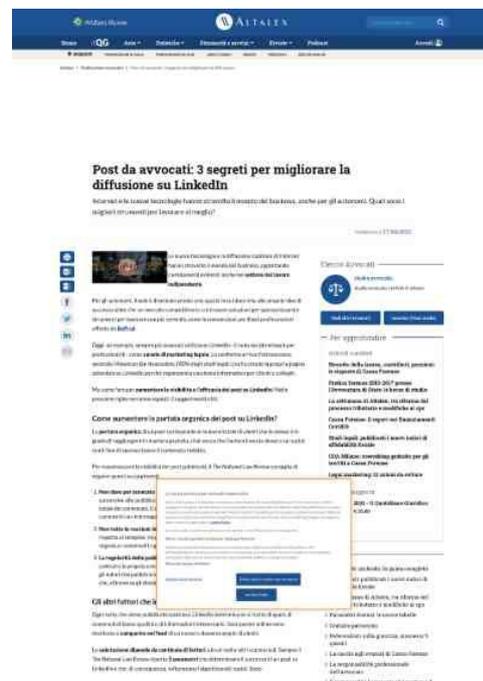


### Post da avvocati: 3 segreti per migliorare la diffusione su LinkedIn

*Internet e le nuove tecnologie hanno stravolto il mondo del business, anche per gli autonomi. Quali sono i migliori strumenti per lavorare al meglio?*

Le nuove tecnologie e la diffusione capillare di Internet hanno stravolto il mondo del business, apportando cambiamenti evidenti anche nel settore del lavoro indipendente . Per gli autonomi, il web è diventato presto uno spazio in cui dare vita alle proprie idee di successo oltre che un mercato competitivo in cui trovare soluzioni per sponsorizzarsi e strumenti per lavorare con più serenità, come le convenzioni per liberi professionisti offerte da **BeProf** . Oggi, ad esempio, sempre più avvocati utilizzano LinkedIn - il noto social network per professionisti - come canale di marketing legale .

La conferma arriva d' oltreoceano: secondo l' American Bar Association , l' 80% degli studi legali Usa ha creato la propria pagina aziendale su LinkedIn perché rappresenta una fonte informativa per clienti e colleghi. Ma come fare per aumentare la visibilità e l' efficacia dei post su LinkedIn ? Nelle prossime righe verranno esposti 3 suggerimenti utili. Come aumentare la portata organica dei post su LinkedIn? La portata organica di un post corrisponde al numero totale di utenti che lo stesso è in grado di raggiungere in maniera gratuita, cioè senza che l' autore investa denaro sul social con il fine di sponsorizzare il contenuto redatto. Per massimizzare la visibilità dei post pubblicati, il The National Law Review consiglia di seguire questi accorgimenti: Non dare per scontato che le tue connessioni vedano i tuoi post : le prime ore successive alla pubblicazione sono fondamentali per comprendere quale sarà la portata totale d el contenuto. Il segreto è coinvolgere fin da subito il pubblico incentivando i commenti con interrogativi che richieda no risposte Non tutte le reazioni dei post hanno lo stesso peso : un commento ha più valore rispetto al semplice ' mi piace' . Ed è questo il motivo per cui hanno un' ampia portata organica i contenuti in grado di generare dibattito La regolarità delle pubblicazioni impatta positivamente sui risultati di ricerca : costruire la propria credibilità sui social richiede uno sforzo costante. LinkedIn premia gli autori che pubblicano contenuti co n una buona frequenza (ma senza esagerare!) e che, attraverso gli stessi, sono capaci di fornire a chi legge un valore aggiunto Gli altri fattori che influiscono sull' algoritmo Ogni volta che viene pubblicato qualcosa, LinkedIn determina se si tratta di spam, di contenuti di bassa qualità o di informazioni interessanti. Solo queste ultime sono destinate a comparire nel feed di un numero davvero ampio di utenti. La valutazione dipende da centinaia di fattori , alcuni noti e altri sconosciuti. Sempre il The National Law Review riporta 5 parametri che determinano il successo di un post su LinkedIn e che, di conseguenza, influenzano l' algoritmo del social. Sono: Il giorno della settimana e l' orario del giorno in cui il post viene pubblicato Gli hashtag che vengono adoperati nel contenuto L' immagine adoperata: la qualità, il peso e le dimensioni La dimensione della propria rete



## Altalex

### Confprofessioni e BeProf

---

personale/il numero di utenti che hanno messo 'seguì' alla pagina aziendale Il modo in cui viene strutturato il post e l'originalità dello stesso In questo senso, è indispensabile organizzare la propria strategia di pubblicazione stilando un calendario editoriale che tenga conto di tutto. Contenuto sponsorizzato.