

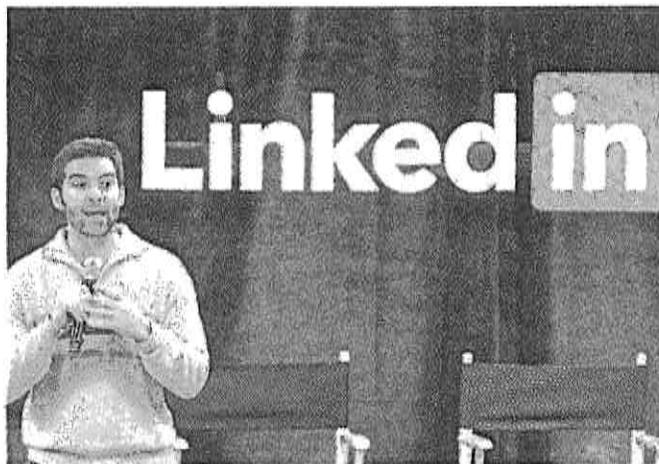
LinkedIn, mai più solo curriculum post e filmati per diventare "social"

LA PIATTAFORMA PER I PROFESSIONISTI SI RIFÀ IL LOOK E LANCIA CHAT, NEWS FEED E NUOVE RICERCHE PER DIVENTARE IL PIÙ POSSIBILE SIMILE A FACEBOOK CONSERVANDO PERÒ LA SUA FUNZIONE PER LE AZIENDE E PER CHI CERCA LAVORO

Maria Luisa Di Simone

LinkedIn cambia look. Il social network per i professionisti, lanciato nel 2003 e acquistato l'anno scorso da Microsoft per 26 miliardi di dollari, rivoluziona l'interfaccia grafica aggiungendo anche nuove funzioni, dalle news feed alla ricerca, fino all'introduzione dei chatbot, i programmi che simulano una conversazione tra robot ed esseri umani. «È la più importante riprogettazione della nostra architettura dal lancio della piattaforma. L'obiettivo è offrire maggiore valore ai nostri iscritti e garantire l'accesso migliore ai contenuti e alle opportunità offerte sia via app mobile, sia da computer», spiega Chris Pruett, responsabile del team che ha ridisegnato LinkedIn.

Ma quali sono le novità sostanziali della rete professionale più diffusa al mondo con oltre 400 milioni di iscritti? Guardando la nuova home page, la prima cosa che salta all'occhio è la somiglianza con Facebook, non solo per quanto riguarda l'organizzazione dei contenuti. Rispetto alla vecchia versione di LinkedIn, i cambiamenti sono tanti, e vanno tutti nella direzione del social network a tuttotondo. Intanto la navigazione è più semplice: la barra è divisa in sette aree principali - home, messaggi, lavoro, comunicazioni e profilo personale - e con un click sull'icona "più" si possono provare altre esperienze come LinkedIn Learning, che offre agli iscritti 9 mila corsi su business, tecnologia e competenze creative. La sezione



Jeff Weiner, Ceo di LinkedIn dal giugno 2009: per aggiornare il business plan e raccogliere più pubblicità sta dotando il portale di caratteristiche "social"

LA STORIA DI LINKEDIN



[LE NOVITÀ]



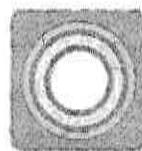
NEWS FEED

In home page campeggia ora il News Feed, con il flusso di notizie postate dai propri contatti il cui ordine dipende da un algoritmo



MESSAGGI

Altra novità in stile Facebook Messenger: un sistema per dialogare in tempo reale con colleghi e recruiter tramite la home page



CHATBOX

Inserite ormai in ogni servizio Microsoft a partire da Skype per la visione condivisa di video usando assistenti virtuali

a nuove opportunità di lavoro e scambi professionali, con l'utente che può inviare un messaggio ovunque si trovi nel social, senza dover abbandonare i contenuti principali. Il nuovo LinkedIn prevede una serie di consigli utili per aiutare "a rompere il ghiaccio in qualsiasi conversazione", si legge ancora nel sito. Un esempio? Se l'utente è interessato a una nuova proposta di lavoro, la piattaforma gli suggerisce come contattare chi, all'interno del network, lavora presso la società offerente. Non solo, grazie ai chatbot, l'iscritto

può chattare con un interlocutore virtuale dotato di intelligenza artificiale, pronto a rispondere a vari tipi di esigenze.

Tra le novità ci sono anche feed più ricchi per tenere informati gli utenti: grazie all'incontro di algoritmi e redattori umani, che lavorano insieme, LinkedIn ha creato feed personali in grado di mostrare i contenuti più rilevanti provenienti da persone ed editori con cui l'utente è connesso, in modo da portarlo a "seguire le storie di tendenza".

Non cambia la vocazione prin-

cipale della piattaforma, la ricerca del lavoro e delle professioni, che nella nuova versione si fa più dettagliata e intuitiva, dando la possibilità all'iscritto non solo di scoprire l'identità degli utenti che hanno letto il suo profilo, ma anche di interagire con loro condividendo i contenuti, come le informazioni sulle società per cui lavorano, i titoli professionali, le posizioni occupate.

Non è finita. LinkedIn ha migliorato i suggerimenti che riguardano il profilo personale dell'iscritto, in modo che lo stesso possa riassu-

mere al meglio carriera e abilità professionali, rendendoli più visibili all'interno del network.

Da questo punto di vista, ogni anno la società fornisce un valido aiuto ai professionisti, diffondendo la top ten delle buzzword, le parole più utilizzate nei profili e quindi «assolutamente da evitare, perché altrimenti gli utenti non si distinguono dalla massa, condizione necessaria al fine di rendere appetibile il proprio profilo ai recruiter», come spiega Marcello Albergoni, capo per l'Italia del network. Tra le parole più inflazionate in Italia troviamo specializzato, leadership, strategico, concentrato ed esperto, seguiti da appassionato, responsabile, innovativo, con esperienza e master. «Storicamente - dice Albergoni - questo è il momento dell'anno in cui la maggior parte delle persone aggiorna il proprio profilo: apportare qualche cambiamento può offrire l'opportunità di raggiungere risultati eccezionali».