

NETWORKING

# Sviluppa il tuo Network su LinkedIn

**La Piramide dei Collegamenti, le Richieste**

**Personalizzate e l'Analisi con l'AI**

---

Guida strategica per espandere il tuo network con richieste efficaci, engagement mirato e analisi dei collegamenti con ChatGPT.

**Leonardo Bellini**

Founder LinkedInForBusiness.it | LinkedIn Trainer & Consultant

# Indice dei Contenuti

<b>1</b>	La Piramide dei Collegamenti	3
<b>2</b>	4 Livelli di Relazione	4
<b>3</b>	Richieste di Collegamento Efficaci	5
<b>4</b>	I 4 Modi per Personalizzare	6
<b>5</b>	La Formula 3x3	7
<b>6</b>	5 Conversation Starter	8
<b>7</b>	Pre-Engagement Strategy	9
<b>8</b>	La Networking Routine	10
<b>9</b>	Operatori Booleani	12
<b>10</b>	Intercetta i Segnali di Interesse	13
<b>11</b>	Identifica gli Interlocutori Chiave	14
<b>12</b>	Strategia di Engagement in 5 Passi	15
<b>13</b>	4 Strategie per i Commenti	16
<b>14</b>	Analizza il Network con l'AI	17
<b>15</b>	Prompt AI per il Networking	19
<b>16</b>	CTA: LinkedIn AI Mastery 2026	20

1

## La Piramide dei Collegamenti

Il tuo network si costruisce partendo dalle relazioni più forti verso quelle da sviluppare.



- **Top** Potenziali clienti, partner, talenti, influencer di settore
- **Alto** Pari grado in altre aziende, stessi interessi, stesso evento
- **Medio** Ex-colleghi, ex-alumni, contatti nella tua rubrica
- **Base** Familiari, colleghi attuali, amici stretti

## 2

## I 4 Livelli di Relazione

### 1. Persone che vedi tutti i giorni

- Amici stretti, parenti, colleghi attuali
- Invia direttamente una richiesta di collegamento
- Sono i tuoi primi sostenitori e amplificatori

### 2. Persone che non vedi più ma conosci

- Ex-colleghi, ex-compagni di scuola/università
- Importa e sincronizza i contatti email (Gmail, Yahoo)
- Cerca per azienda passata o istituto scolastico

### 3. Persone che potresti conoscere

- Suggerimenti LinkedIn (People You May Know)
- Persone attive nei tuoi stessi gruppi
- Collegamenti di 2° livello (puoi farti introdurre)

### 4. Persone che non conosci né hai incontrato

- Potenziali clienti, partner, fornitori, talenti
- Usa la ricerca avanzata con filtri
- Contattali con InMail o tramite gruppi comuni

#### ■ STRATEGIA

Inizia dalla base della piramide: trasferisci su LinkedIn il tuo network offline. I tuoi contatti esistenti saranno i tuoi primi sostenitori e ti porteranno a persone simili.

## 3

## Richieste di Collegamento Efficaci

La personalizzazione è la chiave del tuo successo.

### ■ L'Unico Obiettivo

Fare in modo che il tuo invito venga ACCETTATO. Non devi porti altri obiettivi come qualificarti, fissare appuntamenti o vendere.

### ■ Le 2 Domande che si Fanno

*«Chi è questa persona, come mi ha trovato?»*

*«Perché sta cercando di connettersi con me?»*

### ■ Cosa Fare

- Dai alle persone una RAGIONE per accettare la tua richiesta
- Svolgi una ricerca preliminare sul loro profilo
- Trova un elemento di connessione personale
- Sii breve, personale e memorabile
- I contenuti del tuo invito determinano il buon esito della relazione futura

#### ■ ■ DA EVITARE

Inviti non personalizzati, richieste con pitch di vendita, messaggi generici copia-incolla, link al tuo prodotto/servizio nel primo messaggio.

## 4

## I 4 Modi per Personalizzare l'Invito

**1. COMUNANZA**

Esperienze in comune: stessa università, ex-colleghi, stessa città, stesso settore.

*«Ho notato che anche tu ti sei laureato alla [Università]. In quanto ex-alunno mi piacerebbe collegarmi.»*

**2. REFERENCE**

Fai riferimento a lui, alla sua azienda o a un progetto specifico.

*«Sono rimasto colpito da come il suo team sta lavorando su [argomento]. Sarebbe bello collegarsi.»*

**3. INTERESSE**

Mostra interesse verso un suo post, articolo o contenuto condiviso.

*«Ho apprezzato molto il tuo post su [tema]. Mi è piaciuto in particolare il punto #3.»*

**4. COMPLIMENTI**

Congratulati per un traguardo: promozione, cambio azienda, nuovo ruolo, progetto.

*«Congratulazioni per il nuovo ruolo! Sono rimasto colpito dal tuo percorso.»*

5

## La Formula 3x3

9 minuti per trovare il gancio perfetto per la tua richiesta di collegamento.

### 3 MINUTI Qualcosa di PERSONALE

- Interessi personali nel profilo
- Hobby, passioni, volontariato
- Elementi nella sezione 'Informazioni'

### 3 MINUTI Qualcosa sulla PROFESSIONE

- Ruolo attuale e responsabilità
- Competenze e certificazioni
- Post e contenuti condivisi

### 3 MINUTI Qualcosa sull'AZIENDA

- News recenti dell'azienda
- Progetti o iniziative
- Cultura e valori aziendali

#### ■ DOVE CERCARE

Profilo LinkedIn, sezione Attività (post e commenti), Pagina aziendale, sito web, altri canali social (Twitter/X).

## 6

## 5 Conversation Starter per l'Invito

### 1. Trova una comunanza

Stessa università, azienda passata, interessi professionali, gruppi in comune, collegamenti condivisi.

### 2. Commenta il suo Profilo

Formazione, esperienza professionale, skills, progetti, referenze, corsi, pubblicazioni.

### 3. Commenta un suo contenuto

Un post che ha condiviso, un articolo che ha scritto, un commento interessante.

### 4. Parla della sua azienda

Un progetto recente, una notizia, un risultato aziendale.

### 5. Fai i complimenti

Traguardo raggiunto, cambio di carriera, promozione, progetto completato.

## ■ Esempio di Invito Basato sul Contenuto

«Ciao [Nome], ho letto il tuo post su [argomento] e mi ha fatto riflettere su [punto specifico]. Mi piacerebbe sentire la tua opinione su [domanda aperta]. Che ne dici, ci colleghiamo? [Tuo nome]»

## 7

## Pre-Engagement Strategy

Ingaggia con il potenziale cliente PRIMA di inviare la richiesta di collegamento.

### ■ I 5 Step del Pre-Engagement

1. Visita il suo Profilo (lui riceverà la notifica)
2. Comincia a seguirlo su LinkedIn (clicca 'Segui')
3. Apprezza e commenta i suoi post
4. Congratulati per i suoi eventi e successi
5. Condividi i suoi company update

→■ SOLO DOPO: Invia la richiesta di collegamento

### ■ Perché Funziona

- Il prospect ti ha già visto nel suo feed e nelle notifiche
- Non sei più uno sconosciuto quando invii la richiesta
- Tasso di accettazione dell'85% dopo engagement preliminare
- La relazione parte già 'calda', non 'fredda'

## 8

## La Networking Routine su LinkedIn

9 attività quotidiane per espandere il network in modo strategico (5-10 min ciascuna).

### 1. Chi ha visitato il tuo Profilo

5 min

[linkedin.com/me/profile-views](https://www.linkedin.com/me/profile-views) — Invia richieste a potenziali clienti che ti hanno cercato.

### 2. Persone che potresti conoscere

5 min

[linkedin.com/mynetwork](https://www.linkedin.com/mynetwork) — Scorri i suggerimenti, vai sul profilo, invia invito personalizzato.

### 3. Chi ha interagito con i tuoi contenuti

5 min

Verifica like e commenti sui tuoi post. Invita i profili di 2° livello in target.

### 4. Chi hai conosciuto nella vita reale

5 min

Meeting, eventi, corsi, convegni, associazioni. Collegati entro 24-48 ore.

### 5. Chi sta pubblicando su LinkedIn

5 min

Cerca post con keyword di settore. Commenta contenuti rilevanti (richiede Sales Nav).

**6. Chi stai seguendo come Lead****5 min**

Monitora i Sales Alert in Sales Navigator. Commenta quando pubblicano.

**7. Chi ha cambiato lavoro****5 min**

Congratulati per il nuovo ruolo. Ottimo conversation starter.

**8. Chi ha fatto notizia di recente****5 min**

Menzioni in articoli, premi, interviste. Complimentati.

**9. Chi partecipa ai Gruppi****10 min**

Entra nei gruppi del tuo settore. Interagisci con le discussioni. Invia messaggi intra-gruppo.

**■ TEMPO TOTALE**

45-50 minuti al giorno se fai tutte le attività. Inizia con le prime 4 (20 min/giorno) e aggiungi le altre gradualmente.

## 9

## Operatori Booleani per la Ricerca

I filtri LinkedIn potrebbero non bastare. La ricerca booleana ti dà controllo preciso.

- AND**            **Restringi la ricerca a più termini**  
*Es: SEO AND Analytics → solo profili con entrambi*
- OR**             **Estendi la ricerca a più termini**  
*Es: CEO OR Owner OR President → uno qualsiasi*
- NOT**           **Escludi un termine specifico**  
*Es: President NOT vice → esclude i vice president*
- " . . . "**       **Cerca la frase esatta**  
*Es: "Project Manager" → la sequenza esatta*
- ( . . . )**       **Crea ricerche complesse**  
*Es: CEO NOT ("vice" OR "assistant") → esclude entrambi*

### ■ Esempio di Ricerca Complessa

```
("Marketing Manager" OR "Sales Manager")  
AND Italy NOT "intern" NOT "assistant"
```

10

## Intercetta i Segnali di Interesse

I potenziali clienti ti mandano segnali. Impara a leggerli e a rispondere.

### ■ Visite al Profilo

Chi visita il tuo profilo senza contattarti. Vai su [linkedin.com/analytics/profile-views](https://www.linkedin.com/analytics/profile-views). Invia richiesta personalizzata (non citare la visita).

### ♥ ■ Interazioni ai tuoi Post

Chi mette like o commenta. Tasso di accettazione 85% se li inviti dopo l'engagement. Cita il post specifico nell'invito.

### ■ Nuovi Follower

Chi ti segue senza collegarsi. Verifica chi sono, ringrazia per l'interesse, invitali a connettersi.

### ■ Iscritti alla Newsletter

Chi si iscrive ma non è collegato. Analizza con ChatGPT. Invia messaggio di ringraziamento.

#### ■ REGOLA D'ORO

Non menzionare la visita al profilo nell'invito ('Ho visto che hai visitato il mio profilo'). Risulta invasivo. Usa invece un gancio basato sul contenuto o sulla comunanza.

## 11 Identifica gli Interlocutori Chiave

Nel B2B, il valore del deal aumenta quando più figure sono coinvolte nel processo.

### DECISION MAKER

La Buyer Persona più importante. Executive, CXO, Manager con potere decisionale. Spesso è l'utilizzatore finale.

### INFLUENCER

Persone che possono influenzare il decision maker dall'interno. Esperti tecnici, consulenti interni, team lead.

### CHAMPION

Colleghi attuali o passati, dipendenti che ti conoscono e possono referenziarti internamente.

### CONTENT CREATOR

Persone non dipendenti ma attive nel settore, con seguito e visibilità. Possono amplificare il tuo messaggio.

12

## Strategia di Engagement in 5 Passi

1

### IDENTIFICA

Definisci il Profilo del cliente ideale. Identifica sfide, bisogni, comitato d'acquisto (DMU).

2

### INGAGGIA

Seguili, salvali come Lead, attiva la campanella, commenta i loro post, entra nel loro radar.

3

### CONNETTITI

Invia richiesta personalizzata o InMail. Usa i ganci come conversation starter, non per vendere.

4

### RAFFORZA

Condividi contenuti rilevanti, aiutali con insight di valore, costruisci la relazione.

5

### CONVERTI

Chiedi se i contenuti li hanno aiutati. Proponi una video-call di 15 minuti.

#### ■ ■ TEMPISTICHE

Fase 1-2: 2-3 settimane di engagement. Fase 3: solo dopo aver interagito. Fase 4-5: da 2 settimane a 2 mesi.

13

## 4 Strategie per Scrivere Commenti

I commenti aumentano la tua visibilità: appaiono nel feed dei follower del creatore.

### 1. Lascia un Insight Aggiuntivo

Aggiungi valore con un punto di vista nuovo, un'esperienza personale, dati o statistiche correlate.

### 2. Sintetizza il Post per il tuo Network

Riassumi i punti chiave con le tue parole. Utile se i tuoi follower non seguono il creatore.

### 3. Coinvolgi un Professionista (Tag)

Tagga un collega o esperto che potrebbe contribuire alla discussione o trovare utile il contenuto.

### 4. Usa come Gancio per Interazione 1:1

Il commento apre la porta a un messaggio privato. 'Ho visto il tuo commento sul post di X...'

#### ■ BEST PRACTICE COMMENTI

Almeno 12+ parole per essere considerato 'autorevole' dall'algorithm. Evita commenti generici ('Ottimo post!'). Aggiungi sempre valore specifico.

## 14 Analizza il Network con l'AI

Usa ChatGPT per identificare i collegamenti che corrispondono al tuo ICP.

### ■ Il Processo in 3 Step

#### 1. Esporta i tuoi collegamenti

Vai su [linkedin.com/mypreferences/d/download-my-data](https://www.linkedin.com/mypreferences/d/download-my-data) e richiedi l'export dei collegamenti di 1° livello.

#### 2. Carica su ChatGPT

Carica il file CSV e chiedi di analizzare: distribuzione per azienda, ruolo, tempo, email disponibili.

#### 3. Filtra per ICP

Chiedi di estrarre solo i profili che corrispondono ai criteri del tuo cliente ideale.

### ■ 4 Direzioni di Analisi

- Distribuzione per azienda: quali aziende sono più rappresentate?
- Distribuzione per posizione: quali ruoli sono più frequenti?
- Analisi temporale: come è cresciuto il network nel tempo?
- Contatti con email: quanti hanno un'email associata?

## ■ Cosa Analizzare con l'AI

### ■ Collegamenti di 1° livello

Esporta da LinkedIn, filtra per ICP, prepara messaggi personalizzati

### ■ Follower

Estrai con PhantomBuster/Apify, identifica chi non è ancora collegato

### ■ Iscritti alla Newsletter

Analizza con DataMiner, scopri la % di non-collegati

### ■ Chi ha interagito

Esporta like/commenti, identifica profili di 2° livello in target

## ■ TOOL UTILI

Export LinkedIn nativo (gratuito, solo 1° livello). PhantomBuster (scraping avanzato). Apify (alternativa). Browse.ai (automazione). DataMiner (estrazione dati).

## 15 Prompt AI per il Networking

### 1. Analizza i Collegamenti

Ho caricato l'elenco dei miei collegamenti di 1° livello. Mostrami: distribuzione per azienda, per posizione lavorativa, crescita nel tempo, contatti con email. Crea grafici per visualizzare.

### 2. Estrai Profili ICP

Scorri l'elenco e restituisci solo chi corrisponde al mio ICP: [ruoli target], [settore], [location]. Aggiungi una colonna che spiega perché corrisponde.

### 3. Genera Messaggi Personalizzati

Per i profili estratti, prepara un messaggio personalizzato per ricontattarli. Sono già collegamenti di 1° livello. Usa questo template: [esempio]. Personalizza per ciascuno.

16

## Vuoi Padroneggiare LinkedIn con l'AI?

### LinkedIn AI Mastery 2026

Il Programma Completo per Consulenti, Freelance e Sales Manager

- ✓ 30 ore di formazione pratica
- ✓ Networking Strategy & Outreach
- ✓ Analisi del Network con AI
- ✓ Lead Generation e Social Selling

■ Finanziabile al 100% con Voucher Regione Lombardia

#### Prenota una call conoscitiva gratuita

- [leonardo@linkedinforbusiness.it](mailto:leonardo@linkedinforbusiness.it)
- [linkedinforbusiness.it](https://www.linkedinforbusiness.it)
- LinkedIn: [/in/leonardobellini](https://www.linkedin.com/in/leonardobellini)

*Il networking non è collezionare biglietti da visita. È coltivare relazioni autentiche che creano valore reciproco nel tempo.*

— Leonardo Bellini