

  
**BVC EVENTI DIGITAL**


**29 APRILE 2022**

# Il personal branding su LinkedIn

- 15:30 Saluti istituzionali  
GAETANO MARANGONI - Presidente Banca del Veneto Centrale  
MARIANO BONATTO - Direttore Generale Banca del Veneto Centrale
- 15:40 Interventi  
OSVALDO DANZI - Social recruiter / HR manager / giornalista  
TedX Speaker
- 17:15 Quesiti
- 17:30 Conclusione

**EVENTO GRATUITO**

Previa iscrizione online sul sito [bancavenetocentrale.it](http://bancavenetocentrale.it)



**ISCRIVITI ORA**



*Chi sono e da dove vengo*

---

# Oswaldo Danzi

---

Recruiter, [www.scrconsulenza.it](http://www.scrconsulenza.it)

Giornalista,

Community Manager



*Chi sono e da dove vengo*

---

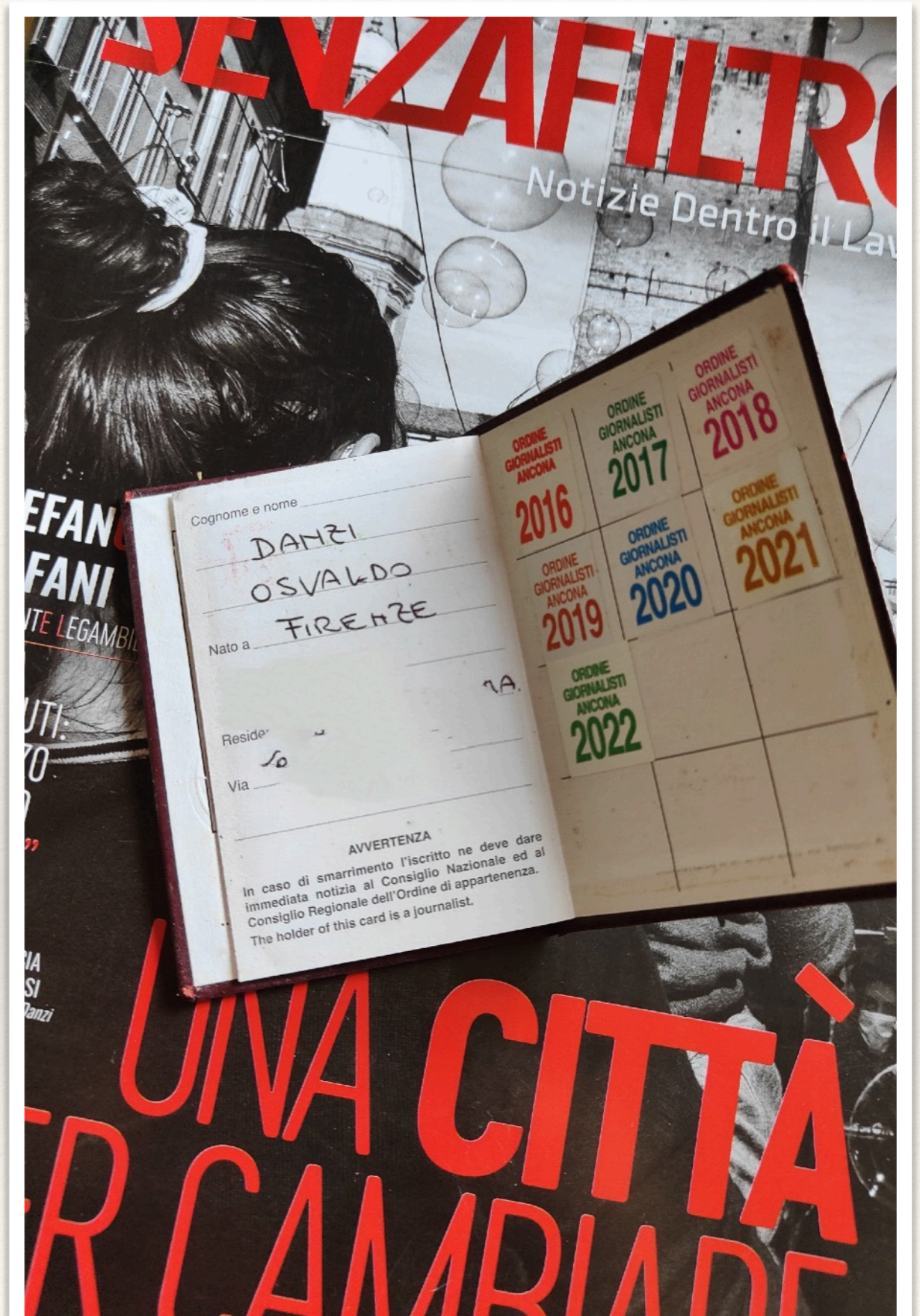
# Oswaldo Danzi

---

Recruiter,

Giornalista: [www.informazioneenzafiltro.it](http://www.informazioneenzafiltro.it)

Community Manager



*Chi sono e da dove vengo*

---

# Oswaldo Danzi

---

Recruiter,  
Giornalista,  
Community Manager: [www.fiordirisorse.eu](http://www.fiordirisorse.eu)





Prima domanda:  
Vi sentite digitali?

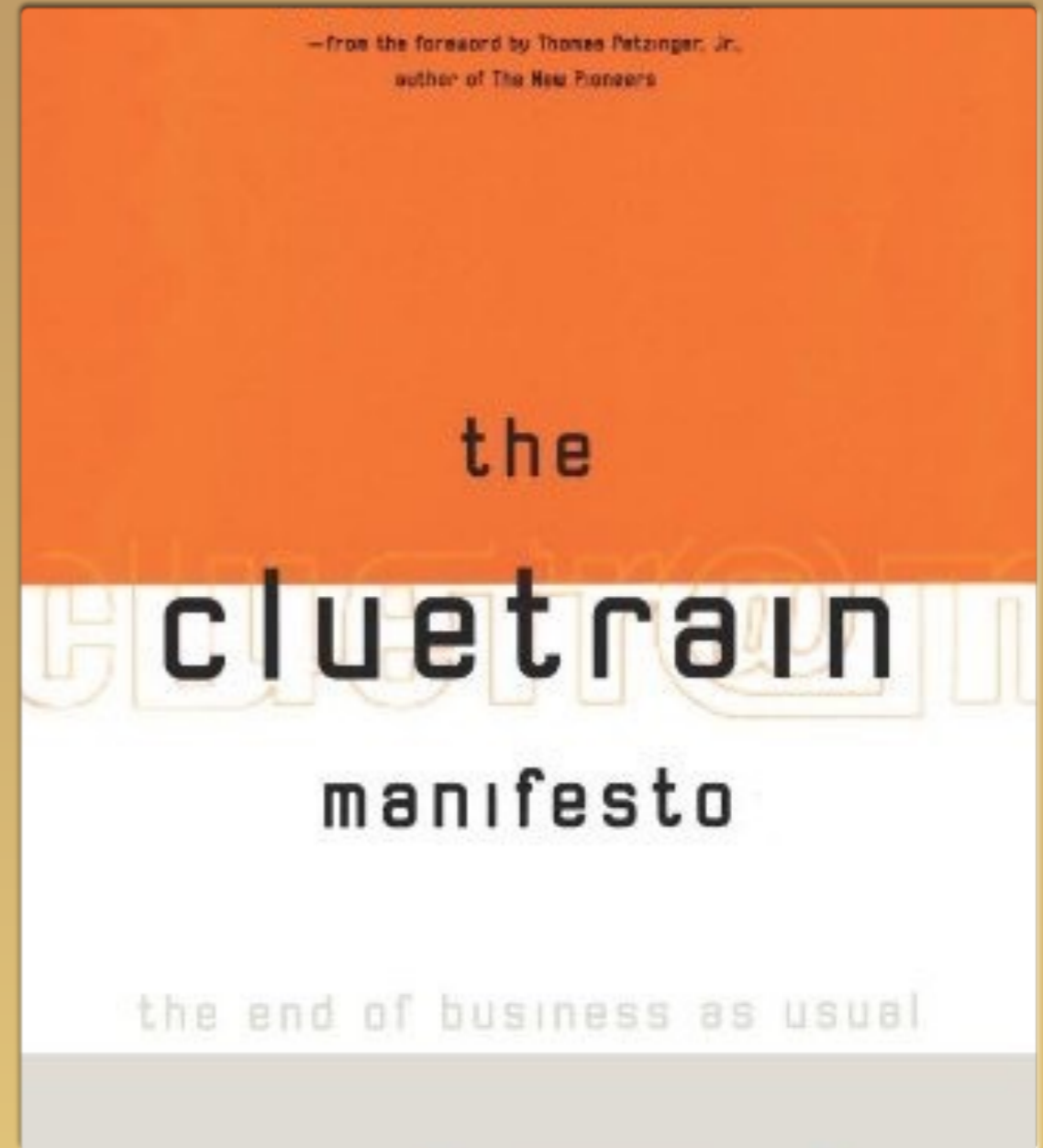


Seconda domanda:  
Chi ha inventato la  
Comunicazione digitale?

# CLUE TRAIN MANIFESTO

Rick Levine, Christopher Locke, David "Doc" Searls, David Weinberger

- \* I mercati sono conversazioni
- \* Internet permette delle conversazioni tra esseri umani che erano semplicemente impossibili nell'era dei mass media.
- \* Queste conversazioni in rete stanno facendo nascere nuove forme di organizzazione sociale e un nuovo scambio della conoscenza.
- \* Il risultato è che i mercati stanno diventando più intelligenti, più informati, più organizzati. Partecipare a un mercato in rete cambia profondamente le persone.
- \* Non ci sono segreti. Il mercato online conosce i prodotti meglio delle aziende che li fanno. E se una cosa è buona o cattiva, comunque lo dicono a tutti.



---

# Personal Branding è..

---





Proviamo a dare una definizione?

Dai, provaci tu...

*Personal Branding è...*

---

# Differenziare

---

Essere “differenti” da tutti gli altri candidati è ciò che ti permette di *vincere una selezione*.

Naturalmente, se hai le competenze e se il tuo profilo corrisponde a ciò che l'azienda cerca.

“Your personal **brand**  
is what **differentiates**  
you from others.”

*Personal Branding è...*

---

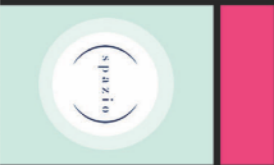
**Differenziare**

---

Cosa non torna in questo “annuncio”?



PROGETTAZIONE DI NEGOTI/CONVEGNI/SHOP  
IN SHOWSTAND/OUTLET CHE INCLUDE:  
- VALUTAZIONI SUI SITE LOCATIONS,  
- ELABORAZIONI DEI LAYOUT DISTRIBUZIONI,  
- ELABORAZIONE DI NUOVI ELEMENTI  
D'ARREDO DEL CONCEPIT



STORE DESIGNER  
STUDIO LEONARDO PROJECT  
PROGETTAZIONE LAYOUT/  
SPONSORING/ARREDO LAVORO  
METEORICI  
PROGETTAZIONE  
LAYOUT/SPONSORING/ARREDO  
MARCHI/FIAT/ALFA ROMEO  
PROGETTAZIONE/ARREDO LAVORO  
ARREDO/NEBEN/ARREDO IN VITAE  
2008/2010

MELTIN'POT



ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

MISS  
SIXTY

STORE DESIGNER  
SMY7 SPA  
PROGETTAZIONE E REALIZZAZIONE  
LAYOUT DI NEGOZI/CONVEGNI/SHOP  
SPONSORING/ARREDO LAVORO  
ARREDO/NEBEN/ARREDO  
IN VITAE  
2010/2013

Killah

ENERGIE

COORDINAZIONE CON L'URCO MARKETING E  
VISUAL MERCHANTISING  
- ELABORAZIONE GRAFICA DEL PROGETTO  
PROMANAGER E DEFINIZIONE  
- CONTATTI CON I ROYALTY LOCAL ARCHITECT  
E LOCAL CONTRACTOR  
- SUPERVISIONE DI CANTIERE CON VISITE  
ON SITE

LEONARDO  
PROJECT  
PESCARA  
  
WHITE  
EVOLUTION  
MILANO

L'ARTEFICIO  
ICS STUDIO  
PESCARA

COLLABORAZIONE  
SCENOGRAFIE E ARREDI  
ABITAZIONI PRIVATE  
GRAFICA E MATERIALE  
PUBBLICITARIO  
PARTECIPAZIONE  
CONCORSI DI  
ARCHITETTURA E DESIGN

BOTTEGA DELLE  
ARCHITETTURE  
PESCARA

ESPERIENZE  
LAVORATIVE

LAUREA  
IN  
ARCHITETTURA

UNIVERSITA'  
G.D'ANNUNZIO  
CHIETI

ISTRUZIONE  
E FORMAZIONE

SULMONA (AQ)

CURRICULUM  
VITAE

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

ASPETTAA  
CESTINARMI...  
TIRA I DADI E  
VA AVANTI

**LUCENTE MASSIMILIANO**  
STORE DESIGNER  
CURRICULUM VITAE

VIA B. CROCE 178 PESCARA  
LUCENTEMASSIMO@GMAIL.COM  
333 2051993

TUTTI I MARCHI RIPORTATI APPARTENGONO ALLETTIME  
PROPRIETARI, MARCHI DI TERZI, NOMI DI PRODOTTI, NOMI  
COMMERCIALI, NOMI, CORRISPONDENTI E SOCIETA', FINALI  
POSSONO ESSERE MARCHI REGISTRATI DA ALTRE SOCIETA'  
TITOLARI O MARCHI ESPRUCANO ED A BENEFICIO DEL POS-  
SISORE, SENZA ALCUNA FINE DI VOLONTA' VIGENZI  
A PIU' SCOPPI SENZA ALCUNA FINE DI VOLONTA' VIGENZI  
COPYRIGHT VIGENZI

PADRONANZA DEGLI STRUMENTI INERENTI  
ARCHITETTURA E GRAFICA, DAL DISEGNO  
BIM/VERSIONALE AL RENDERING, AUTOCAD,  
3D E 3D, PHOTOSHOP, ILLUSTRATOR,  
ARTANTS R, REAL VIEW, PHOTOBAR,  
PACCHETTO MICROSOFT OFFICE IN GENERE



SKILLS

EN  
FR

BUONE COMPETENZE  
COMUNICATIVE ACQUISITE  
SA LAVORANDO IN  
GRUPPO CHE IN  
MOLTE SITUAZIONI IN  
CUI E' INDISPENSABILE LA  
COLLABORAZIONE TRA  
FIGURE DIVERSE.

CARATTERE APERTO,  
ATTILUDINE A LAVORARE  
IN TEAM ED A INTERAGIRE  
CON INTERLOCUTORI  
DIVERSI, CAPACITA'  
NEGOTIALE, DINAMISMO,  
ATTILUDINE AL PROBLEM  
SOLVING E SENSO  
PRATICO, FLESSIBILITA' E  
ADATTAMENTO.

in  
LUCENTE MASSIMILIANO  
LUCENTEMASSIMO@GMAIL.COM

AUTORIZZO IL  
TRATTAMENTO DEI  
MIEI DATI  
PERSONALI AI SENSI DEL  
DECRETO LEGISLATIVO 30  
GIUGNO 2003, N. 196  
"CODICE IN MATERIA DI  
PROTEZIONE DEI DATI  
PERSONALI".

VIA B. CROCE 178, PESCARA  
333 2051993

CURRICULUM  
VITAE

*Personal Branding è...*

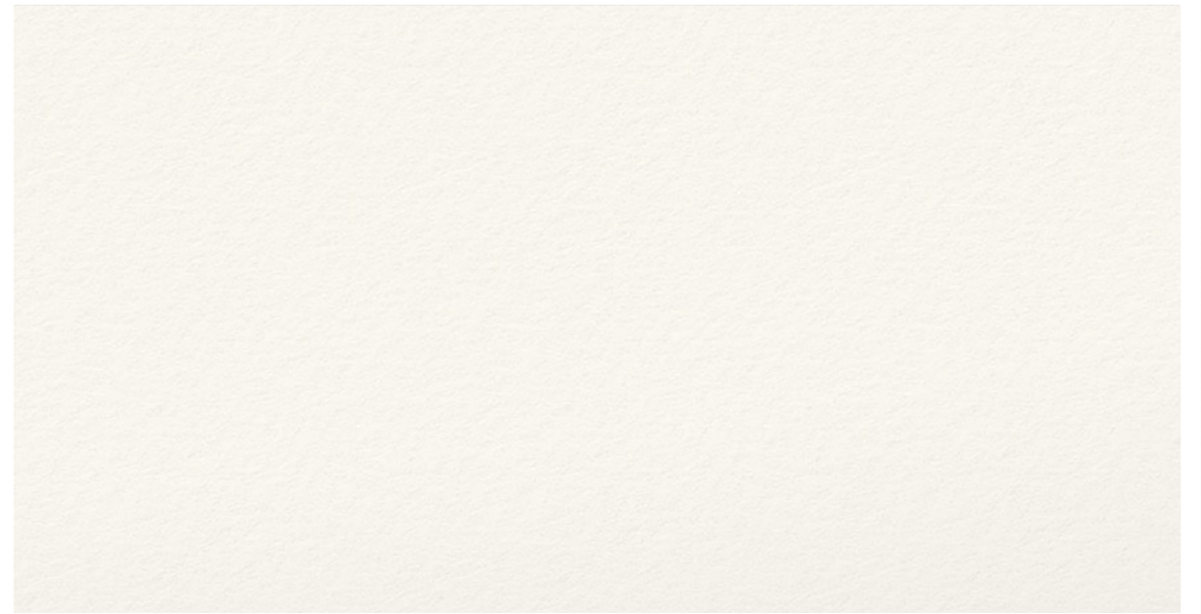
---

# Reputazione

---

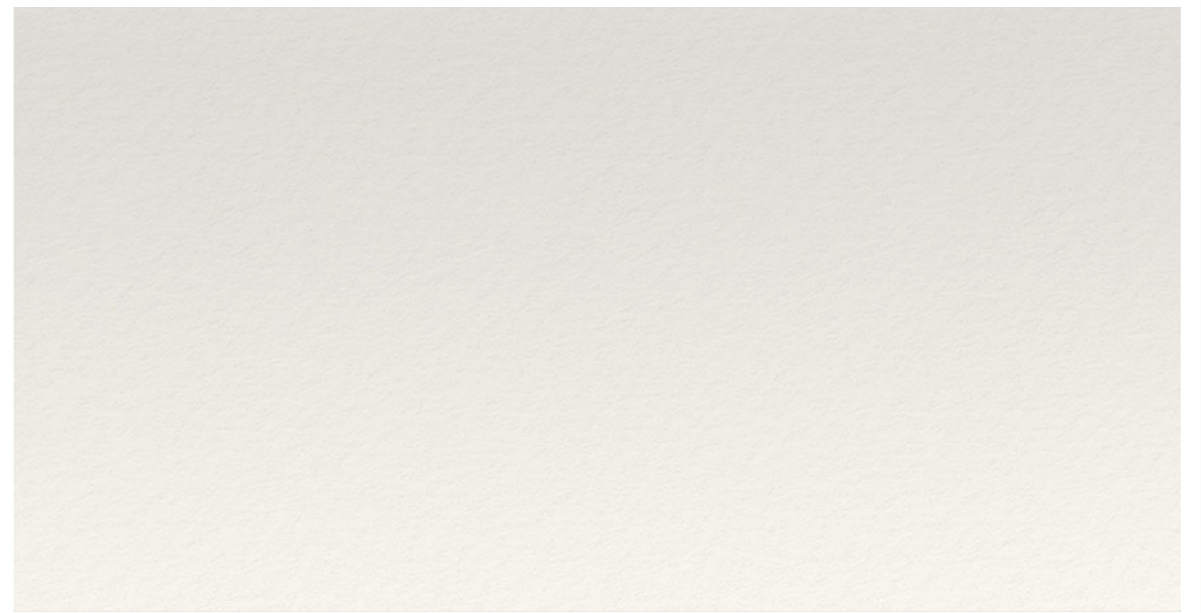
Abbiamo agito, operato, comunicato in maniera tale da essere un punto di riferimento per gli altri o quantomeno esser riconosciuti come Persone che si presentano / comportano in maniera equilibrata.

Avere la certezza che di noi si parli bene e che non ci siano “scheletri nell’armadio”.



**Personal brand is what people say about you when you leave the room.**

- Jeff Bezos, Founder, Amazon.com



# FARE Personal Branding

*Ricapitolando:*

*significa Impostare una strategia per Individuare o definire i tuoi punti di forza e comunicare in maniera efficace cosa sai fare, come lo sai fare e perché gli altri dovrebbero sceglierti*



# Perché parliamo di Brand?

## Mica sono una scatola di piselli!



# Perché LinkedIn?



PER IL PERSONAL  
BRANDING

- 11 milioni di utenti LinkedIn in Italia ;
- Il 50% del traffico B2B sui social media arriva da LinkedIn
- L'80% dei leads B2B creati sui social media deriva da LinkedIn
- Ogni giorno su LinkedIn vengono pubblicati 2 milioni di contenuti (post, articoli, video)
- LinkedIn è il più grande social network mondiale con oltre 2 milioni di Top Managers tra i suoi iscritti
- Il 45% degli utenti LinkedIn appartiene al top management delle proprie aziende
- Oltre 60 milioni di utenti LinkedIn sono considerati senior-level influencers e 40 milioni sono in posizioni decisionali
- Il 91% degli Executives giudica LinkedIn la prima scelta per la ricerca di contenuti rilevanti per il proprio business
- Il 27% degli iscritti ha tra 500 e 900 connessioni



# Adecco

## Work Trends Study

# 2021

Social Recruiting e nuove tendenze  
del mondo del lavoro



# GLI INTERVISTATI

L'indagine ha coinvolto 7.633 candidati e 126 recruiter.

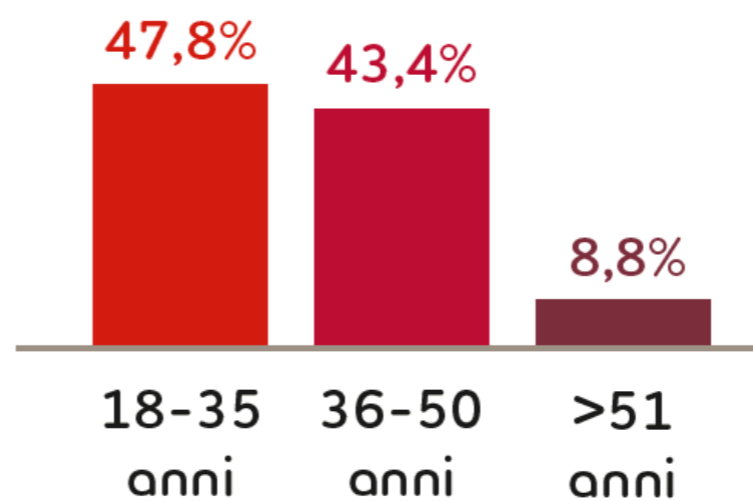


## CANDIDATI

### Genere



### Età



Il 53% degli intervistati non è occupato

### Residenza



Nord  
52,13%



Centro  
27,15%



Sud e Isole  
20,72%



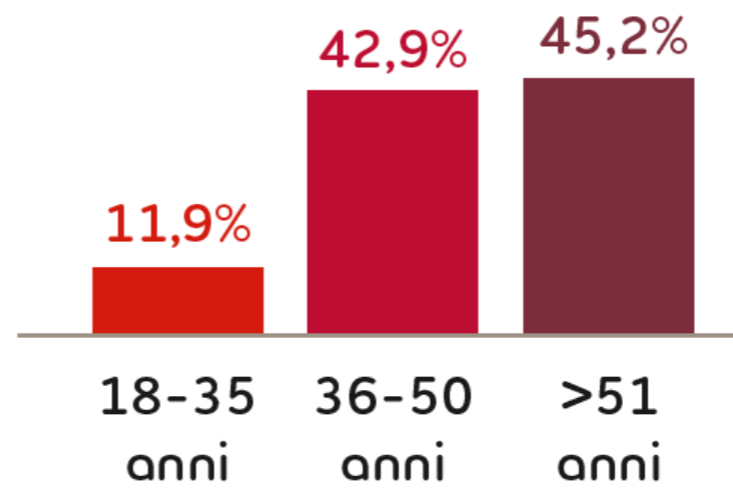


# RECRUITER

## Genere



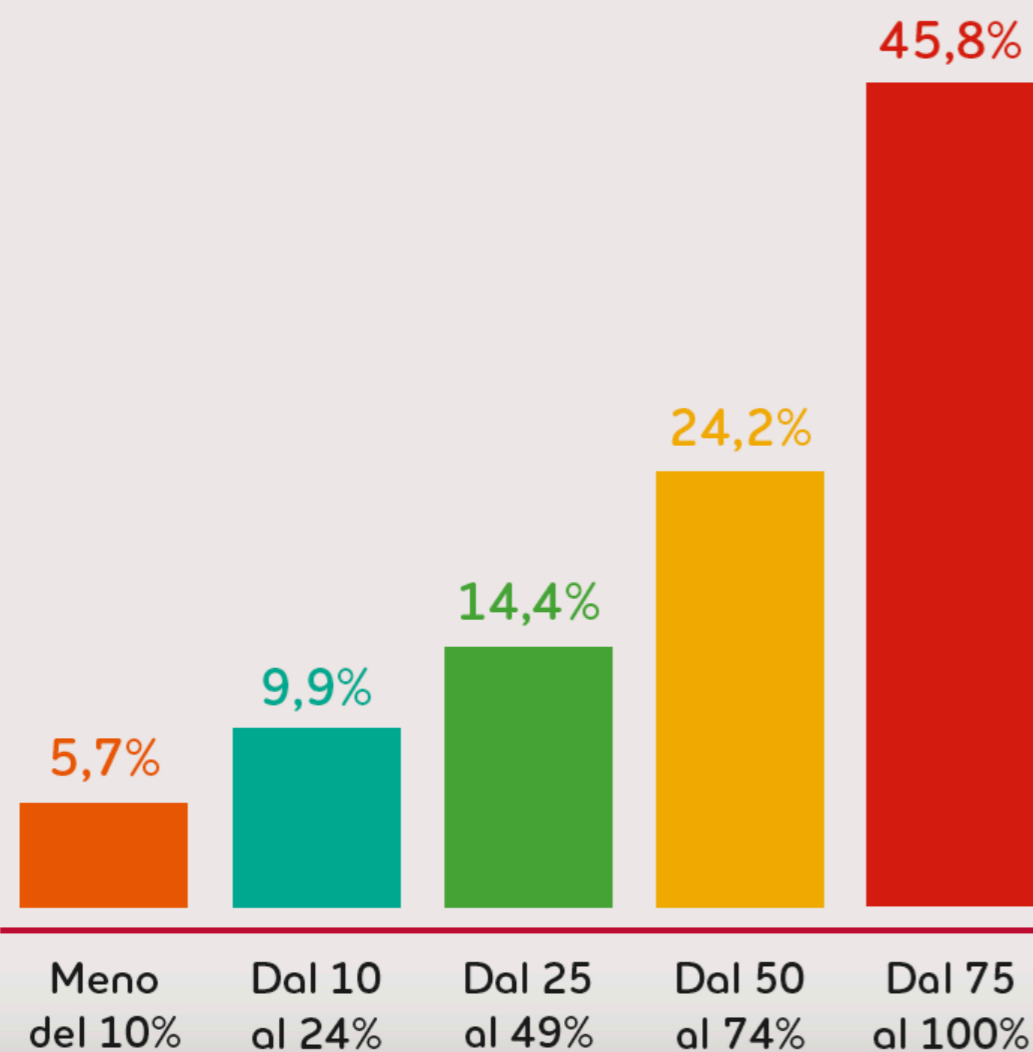
## Età



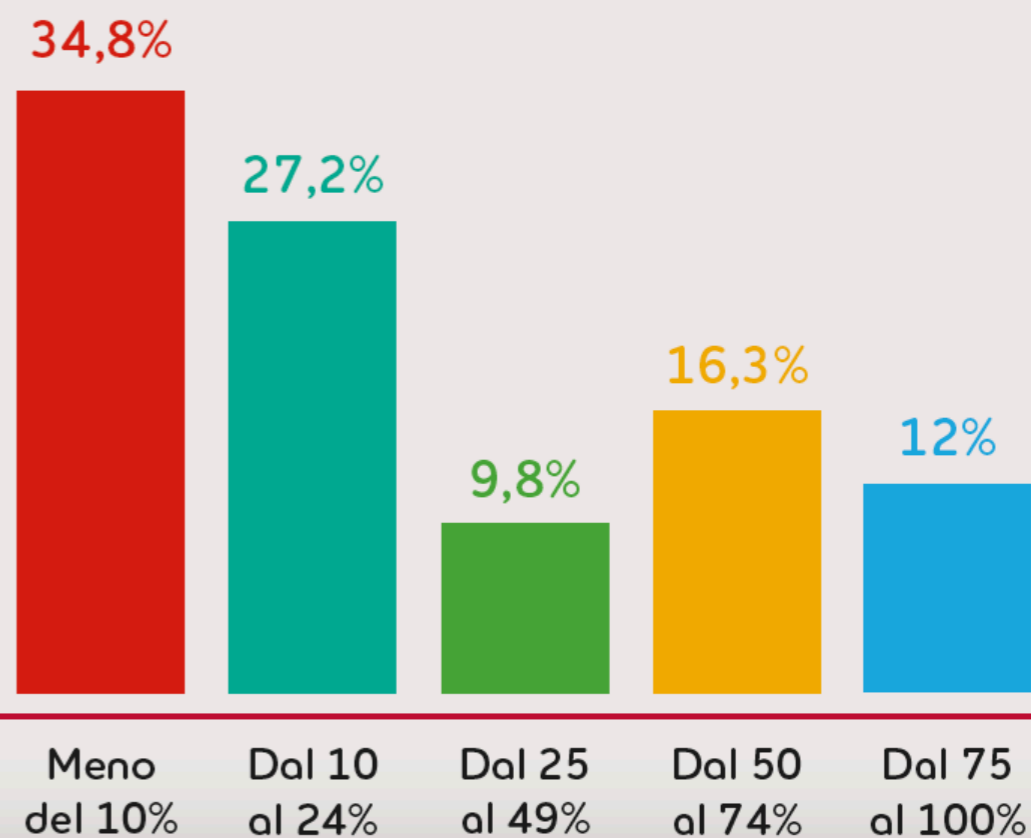
# IL SOCIAL RECRUITING



Tempo di utilizzo dei canali digitali  
nella ricerca di lavoro



Tempo di utilizzo dei canali digitali  
nella selezione dei candidati



## Canali digitali più utilizzati



Candidati

87,6%

70,8%

60,3%



Bacheche di annunci

Siti web aziendali

Social Media (Facebook, Instagram, LinkedIn...)



Recruiter

47,2%

41,6%

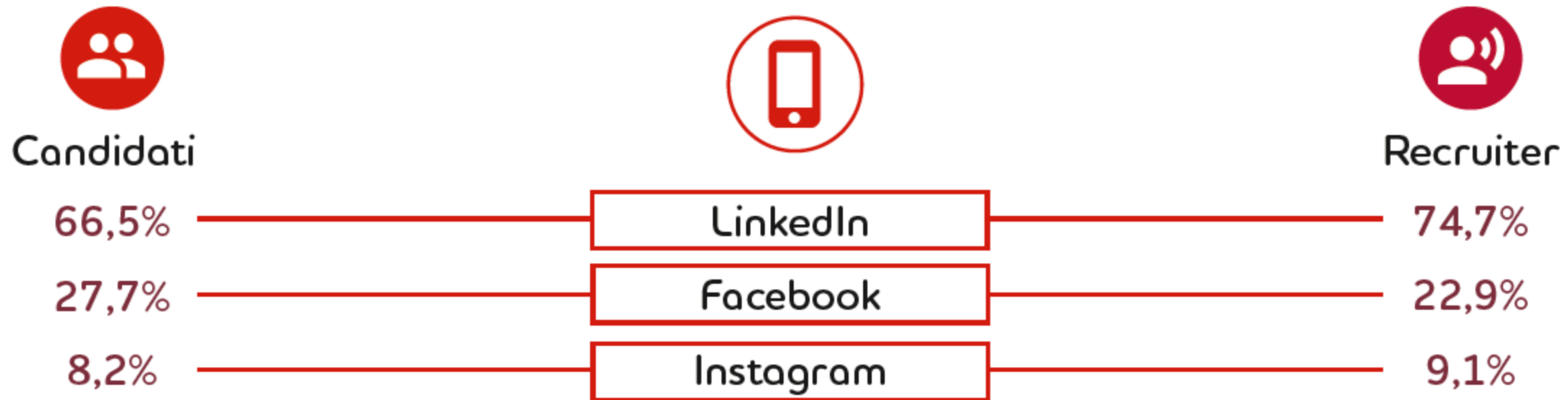
43,8%



Le bacheche di annunci (Job Board) sono i canali digitali più utilizzati sia dai candidati (87,6%) sia dai recruiter (47,2%).

I recruiter ritengono che l'efficacia dei Social Media (58,6%) sia vicina a quella delle Job Board (62,2%), mentre quella dei siti web (34,1%) è considerata di molto inferiore.

# Percentuale di utilizzo dei Social Media a scopo professionale



Il 30% dei candidati usa i Social Media come **canale per candidarsi alle offerte lavorative** e il 19% ha ricevuto un'offerta tramite i social.









La variabile che più differenzia gli intervistati che utilizzano in misura rilevante i Social Media per la ricerca di lavoro è il **titolo di studio**: si passa dal 46% di chi ha una qualifica professionale, al 53% di chi possiede un diploma di scuola secondaria, fino all'81% di chi ha un master.



Si rafforza l'utilizzo di LinkedIn come Social Media professionale.



## Aspetti rilevanti nella valutazione di un candidato sui Social Media

- 1° →  Esperienza professionale
- 2° →  Tratti di personalità che emergono dal profilo
- 3° →  Contenuti postati
- 4° →  Referenze o commenti postati da altri
- 5° →  Hobby e interessi personali
- 6° →  Premi e riconoscimenti professionali
- 7° →  Informazioni personali (es. età, stato civile...)
- 8° →  Fotografie / Numero di contatti

I recruiter che dichiarano di essere stati influenzati negativamente dalla Digital Reputation di un candidato sono il 30,8%. Il motivo prevalente è la **pubblicazione di informazioni che contraddicono quelle riportate nel CV.**

A questo proposito, più della metà dei candidati ritiene che le informazioni pubblicate attraverso i Social Media non permettano a sconosciuti di farsi un'idea corretta su di loro.

# Qualche caso NINA



Learn More about Me



[Connect With Me on Twitter](#)

@ninamufleh



[Find me on LinkedIn](#)

To see what else I've worked on



[Read My Blog](#)

Just for fun

## Hey, I'm Nina!

San Francisco, California.

Member since March 2013, Host since July 2014.

I want to work at Airbnb. I realize thousands of other very talented people do as well, so to show the kind of value I'd bring to the team, I've decided to be proactive and have analyzed the global tourism market to give you my two cents on where Airbnb should focus next.

Please scroll through the report, and get in touch when you're done!



*Famòlo Strano*

# Qualche caso **DAMIANO TESCARO**



---

# LinkedIn non è Facebook

---

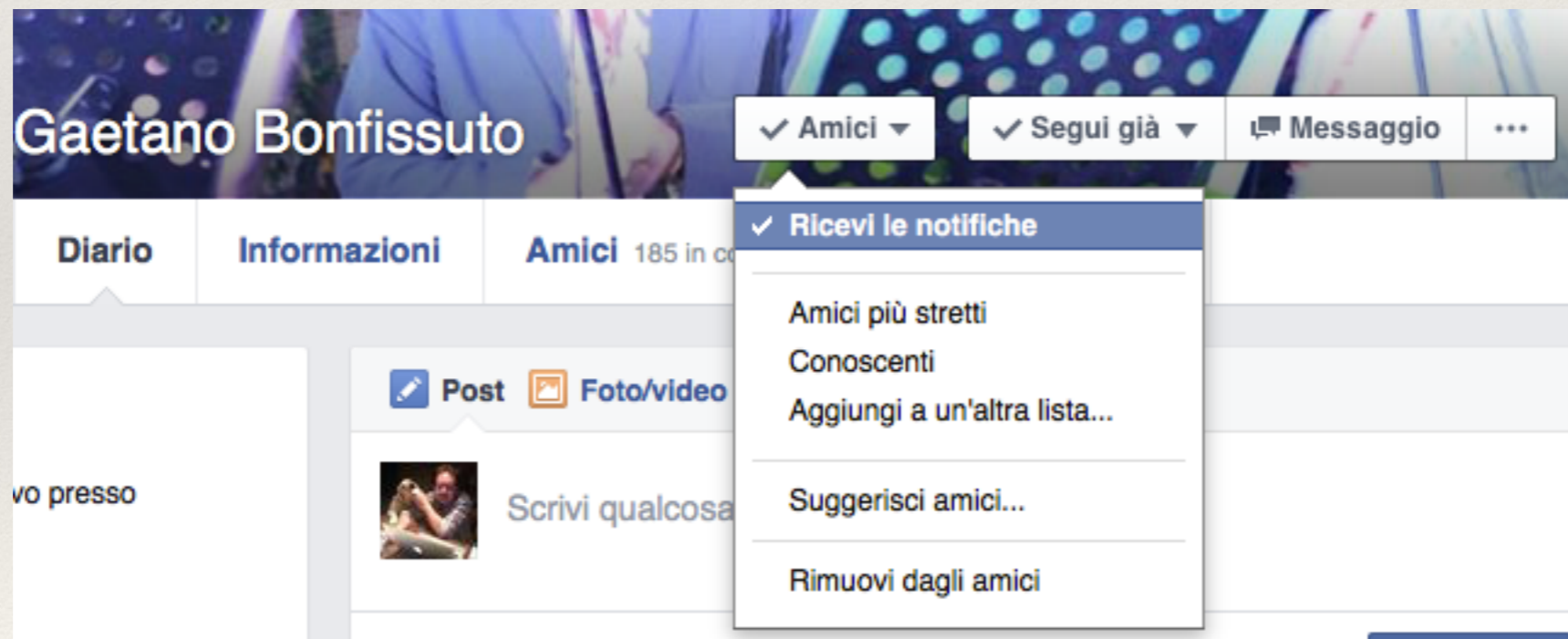


**Please keep professional**

Facebook è uno strumento di lavoro (se sai come usarlo)

# Metti in vetrina ciò che ti interessa vendere

## 1. dividi i “clienti” dagli “amici”

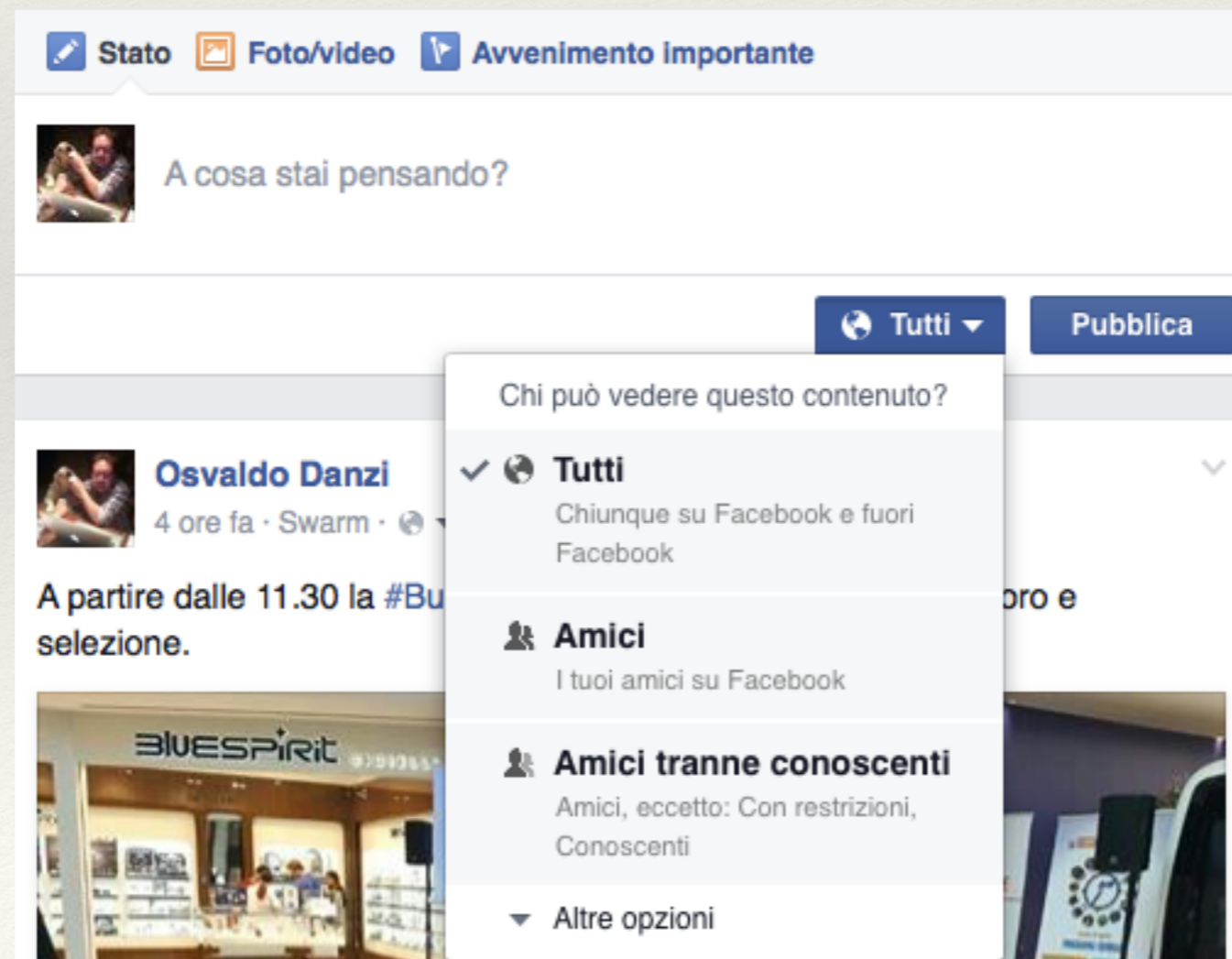


---

# Metti in vetrina ciò che ti interessa vendere

---

## 2. targettizza la tua comunicazione



---

# Intelligenza Sociale

---

Volevo cercarmi  
un lavoro ma poi ho  
pensato che...

Se ci tiene davvero,  
mi cerca prima lui.

-Cit.

# Questo vale anche per i social

Sul web tu non sei tu, sei quello che dice Google!  
Sul web tu non sei tu, sei quello che dice Google!  
Sul web tu non sei tu, sei quello che dice Google!  
Sul web tu non sei tu, sei quello che dice Google!  
Sul web tu non sei tu, sei quello che dice Google!  
Sul web tu non sei tu, sei quello che dice Google!  
Sul web tu non sei tu, sei quello che dice Google!  
Sul web tu non sei tu, sei quello che dice Google!  
Sul web tu non sei tu, sei quello che dice Google!  
Sul web tu non sei tu, sei quello che dice Google!  
Sul web tu non sei tu, sei quello che dice Google!



# ... e a volte anche le Aziende!

 **Justine Sacco**  
@JustineSacco  

Going to Africa. Hope I don't get AIDS. Just kidding. I'm white!

 Reply  Retweet  Favorite  More

**2,678** RETWEETS **1,206** FAVORITES 

10:19 AM - 20 Dec 13  from Hillingdon, London

 **Cella**   
@Cella\_

Ew I start this fuck ass job tomorrow       

2/6/15, 11:43 PM

 **Robert waple**  
@Robertwaple 

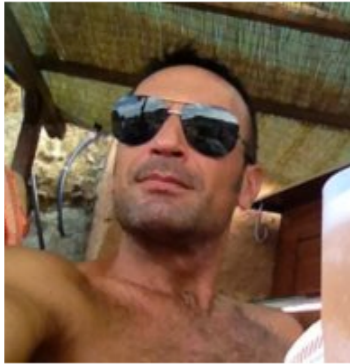
@Cella\_ And....no you don't start that FA job today! I just fired you! Good luck with your no money, no job life!

2/7/15, 9:53 AM

 **Cella**  @Cella\_ · Feb 7  
I got fired over Twitter   

  454  444 





## Marco Agostini

2nd

Consulente del lavoro

Grosseto Area, Italy | Human Resources

Current Libero professionista

Education Università degli Studi di Siena

Accept Invitation

Send InMail

13  
connections



## Giorgio Falsaperna

2nd

Management Consulting Consultant and Contractor

Modena Area, Italy | Management Consulting

Current linkPRO, Bonfiglioli Consulting

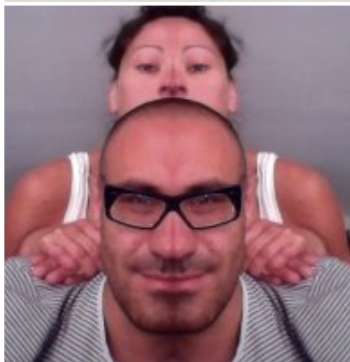
Previous Marelli Motori, Marchon Eyewear, OMET Srl

Education Università Politecnica delle Marche

Connect

Send Giorgio InMail

175  
connections



## Alessandro Truffellini

1st

Responsabile Amministrativo presso Mentucci SRL

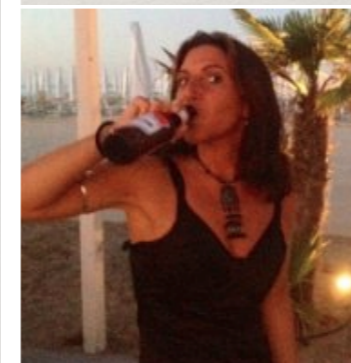
Ancona Area, Italy | Construction

Current Mentucci Aldo SRL

Previous Petroli Marche Srl, Me.Ga Costruzioni, Latini Luigi e figli

Send a message

141  
connections



## Alessandra Diaz

2nd

Coordinatore di Servizi (area Risorse Umane) presso

Ancora servizi Soc.coop.soc.

Ravenna, Italia | Risorse umane

Precedente Ricci Casa Spa, S&A CHANGE

Formazione Stogea - Executive Master in Direzione delle Risorse Umane

500+  
collegamenti



## Gianfranco Sciannandrone

2nd

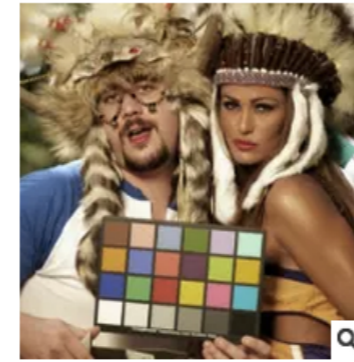
Negozi specializzati Mondovino srl  
Foggia Area, Italy | Food & Beverages

Current Mondovino srl manfredonia  
Previous Partesa Sud Adriatico Srl ( HEINEKEN ITALIA )  
Education Istituto tecnico Benedetto croce

Accept Invitation

Send InMail

179  
connections



## Filippo Cavalazzi

2°

- zetagonzalez -  
Milano, Italia | Accessori e moda

Attuale Zumstudio - High End Digital Retouch  
Precedente The Fiftyseven, Studio 57 Photography  
Formazione Accademia di brera

165  
collegamenti

Collegati

Invia a Filippo un messaggio InMail

it.linkedin.com/pub/filippo-cavalazzi/39/44b/7

Informazioni di contatto



## Giorgia Poli

2nd

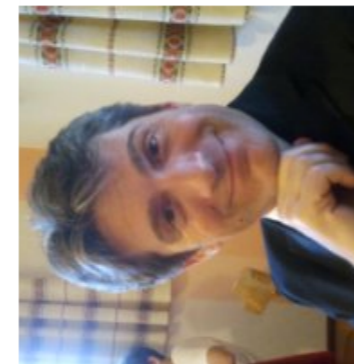
Liquidatore/call center presso Unisalute  
Bologna Area, Italy | Insurance

Current Unisalute  
Education istituto tecnico professionale E.Sirani

Accept Invitation

Send Giorgia InMail

217  
connections



## Guido Panni

2nd

Vice Presidente presso Consulta Professioni Regione Lombardia

Lodi Area, Italy | Renewables & Environment

Current Consulta Professioni Regione Lombardia, Collegio Periti Industriali delle Province di Milano e Lodi, BTEF Srl  
Previous ADS Solutions srl - a Service Partner of SonyDADC  
Education Perito Industriale

388  
connections

Accept Invitation

Send InMail

---

# Ricapitolando:

---

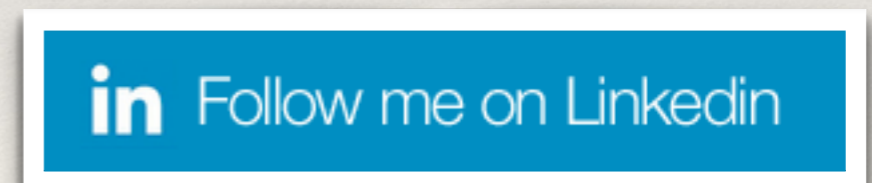
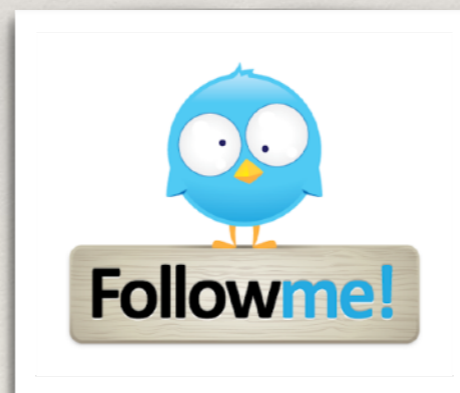
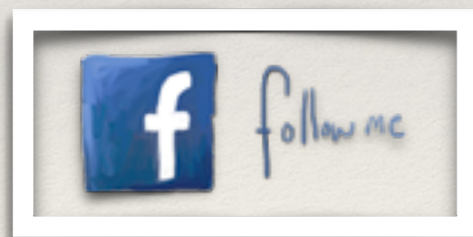
- Non postare foto inopportune
- La tua storia non è un'inserzione
- Attenzione a cosa pubblichi: si scrive in un attimo, non si cancella più.
- Prima si "dà", poi si "riceve"
- Informati (su cosa succede), Leggi (il tuo settore), Partecipa (alle discussioni)
- Sii onesto e sincero. Fai in modo che nessuno possa mai smentirti pubblicamente
- Non essere invadente, non condividere all'eccesso
- Seleziona accuratamente i canali su cui pubblicare. Organizza il tuo pubblico.

# Qualche libro che vale la pena leggere



Oswaldo Danzi

osvaldo.d@fiordirisorse.eu



@fiordirisorse