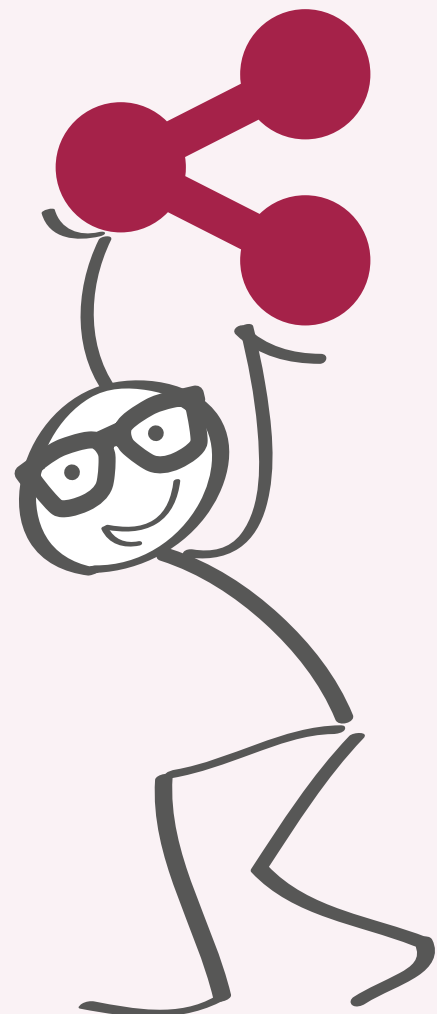


Avvocati e *LinkedIn*: un binomio che funziona

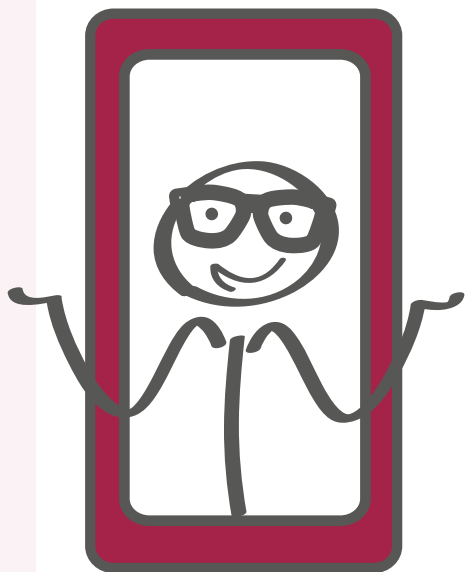
di mario alberto catarozzo*

Linkedin tra tutti i social network è sicuramente quello più professionale. Nato per mettere in contatto le persone che cercano lavoro o nuove opportunità di business, LinkedIn resta anche in Italia il social dedicato al business e per i professionisti dell'area legale è decisamente il più qualificato. Per poter sfruttare appieno le sue potenzialità è necessario però conoscerlo e saperlo utilizzare correttamente. Vediamolo quindi più da vicino e capiamo insieme come utilizzarlo in modo efficace.



IL PROFILO

Innanzitutto, a differenza di altri social come Facebook o G+, LinkedIn è strutturato concettualmente sul profilo della persona e non sulla distinzione tra pagine pubbliche e diario privato. In sostanza il profilo personal di LinkedIn equivale a un vero e proprio curriculum online da tenere aggiornato con le informazioni più rilevanti. È tuttavia possibile utilizzare LinkedIn non solo per il profilo del singolo professionista, ma anche per il profilo dello studio nel suo insieme. In questo



caso, il suggerimento è di predisporre un profilo, dove nella fotografia metteremo il logo dello studio, nell'anagrafica il nome dello studio e nella qualifica l'area di principale specializzazione. Dopodiché sarà utile che ciascun professionista dello studio abbia un proprio profilo personale strutturato come un curriculum vitae, dove emergano i tratti professionali peculiari. Nel caso di più professionisti dello stesso studio, sarebbe opportuno coordinare i profili personali, affinché abbiano una certa omogeneità e citino lo studio con lo stesso stile.

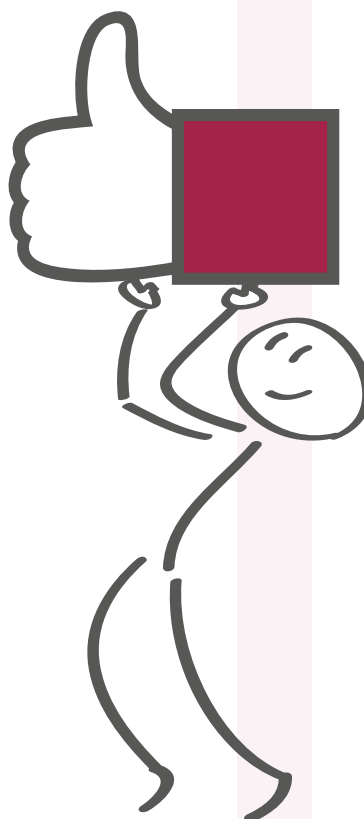
Capita spesso infatti di leggere in diversi profili di professionisti appartenenti allo stesso studio quest'ultimo citato in modo differente a partire dal "logo": "Studio legale associato...", "Avvocati associati...", "Associazione professionale..." etc. Ciò è sbagliato, perché la sensazione per chi legge è che vi sia una certa anarchia comunicativa e percezioni diverse già dall'interno.

LA FOTOGRAFIA

La prima cosa che un utente guarderà del vostro profilo sarà la fotografia, inutile negarlo. E pertanto deve esserci assolutamente: i profili senza fotografia sono penalizzati sia nel ranking di LinkedIn, perché risulterà incompleto, sia nella probabilità che venga letto dagli utenti. Ok la fotografia, ma quale? Qui si apre uno scenario variegato: si possono ammirare fotografie professionali a mezzo busto

o in primo piano, sorridenti, di qualità, dove si vede che ci si è dedicati nel farla fare e nel selezionare la foto, consci della sua importanza; si passa poi a fotografie "riciclate", frutto del ritaglio da una foto più ampia, ad esempio con la manina sulla spalla di qualcuno che si intravede, o con lo sfondo del mare, della montagna o del lago, che rimanda a qualche meta estiva. Scendendo in questa classifica del gusto e dell'opportunità, passiamo poi a fotografie fatte da sé, stile selfie, che deformano visi e propongono angoli di inquadratura quantomeno improbabili, fino a fotografie decisamente inopportune. Si apre qui una galleria che trova il limite solo nella fantasia umana: fotografie con il casco della moto ancora in testa, con la tuta da sci, con la divisa del calcio, stile Playboy, con gli occhiali da sole e chi più ne ha più ne metta...

Ricordiamolo: la fotografia è fondamentale, ci deve essere e deve essere adeguata al contesto, quindi con taglio professionale, sorridente e di buona qualità. Professionale non vuol dire per forza in giacca a cravatta o tailleur, vuol dire opportuna ed efficace per trasmettere il messaggio e lo stile che volete passi in chi vi guarda e magari non vi conosce



ancora. Mi raccomando, infine, sorridete! Ho ancora in mente fotografie di persone che sembrano arrabbiate col mondo oppure depresse. Niente foto lontane dietro la scrivania, piccoli piccoli, magari in penombra. Nel fare la fotografia ricordatevi inoltre di non mettervi piatti di fronte alla fotocamera, ma leggermente in diagonale, con una spalla un pochino più avanti verso la fotocamera, in modo da trasmettere un senso di tridimensionalità. Attenzione quindi al dress code, alle luci e all'angolo di ripresa. Un cellulare può andare benissimo per scattare foto di qualità, basta che l'ambiente sia correttamente illuminato e lo sfondo sia adeguato. Nel dubbio, meglio uno sfondo monocolore di una parete se non avete una libreria o un contesto che si presti.

LA QUALIFICA

Dopo la fotografia e il nome è il momento della qualifica: cosa fate di professione? Di che vi occupate? In che veste vi state proponendo? Per un legale l'ideale è far comparire sotto il nome la qualifica attuale chiara e diretta: "Avvocato", "Partner studio legale", "Senior associate studio legale"... andranno benissimo. Da evitare, invece, qualifiche generiche e poco chiare: "Servizi legali", "laureato in legge", "professionista settore legale". Per chi legge queste diciture non sono indicative, sono troppo generiche e fonte di equivoco. Siate diretti, concisi, mirati.

EXECUTIVE SUMMARY

Il primo testo che compare nel profilo LinkedIn è un testo descrittivo che serve a riassumere in poche righe di cosa ci occupiamo oggi e come possiamo essere utili ai nostri potenziali clienti.

Questa parte, così come accade in un curriculum ben fatto, serve a chi legge per andare subito al sodo e capire se ne vale la pena dedicare tempo al profilo che ha sotto mano. In questa sintesi vi consiglio di partire dall'oggi: chi sono oggi, di cosa mi occupo, come posso esserti utile. Niente orpelli, niente fronzoli, niente sbrodolate: qui dovete subito centrare il bersaglio e far risparmiare tempo al lettore rispondendo alla domanda che ha in mente e cioè "cosa fai oggi?", "mi puoi essere utile?".

TITOLI DI STUDIO E QUALIFICHE

È questa la parte più tradizionale che siamo abituati a compilare nel curriculum vitae. Mettete ovviamente solo le qualifiche più rilevanti, corsi di specializzazione e master, evitando le scuole medie e superiori, oppure corsi di yoga e simili (a meno che non vi proponiate come avvocato yogi, che potrebbe essere un'idea!). Partite a ritroso, cioè dalla qualifica più recente e da quella più qualificante per il vostro standing attuale, perché saranno le prime a comparire in ordine.

ESPERIENZE

Anche qui, come per i titoli di studio, troveremo l'elencazione delle esperienze lavorative pregresse, quindi per un legale gli studi professionali dove ha prestato la propria attività e, laddove presenti, società dove ha svolto anni come legale d'impresa. Partite dal più recente a scalare.

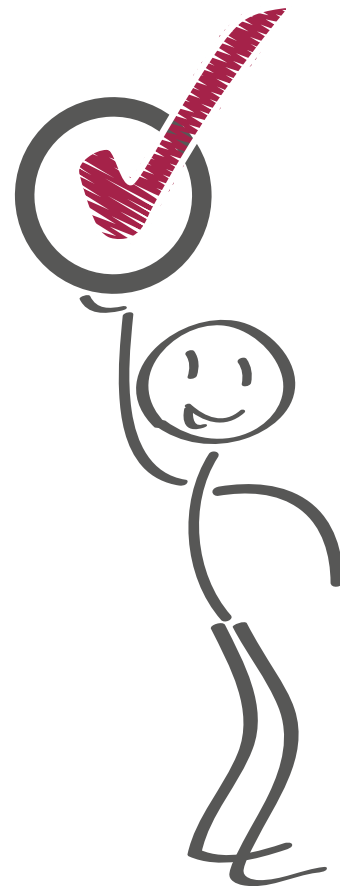
SKILLS ED ENDORSEMENTS

Qui potete fare poco voi, perché saranno gli altri a confermare vostre capacità e competenze che LinkedIn propone ai vostri contatti sulla base di quanto avete inserito voi come background e studi. Questa in realtà è un'area di poco interesse, perché tutti sanno che viene compilata dai contatti in modo veloce e disattento.

RECOMANDATIONS

Qui cambia la musica. Questa è una sezione davvero importante. Stiamo entrando nel meccanismo del passaparola o del Trip Advisor dei professionisti, cioè in una sezione dove altri ci raccomandano indicandoci per le nostre qualità umane e professionali. Nel fare ciò ci mettono la faccia, perché le raccomandazioni possono essere fatte solo da altri utenti di LinkedIn e pertanto figura accanto al testo della raccomandazione la faccia di chi la propone. In un'epoca in cui tutti siamo abituati a leggere i commenti di chi ha utilizzato quel servizio prima di noi, di chi è stato in quel resort dove vogliamo andare o ha acquistato quel bene, capirete come è importante avere delle buone raccomandazioni. Importante quindi è averle, ma soprattutto averle di qualità per il contenuto e per lo standing dell'autore. Questa sarà una delle aree

maggiormente visitate dai lettori del vostro profilo. Nella prossima puntata vedremo insieme come utilizzare in modo efficace il profilo LinkedIn e questo social dalle enormi potenzialità.



*Formatore e Coach specializzato sul target professionisti dell'area legale
[@MarAlbCat](https://twitter.com/MarAlbCat)