gianluigibonanomi.com)

GIAN  
LUIGI  
BONA  
NOMI  
•  
COM