

# LinkedIn, un'opportunità per Manager e Aziende siciliane

---



Profilo e Rete, pilastri per Awareness, Reputation, Acquisition, Activation

**Giuseppe Siino**

Research Director at Marketing Management



Linked in



# Mi presento, attraverso il mio profilo

**Giuseppe Siino**  
Research Director at Marketing Management Srl  
Palermo, Italia

[Aggiungi sezione del profilo](#) [Altro...](#)

- Marketing Management Srl
- Università degli studi di Palermo
- Vedi informazioni di contatto
- Vedi collegamenti (500+)

Consumer Insight, Clustering & Targeting, Quantitative Research, Multivariate and Inferential statistics, Forecasting, Research Design.

**La tua dashboard**  
*Solo per te*

→ **Massima**

<b>348</b> Chi ha visitato il tuo profilo?	<b>602</b> Visualizzazioni del post	<b>33</b> Comparsa nei motori di ricerca
---	--	---

**Consigli per la carriera**  
Scopri la piattaforma per i consigli per la carriera: **Disattiva**  
Ricambia e aiuta gli utenti che possono trarre vantaggio dalla tua esperienza

**Interessi di carriera**  
Fai sapere ai recruiter che sei disponibile **Disattiva**  
Scegli quali tipi di opportunità ti interessano



**Giuseppe Siino**

Research Director at Marketing Management Srl  
2s

TOP TEN DELLE #CANTINE ITALIANE CON ALTI VALORI DI WEB REPUTATION. Che cantina sei?

@Feudi di San Gregorio donnafugata srl soc.agricola Marchesi de Frescobaldi Cantina Formigine Pedemontana @Gruppo Italiano Vini winexpress AG Farnese Vini Srl

Il mercato del vino è molto frammentato. L'effetto è un consumatore confuso e disorientato, non solo di fronte allo scaffale ma anche sul web. La Web Discussion intorno al vino è animata da Influencer esperti che esprimono commenti e giudizi in modo credibile. Con tali presupposti, l'influenza dei contenuti online sugli acquisti non può che essere alta.

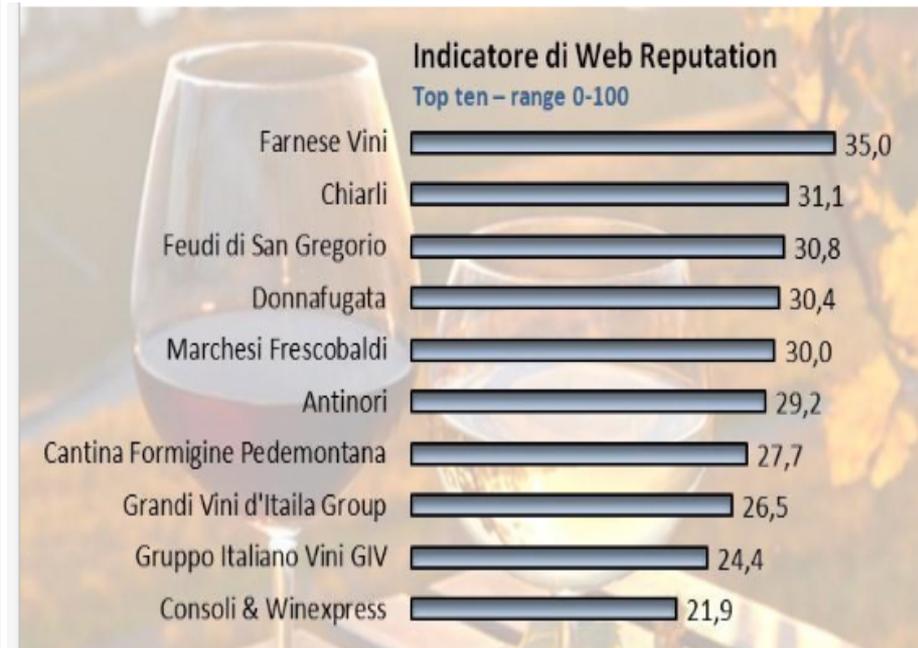
Negli ultimi 3 mesi del 2018 circa 1.300 Influencer hanno pubblicato 14.000 post/articoli, orientando di fatto la Web Discussion intorno al vino. Sono Utenti, talvolta autorevoli, con una platea di ascoltatori di tutto rispetto, in media 3.200 follower (il dato presenta grande variabilità, passando da 500 fino a 22.000). Sulla base di questi numeri si può stimare una "audience potenziale" di oltre 4,1 milioni di internauti. Oltre 1,8 milioni sono le visualizzazioni e circa 100.000 i like.

Segui gli aggiornamenti sulla pagina di Marketing Management  
<https://lnkd.in/dtpu6Sr>

Leggi di più  
<https://lnkd.in/dtxmmCV>

## Articoli e attività

1.362 follower [Gestisci i follower](#)



Consigliato 13 volte



967 visualizzazioni del tuo post nel feed

## Esperienza



### Research Director

Marketing Management Srl

set 2015 – presente · 3 anni 7 mesi

Palermo, Italia

Direttore di ricerca, progettazione di ricerca, analisi dati e presentazione dei risultati. Team Leader.



### Marketing Management Srl

7 anni 11 mesi

#### Responsabile Ufficio Gare e Public Affairs

gen 2012 – lug 2015 · 3 anni 7 mesi

Palermo, Italia

Selezione e Partecipazione a procedure di gara, licitazioni private. Progettazione di ricerca.

#### Responsabile Statistico Panel Matercom

gen 2010 – dic 2011 · 2 anni

Palermo, Italia

Comparto dei Baby Product. Stime di mercato, implementazione dei modelli inferenziali, canalizzazione delle vendite. Analisi dei comportamenti d'acquisto delle mamme, centro decisionale dei consumi del bambino.

[Mostra 1 altro ruolo](#) ✓

## Competenze e conferme

Aggiungi una nuova competenza



### Research · 14



Competenze confermate da 6 colleghi di Giuseppe presso Marketing Management Srl

### Management · 14



Competenze confermate da Letizia Nicchi, che è un professionista esperto del settore



Competenze confermate da 5 colleghi di Giuseppe presso Marketing Management Srl

### Gare pubbliche · 8

Antonio Clemente e 7 collegamenti hanno confermato questa competenza

[Mostra altro](#) 

## Segnalazioni

Chiedi una segnalazione



Ricevute (7)

Scritte (1)

**Gianluca Balsamo**Risk Manager at BNP Paribas  
REIM Sgr2 dicembre 2018, Gianluca è  
stato/a l'insegnate di Giuseppe

Conosco Giuseppe ormai da quasi 15 anni, è una persona con grande acume e un notevole potenziale. Resiliente e al tempo stesso capace di adattarsi nel tempo e rimettersi continuamente in gioco, è di grande sensibilità sia analitica e sia computazionale, inventivo, abile nell'individuazione delle criticità e nella ... [See more](#)

**Federica Vicari**Copywriter & Account  
Executive presso Dia  
Communication26 novembre 2018, Giuseppe ha  
lavorato con Federica nello stesso  
gruppo

Grande professionista nel campo delle scienze statistiche, il dottor Giuseppe Siino si è sempre contraddistinto per il suo elevato grado di professionalità. E ciò non solo in seno alla disciplina che pratica quotidianamente come statistico, ma anche nel suo modo di approcciarsi al lavoro, con elevate capacità di problem ... [See more](#)

[Visualizza altro](#)

## Traguardi raggiunti



### 3 Corsi

La Formazione al Servizio della Ricerca di qualità - EUROMADONIE • La Ricerca per la Marca - ASSIRM • La preparazione della Gara e le Strategie di partecipazione - INFOPLUS



### 2 Pubblicazioni

5° Rapporto sulla Maternità Matercom • Applying Jungian Psychology to Marketing Research



### 1 Certificazione

Il Valore della statistica per le imprese e la società. Ricerche di opinione e di mercato



### 1 Lingua

Inglese



## Interessi



**Ricerche di mercato**  
26 follower



**Aims International Italia**  
69.864 follower



**AUDI AG**  
544.691 follower



**Bianco Lavoro | Euspert**  
8.113 membri



**Nextplora**  
2.929 follower



**Ministero del Lavoro e delle Politic...**  
13.422 follower

[Vedi tutto](#)

Linked in



# LinkedIn perché ?



+ AWARENESS =

2,2 MLD

facebook



+ ACQUISITION =

 Pinterest

100 MLN



400 MLN

Instagram

**SEMPRE**

Se sei un'Azienda B2B, ci trovi i tuoi potenziali clienti

Se sei un'Azienda B2C, ci trovi comunque potenziali partner, fornitori, competitor

Lanciato nel **2003** (tra i social più longevi, in crescita) – Google + chiude ad Aprile

Con **610 mln** di utenti nel mondo è un po' di nicchia (2,2 mld di facebook)

Con **11 mln** di utenti, l'Italia è al 3° posto in Europa (dopo Inghilterra e Francia)

Nel 2016 LinkedIn è stato acquistato da Microsoft per **26 mld di \$**

Il 23% degli utenti si collega **ogni giorno**

## PRIORITA' ASSOLUTA AL CONTENT MARKETING (su rete e profilo)

Perché **Google** dice di sì, dice che è così

Perché **fuggo dalle pubblicità**, dagli spot, dai cartelloni

Perché il **dialogo** è sempre meglio del monologo

Perché voglio essere **coinvolto** e attratto, no interrotto

Perché quando acquisto un prodotto voglio **fare un'esperienza**, che comincia parlando

Perché così **mi sento valorizzato** come individuo, se sono piccolo nel mercato

Perché **interagire con chi ha interesse** è più utile e più gratificante

..... **POI CERCO DI METTERE OGNI COSA AL SUO POSTO** .....

The Vortex  
2,427 follower  
6 giorni

+ Segui ...

E solo alla fine leggerai qui! 😊

#TheVortex #Digitalreadiness #socialmedia

**Prima  
leggerai  
qui**

**Poi leggerai qui**  
Poi qui

**THE VORTEX**

Faccio un'analisi delle pubblicazioni delle mie **Buyer Personas**

Cerco di equilibrare grafica e testo (fino a 1.300 caratteri, cerco di stare sotto gli 800)

Rimando ad un contenuto completo fuori dal Social (sito – solo per gli interessati)

Se posso taggo, ma solo se sto veicolando contenuti positivi

Cerco di essere costante, pubblicando 1/2 post a settimana

Cerco di essere leggero, a volte autoironico (frasi celebri, vignette)

Meglio emozionale, che auto-promozionale

.....



# La Piramide degli Obiettivi

**RISPETTO A LINKEDIN****SONO OBIETTIVI**

Aumentare la **AWARENESS**, personale e/o aziendale

Aumentare la **REPUTATION**, personale e/o aziendale

Generare **ACQUISITION**

Generare **ACTIVATION**

Trovare/Cercare figure professionali  
(partner, fornitori, professionisti, etc...)

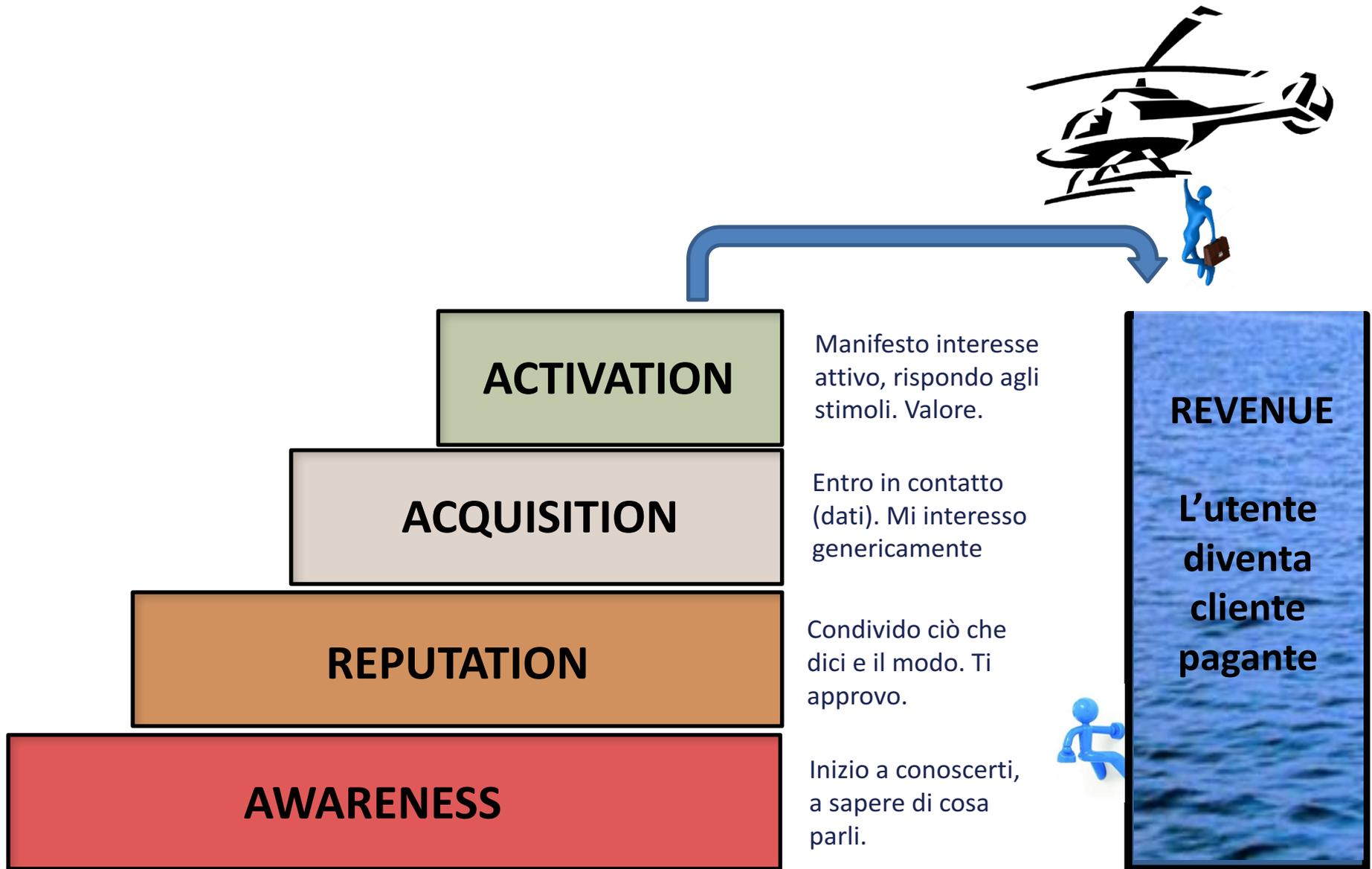
**NON SONO OBIETTIVI**

Vendere i miei prodotti

Aumentare il mio portfolio clienti

Aumentare il mio fatturato

Conquistare nuovi mercati



## (1) AWARENESS

RETE



Scelgo accuratamente gli inviti

Solo profili professionali

Ritiro l'invito dopo tre settimane

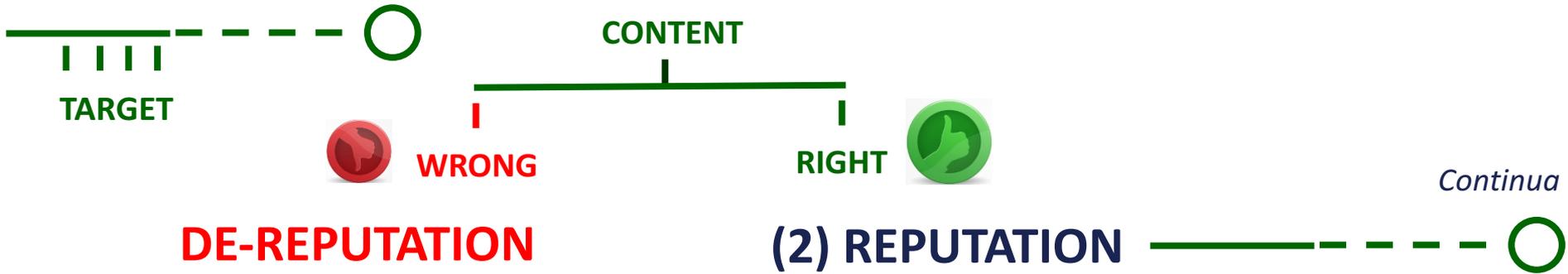
In base agli obiettivi

Che non siano in conflitto

Che non generino confusione

**MEGLIO UNA GRANDE RETE,  
CHE UNA RETE GRANDE**

**OKKIO, LA RETE E' UNA  
COMPONENTE  
STRUTTURALE**



## DE-REPUTATION

I Social non sono mai neutrali  
 Posso sbagliare l'argomento  
 ... ma anche il modo  
 ... posso apparire incoerente

**SE NON HO DA ALTRO DIRE,  
 MI LIMITO A CONSIGLIARE  
 O COMMENTARE**

## (2) REPUTATION

Più visite al profilo  
 Più "consigliato"  
 Più visualizzazioni  
 Più richieste di aggiunta alla rete

**PER COSTRUIRE CI VUOLE  
 TANTO, PER DISTRUGGERE  
 BASTA POCO**

**DA APPROFONDIRE**





Linked 



## **5 SUGGERIMENTI PER "AFFOSSARE" IL PROFILO**

**GIANLUIGI BONANOMI**, formatore sulla comunicazione digitale (con un po' di ironia).

## 1. INSERISCI IMMAGINI INDECIFRABILI

- Non inserire alcuna foto
- Indossa occhiali da sole
- Inserisci una figura intera
- Mettiti a dorso nudo o in bikini
- Esibisci tatuaggi o piercing
- Fai una bella foto di famiglia
- Metti un paesaggio al tuo posto,  
un polsino o un occhio



## 2. INSERISCI A CASO LE TUE SKILLS O FALLE APPARIRE BANALI

### Tipo di profilo

### Skills

Data Analyst

Excell

Manager a 5 zeri

Office

Imbianchino

Social Media Management

UNA VOLTA FRA LE SKILLS HO TROVATO "SESSO"



### 3. LASCIA GROSSI BUCHI NELLA TUA CARRIERA PROFESSIONALE

Per esempio: Giuseppe Siino – 40 anni



#### Research Director

Marketing Management Srl

set 2015 – presente · 3 anni 7 mesi

Palermo, Italia

Direttore di ricerca, progettazione di ricerca, analisi dati e presentazione dei risultati. Team Leader.



#### Marketing Management Srl

7 anni 11 mesi

##### ● Responsabile Ufficio Gare e Public Affairs

gen 2012 – lug 2015 · 3 anni 7 mesi

Palermo, Italia

Selezione e Partecipazione a procedure di gara, licitazioni private. Progettazione di ricerca.

##### ● Responsabile Statistico Panel Matercom

gen 2010 – dic 2011 · 2 anni

Palermo, Italia

Comparto dei Baby Product. Stime di mercato, implementazione dei modelli inferenziali, canalizzazione delle vendite. Analisi dei comportamenti d'acquisto delle mamme, centro decisionale dei consumi del bambino.

##### ● Research Manager

set 2007 – dic 2009 · 2 anni 4 mesi

Palermo, Italia

Informatizzazione del questionario, implementazione del campione, analisi dello sviluppo field, elaborazione dei dati e presentazione dei risultati.

[Mostra meno ruoli](#) ^

*Giuseppe Siino – Research Director at Marketing Management*

#### 4. NEL RIEPILOGO INSERISCI UNA BIOGRAFIA PROFESSIONALE DISASTROSA

- Lasciare vuoto
- Ripetere il ruolo
- Scrivere romanzi
- Sciagure, peripezie

marketingmanagement  
Research for your Business

Giuseppe Siino  
Research Director at Marketing Management Srl  
Palermo, Italia

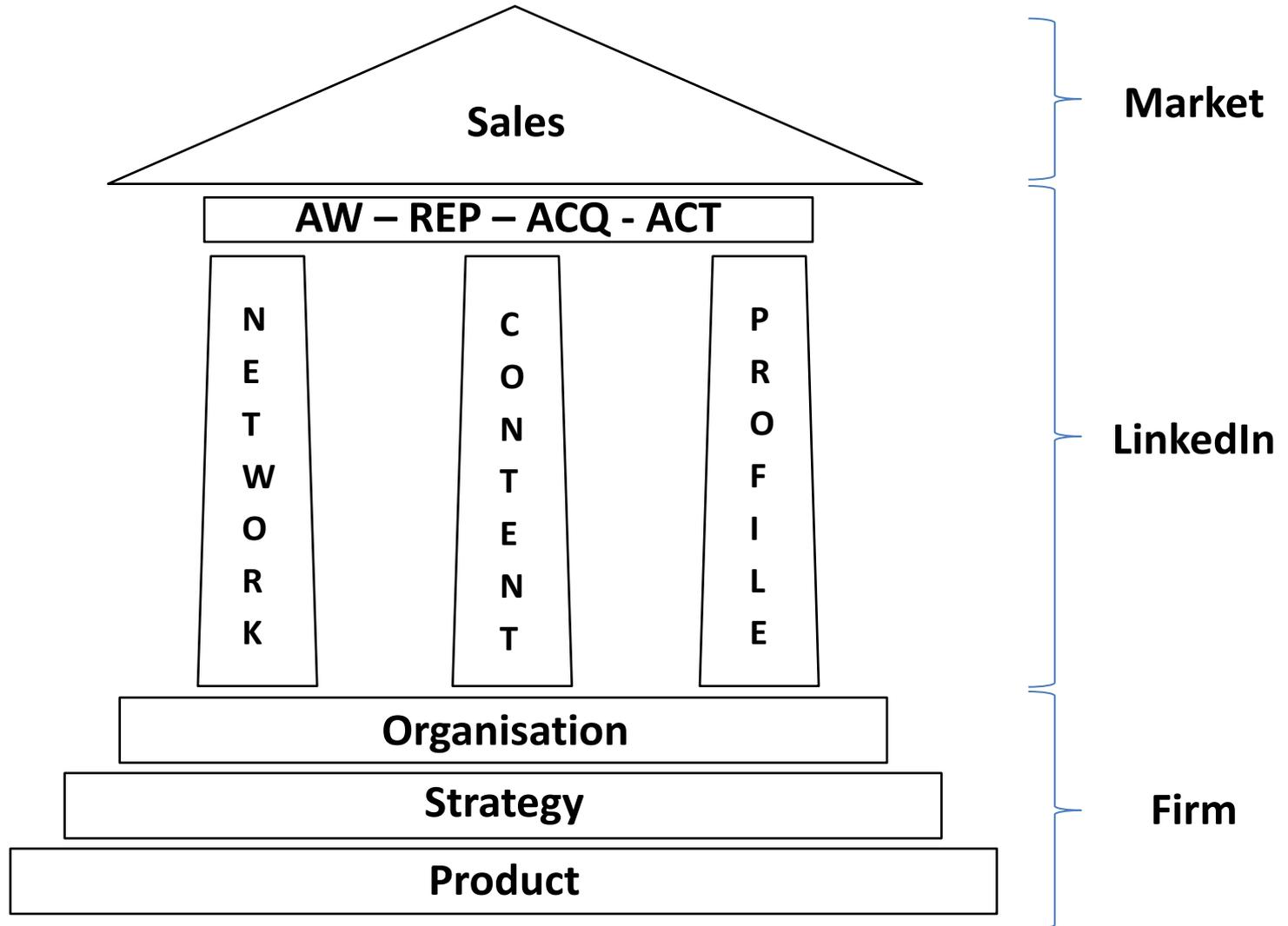
Marketing Management Srl  
Università degli studi di Palermo  
Vedi informazioni di contatto  
Vedi collegamenti (500+)

Consumer Insight, Clustering & Targeting, Quantitative Research, Multivariate and Inferential statistics, Forecasting, Research Design.

## 5. INSERISCI FRA I CONTENUTI, FATTI TUOI PERSONALI

Politica	→	Crei disappunto
Maltrattamento degli animali	→	Distogli l'attenzione dal quo
Malattie o invalidità	→	Trasferisci feeling negativi
Sport	→	Erodi la Reputation professionale
Concerti e Vacanze	→	Susciti invidia a chi non ha fatto ciò
Supercazzole	→	Perdi credibilità

Profilo e Rete, pilastri per Awareness, Reputation, Acquisition, Activation





**Grazie per l'attenzione**  
*Buon Lavoro!*

[g.siino@istitutoricerchedimercato.it](mailto:g.siino@istitutoricerchedimercato.it)

