

LinkedIn per il Personal Branding

Jawad Khan



Sommario

Link Profilo:

www.linkedin.com/in/jawad-provat-khan

3

Obiettivi, Target & Mercato

4-9

Posts

10-14

Analisi & Ottimizzazione (SSI)

Obiettivi, Target & Mercato



Obiettivi & Target

Costruire un network di professionisti junior e senior.

- **Inspirare ed aiutare i junior** del settore del Digital Marketing e studenti di Start2impact.
- Costruire un **rapporto di fiducia con i senior** attraverso la mia voglia di mettermi in gioco, le mie abilità, i miei contenuti e i lavori.
- Testare la piattaforma (un mondo nuovo per me)



Mercato

Digital marketing.

Essendo un mercato ampio cercherò di distinguermi nei contenuti.

Post 1

I miei **obiettivi** per questo primo post erano:

1. **Presentarmi** ai ragazzi del D. Marketing
2. Far capire in breve di **cosa mi occupo**
3. Testare la nuova piattaforma

12 consigliati, 7 commenti.



Jawad (Provat) Khan

Digital Marketer presso IAS Atelier || TOP 100 @start2impact || Laureato in C...
2m • 🌐

OK la teoria. Ora inizia la pratica. 📌

LinkedIn è una piattaforma che mi ha sempre affascinato, ma che non ero mai riuscito ad esplorare, almeno fino ad ora.

Come sempre mi sono fatto guidare da [start2impact](#) (una garanzia quando si tratta di imparare qualcosa di nuovo nel digital) 🚀

Ora però che ho messo il dito nell'acqua per controllare la temperatura, bisogna che cominci ad immergermi.

Mi auguro di conoscere altri ragazzi come me che fanno parte della community di start2impact e quello più grande del digital marketing e di riuscire ad aiutarci a vicenda 🍀

Detto ciò non vorrei dilungarmi troppo.

Se siete curiosi di conoscere il mio percorso trovate tutto nella mia sezione informazioni [Jawad \(Provat\) Khan](#)

Per qualsiasi informazione, curiosità o supporto contattatemi pure, cercherò volentieri di darvi una mano 🙌

[#digitalmarketing](#) [#start2impact](#)

Post 2

Sono sempre stato affascinato dal vecchio mondo della pubblicità (sarà stata l'influenza di Mad Men). Perciò volevo condividere una parte di me su questa piattaforma.

Non avendo menzionato nessuno e avendo pochi collegamenti, la copertura e le reazioni ne hanno risentito.

Inoltre anche il formato non era quello ideale (1080 o 1200).

Tutti spunti per aggiustare in futuro.

7 consigliati.



Jawad (Provati) Khan

Digital Marketer presso IAS Atelier || TOP 100 @start2impact || Laureato in C...
3s • Modificato •



I SOCIAL MEDIA NEGLI ANNI 50

No, nessun viaggio spazio-temporale con la DeLorean o roba simile.

Si tratta semplicemente di una campagna pubblicitaria del 2011 (tra poco diventa vintage la campagna stessa) dell'agenzia brasiliana "Moma Propaganda".

💡 L'idea nasce dalla richiesta del committente, la Maximedia per promuovere i suoi seminari dal titolo "Everything Ages Fast. Update" ("Ogni cosa invecchia rapidamente. Aggiornati").

Moma Propaganda, perciò, ha pensato di "invecchiare" Facebook, Skype, YouTube e Twitter, adattandoli all'America degli anni 50.

Ogni manifesto contiene max 5-6 elementi tra cui gli immancabili slogan:

1 Facebook: "Straordinario e miracoloso punto d'incontro", e ritrae una signora che chatta col il suo fidanzato.

2 Skype: "Il fantastico sistema vocale che unisce la vostra famiglia", con due donne che mentre sono occupate con le faccende di casa, si parlano con cuffie attraverso una specie di televisore.

3 YouTube: "I tuoi film dureranno per sempre su YouTube", con un giovane seduto a una scrivania che mostra lo scorrere delle immagini su una specie di radio-monitor.

4 Twitter: "La sublime potenza della comunicazione in soli 140 caratteri".

? Cosa ne pensate di questa campagna?

Vi ha catturato abbastanza l'attenzione? O modifichereste qualcosa?

#digitalmarketing #marketingdigitale #socialmedia #creativeadvertising
#facebook

Post 3

Nuovo post, nuovo format.
Inoltre ho voluto correggere gli
errori dell'ultimo post, a livello
comunicativo e non.

23 reazioni, 57 commenti.

Jawad (Provati) Khan
Digital Marketer presso IAS Atelier || TOP 100 @start2impact || Laureato in C...
2s · 🌐

Dicono che un libro può cambiarti la vita, allora perché non tentare?

Qual è il libro di Marketing/Crescita personale/Biografico che consiglieresti di più ai tuoi collaboratori?

📌 I risultati di questo sondaggio + gli eventuali commenti potrebbero esserti di aiuto per la scelta del prossimo libro da leggere.

PS: oltre ai noti libri di Cialdini, [Veronica Gentili](#) e di [Luca Mazzucchelli](#) nei commenti lascio una parte della "mia lista personale" dei libri che consiglio 😊

[#Libri](#) [#Libridaleggere](#) [#Crescitapersonale](#) [#Digitalmarketing](#) [#Marketingdigitale](#)

Qual è il libro di Marketing/Crescita personale/Biografico che consiglieresti di più ai tuoi collaboratori?

Puoi vedere i voti degli altri. [Scopri di più](#)

Le armi della persuasione	46%
Prof. Social Media Manager	6%
Fattore 1%	35%
Altro (commenta qui sotto)	12%

[201 voti](#) · Sondaggio chiuso

👍❤️👏 23 · 57 commenti

Post 4

Con questo post ho voluto **trasformare il sondaggio precedente in un contenuto di valore**, cercando di rafforzare il senso della community con le persone che ho appena conosciuto.

16 reazioni, 6 commenti.



Jawad (Provat) Khan

Digital Marketer presso IAS Atelier || TOP 100 @start2impact || Laureato in C...

15 • 🌐

Buongiorno a tutti 🌞

La scorsa settimana ho posto questa domanda per avere uno scambio di valore reciproco.

Ecco i risultati del sondaggio + 16 📄 (suddivisi per genere) che sono stati consigliati nei commenti, da persone con background differenti tra loro. Grazie a questi commenti sono arrivato a conoscenza di nuovi libri e li ho inseriti subito nella mia lista personale.

PS: In questa lista sono presenti anche i libri dei grandi [Andrea Rossi](#), [Giuseppe Morici](#) e [Luca Mazzucchelli](#) 📖

Dai un'occhiata, ne varrà la pena.

⚠️ SALVA il post se vuoi avere questa lista sempre con te.

PSS: nei commenti sono presenti anche altri libri che non ho potuto inserire nel carosello per mancanza di info o difficoltà di collocazione in questi generi.

Ci tengo a ringraziare [Cosima](#), [Davide](#), [Giovanni](#), [Gloria](#), [Lorenza](#), [Massimiliano](#), [Silvia](#), [Valerio](#) e tutti coloro che hanno contribuito a fornire del vero VALORE.

Grazie ❤️


[#Libri](#) [#LibridaLeggere](#) [#CrescitaPersonale](#) [#DigitalMarketing](#)
[#MarketingDigitale](#)

Post 5

I miei **obiettivi** per questo post erano:

1. **Mostrare le mie capacità lato pratico**
2. **Mostrare le mie capacità lato teorico**
3. **Rafforzare il mio Personal Brand**
4. **Provare un nuovo formato (documento)**

8 reazioni, molte richieste di collegamento.

 **Jawad (Provati) Khan**
Digital Marketer presso IAS Atelier || TOP 100 @start2impact || Laureato in C...
2 giorni · 🌐

👤 "L'email marketing è morto."

👤 "No, l'email marketing è super vivo."

Non voglio aprire l'ennesimo dibattito su questo argomento.
(Anche perché se lo facessi, sarei molto di parte 😊)

Quel che è certo è che la maggior parte delle persone vengono tartassate di mail ogni santo giorno e perciò dovendo sempre stare in competizione, il rischio di perdersi (o ancora peggio, di finire in spam) c'è.

⚠️ Ora dirai: "Sì ok ma COME posso EVITARE DI PERDERMI in mezzo a tutti gli altri pesci/mail?"

Grazie alle guide di [start2impact](#) ho potuto imparare molto di questo misterioso mondo chiamato Email Marketing.

Ho imparato che LA TUA MAIL FARÀ SICURAMENTE UNA BRUTTA FINE SE:

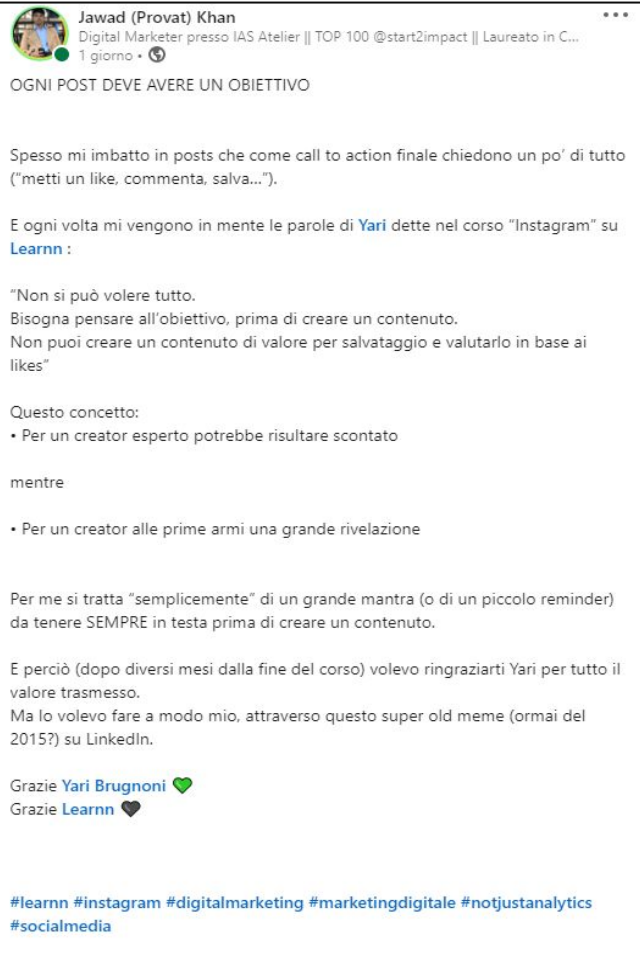
1. **NON** scrivi un oggetto (conciso, descrittivo, rilevante & personale) che cattura la mia attenzione
2. Il tuo contenuto **NON È COERENTE** con la tipologia di mail (Newsletter, Notification, Dedicated..)
3. Il tuo contenuto **NON È né CONCISO né RILEVANTE**

Post 6

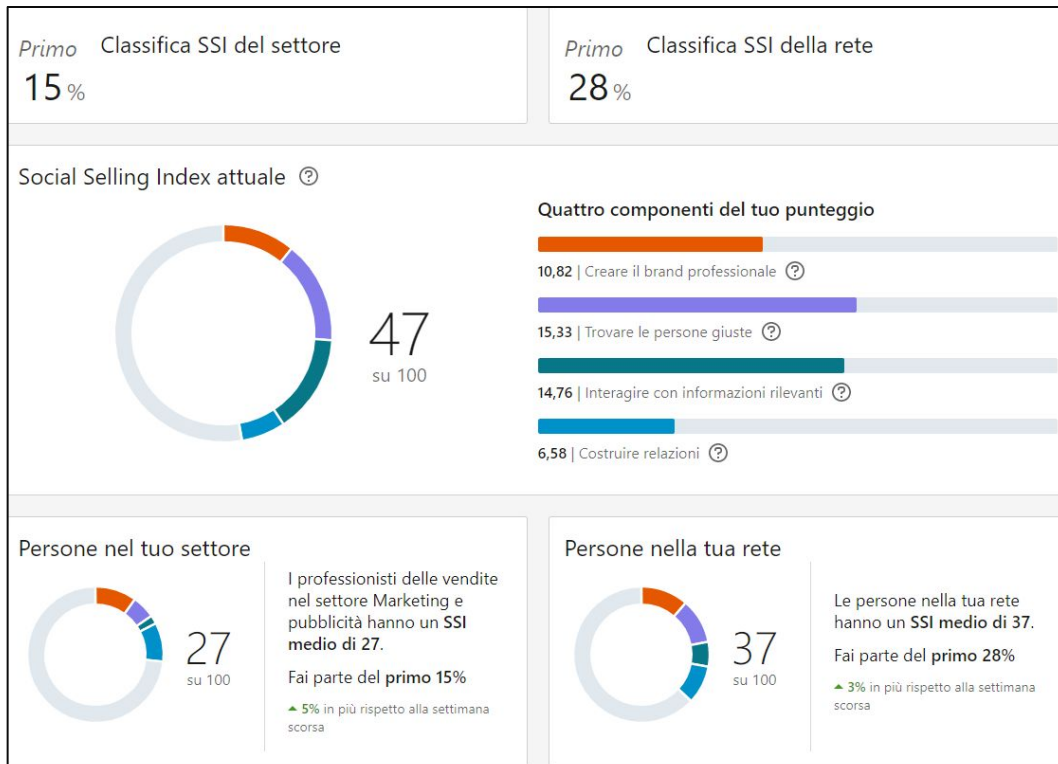
Con questo ultimo post volevo ringraziare Yari & Learnn per il corso attraverso un concetto rimarcato dallo stesso Yari. Gli **obiettivi** sul lato LinkedIn post erano:

1. **Commento** da parte di **Learnn & Yari**
2. **Provare un nuovo format** (meme)
3. **Rafforzare il mio Personal Brand**

29 reazioni, 2 commenti da parte di Learnn e Yari, varie richieste di collegamento.



SSI



6,58 %

Relazioni

10,82 %

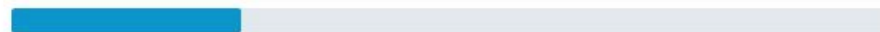
Brand Professionale

14,76 %

Informazioni rilevanti

15,33 %

Trovare le persone giuste



6,58 | Costruire relazioni ?

Costruire relazioni (6,58)

Le relazioni sono tutto.
DEVO migliorare questo punteggio
continuando a fare **networking**,
lasciando **commenti di qualità** e creando
posts che aumentino le **visite sul mio
profilo** (parametro chiave).



Creare il brand professionale (10,82)

Dove e come posso migliorare:

- ~~Completezza profilo~~
- **Conferme di competenze**
(attraverso pdf, video e presentazioni che possono rafforzare le mie competenze)
- **Segnalazioni** (da chiedere)
- Utilizzo di **Pulse** per la creazione dei contenuti




10,82 | Creare il brand professionale ?



14,76 | Interagire con informazioni rilevanti ?

Interagire con le informazioni rilevanti (14,76)

Buon punteggio ma ancora migliorabile attraverso:

- **Creazione di posts rilevanti** anche attraverso l'analisi dei post precedenti
 - **Comment marketing**
 - Altri tipi di interazioni come i **gruppi** LinkedIn
- 



Trovare le persone giuste (15,33)

Buon punteggio ma ancora migliorabile, devo:

- Continuare con la **crescita** del mio **network**
- Utilizzare meglio la **Ricerca Avanzata**
- Cercare di **aumentare la % di risposte affermative alle richieste di connessione** anche attraverso messaggi personalizzati.





Motivazioni

Le mie **motivazioni principali** sono dettate dalla mia **passione per il Marketing** e dalla mia **voglia di mettermi in gioco** per entrare in questo mondo. Ho direzionato così il progetto per:

1. **Conoscere ragazzi come me** appassionati di Marketing (sta andando benone)
2. **Stringere rapporto con i senior** e “farsi vedere” dalle aziende (ho avuto il mio primo lavoro grazie a LinkedIn)
3. **Conoscere le dinamiche della piattaforma** (ogni giorno sto imparando qualcosa di nuovo)



**Grazie per
l'attenzione**

