

LINKEDIN  
FORBUSINESS

CREATO DA: .....

DATA: .....

VERSIONE: .....

1 - Identifica il profilo del candidato ideale

– Analizza chi ha avuto successo nel ruolo

– Definisci le tue Candidate Personas

– Motivazioni, timori e criteri di scelta

ACTIONS:

• Intervista chi ricopre il ruolo oggi

• Analizza le candidature ricevute finora

• Chiedi ai neoassunti perché hanno scelto voi

2 - Definisci obiettivi e strategia

DUE PIANI

• Posizioni aperte adesso

• Ruoli critici nei prossimi dodici mesi

Due obiettivi:

• Employer branding: farsi conoscere

• Talent acquisition: coprire un ruolo

ACTIONS:

• Allinea HR e Marketing sui contenuti

• Concorda chi scrive e chi pubblica

• Fissa la baseline prima di partire

3 - Costruisci l'employer brand

LA PAGINA

• Scheda Vita: cultura, sedi, persone

• Storie dei dipendenti, non slogan

• Contenuti sul mestiere, non solo sui posti liberi

Le persone:

• Chi lavora da voi è la prova migliore

• Un gruppo volontario di ambassador

ACTIONS:

• Una storia di una persona al mese

• Coinvolgi chi assume, non solo chi seleziona

4 - Ottimizza i profili di chi seleziona

PERCHÉ CONTA

• Il candidato guarda il profilo di chi lo contatta prima di rispondere

• Un profilo vuoto abbassa il tasso di risposta

Il profilo del recruiter:

• Sommario che parla ai candidati, non al mercato

• Foto e immagine di sfondo coerenti con l'azienda

• Informazioni: perché vale la pena lavorare qui

Il profilo di chi assume:

• Il futuro capo è la variabile più pesante nella scelta

• Rendi visibile come lavora il team

In primo piano:

• Le posizioni aperte

• La scheda Vita

• Un contenuto sulla cultura

ACTIONS:

• Riscrivi il sommario in chiave candidato

• Estendi il lavoro ai manager che fanno i colloqui

5 - Trova e classifica i talenti

DOVE CERCARE

• Ricerca avanzata sulle Candidate Personas

• Gruppi e community di settore

• Chi interagisce con i vostri contenuti

Segnali utili:

• Cambio di ruolo recente

• Competenze e certificazioni aggiunte

• Attività pubblica sul mestiere

ACTIONS:

• Salva le ricerche che funzionano

• Classifica per priorità, non per disponibilità

6 - Pubblica e promuovi le posizioni

L'ANNUNCIO

• Scritto per il candidato, non per l'organigramma

• Dice cosa farà davvero, non quali requisiti servono

• Nomina la persona con cui lavorerà

La diffusione:

• Condivisione da parte del team

• Sponsorizzazione delle posizioni critiche

ACTIONS:

• Fai condividere l'annuncio da chi lavorerà con la persona

7 - Ingaggia e converti

IL PRIMO MESSAGGIO

• Contesto: perché proprio lei o lui

• Concreto: ruolo, team, sede

• Breve: la conversazione viene dopo

ACTIONS:

• Rispondi a tutti, anche per dire di no

• Cura l'esperienza di chi non passa: parlerà di voi comunque

ACTIONS: LINKEDIN TALENT ROUTINE

Audit: guarda chi visita la Pagina e i profili di chi seleziona

Build: tieni aggiornati scheda Vita e profili del team che assume

Connect: espandi la rete nei bacini di talento che ti servono

Engage: pubblica storie delle persone, non solo posizioni aperte

Convert: porta al colloquio le conversazioni che meritano

Measure: candidature qualificate, tempo di copertura, tasso di risposta

RESULTS: METRICHE E KPI

Awareness: quante persone in target visitano la Pagina e la scheda Vita?

Consideration: i contenuti sulle persone generano più interazioni delle posizioni aperte?

Conversion: quante candidature qualificate arrivano, e in quanto tempo copri un ruolo?

Advocacy: quanti dipendenti condividono le posizioni, e quante candidature ne arrivano?

LINKEDIN HR CANVAS 2026

CREATO DA LEONARDO BELLINI - WWW.LINKEDINFORBUSINESS.IT QUESTO CONTENUTO È DISTRIBUITO SOTTO UNA LICENZA CREATIVE COMMONS ATTRIBUZIONE NON COMMERCIALE NON OPERE DERIVATE