

LinkedIn nel Turismo, opportunità e limiti

Se parliamo solo del settore **ospitalità**, su LinkedIn ci sono letteralmente milioni di professionisti con esigenze di viaggi e soggiorni di lavoro, uffici o sale riunioni in affitto, location per attività di formazione o di **convegno**. Quanti manager o imprenditori accolgono delegazioni di aziende straniere e, cogliendo l'occasione, le portano a fare un **breve giro turistico nella zona**? Non dimentichiamo poi che, oltre al lavoro, questi professionisti sono **uomini e donne che vanno in vacanza** o hanno amici, colleghi e conoscenti che **chiedono loro consigli** sull'argomento.

Quando parliamo con una persona parliamo sempre anche alle **reti di relazioni** nelle quali è inserito.

D- Quali sono le concrete opportunità che offre e perché investire su LinkedIn?

R- Con LinkedIn puoi mostrare in modo professionale e credibile **profilo, esperienze e valore**. È importante **ottimizzare il profilo** in modo che **parli più del tuo target e dei suoi bisogni**, che di te.

È una buona piattaforma per ascoltare, monitorare e partecipare alle conversazioni. Il 60% delle decisioni d'acquisto che ti riguardano viene fatto prima che qualcuno ti contatti: è cruciale **iniziare un dialogo**, solo dopo puoi parlare di business.

Nei **gruppi** trovi professionisti simili a te o comunque persone interessate alla tua opinione informata: hai la possibilità di posizionarti come **esperto del tuo settore** e allargare la tua rete con contatti di qualità.

Scegli con cura i **gruppi** ai quali aderire e frequentare **almeno un paio**: essere attivi può aumentare di quattro volte le visite al tuo profilo! Assicurati che i profili di chi lavora con te siano coerenti nell'immagine e nei contenuti.

Grazie alla **ricerca avanzata** puoi, con poche parole chiave, trovare le persone giuste a cui connetterti. Basta avere ben chiaro chi sono: è il **professionista che viaggia** o **l'assistente che organizza**, o entrambi?

E tanto altro ancora.

D- Il settore dell'ospitalità sembra abbastanza presente e attivo su questo canale che consente di colmare una serie di vuoti come per esempio la ricerca del personale e anche l'informazione e la formazione su temi specifici. Ci sono altre opportunità che potrebbe offrire e che si stanno per esempio sperimentando o diffondendo all'estero in questo ambito?

R- Si possono usare le **Pagine Azienda** in modo creativo per:

- pubblicizzare **premi vinti** o concorsi indetti dalla struttura
- pubblicare un **link esterno a un sondaggio di analisi o di gradimento**
- portare traffico a una **landing page che contenga pacchetti particolari**, specialmente in ambito business (target ghiotto su LinkedIn)

Uno strumento interessante per il settore ospitalità poi sono le **Pagine Vetrina**: una sorta di **Pagina Azienda ma dedicate a un tema specifico**.

Grazie a questa funzionalità è possibile creare dei **canali tematici** che gli utenti possono seguire, per esempio:

- pagina dedicata alle **attività convegnistiche** della struttura
- pagina dedicata all'**informazione sul territorio** e sui luoghi da visitare
- pagina dedicata a **eventi culturali** vicini alla struttura

Il tutto accompagnato da **immagini** d'impatto per attirare l'attenzione e aumentare il coinvolgimento dei follower della pagina.