

CIN CONSULTANTS

# LINKEDIN PER TROVARE BUYER ESTERI

Guida pratica per PMI italiane: come trasformare LinkedIn  
in uno strumento di business development internazionale.

*Metodo operativo 2026 · Livello: intermedio*

*Costanza Iris Nocchi · International Business Development Consultant*

## LinkedIn non è un curriculum digitale

*È uno strumento di business development. La differenza tra chi lo usa come curriculum e chi lo usa come strumento commerciale si misura in euro, non in follower.*

■ **PREMESSA:** LinkedIn funziona se hai una strategia chiara. Non funziona se lo usi per pubblicare comunicati stampa aziendali e sperare che qualcuno ti trovi. Questa guida ti dà un metodo — non una formula magica.

### 1

#### Il profilo che converte buyer internazionali

*Il tuo profilo LinkedIn è la prima cosa che un buyer estero vede prima di risponderti. Se non comunica chiarezza, credibilità e rilevanza — non risponde.*

|                   |                                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>FOTO</b>       | Professionale, sfondo neutro, viso chiaramente visibile. Non la foto delle vacanze, non il selfie, non la foto aziendale del 2012.                                                                                         |
| <b>HEADLINE</b>   | Non scrivere il tuo titolo. Scrivi il valore che porti. Esempio: 'Aiuto PMI italiane a vendere in Germania e nell'area DACH · Business Development B2B' — non: 'Export Manager presso Azienda SRL'.                        |
| <b>BANNER</b>     | Usa questo spazio visivo con un messaggio chiaro: il tuo mercato, la tua proposta, un contatto. Gratuito e sottoutilizzato dal 90% degli utenti.                                                                           |
| <b>ABOUT</b>      | Non una lista di lavori precedenti. Una narrativa: chi aiuti · come li aiuti · con quale metodo · perché sei credibile · come contattarti. Scrivi in prima persona. In inglese se operi internazionalmente.                |
| <b>ESPERIENZE</b> | Ogni esperienza deve avere risultati misurabili, non solo responsabilità. Non 'Responsabile export per il mercato tedesco'. Sì: 'Sviluppato il mercato DACH da zero a €2,4M in 3 anni, 14 distributori contrattualizzati'. |
| <b>FEATURED</b>   | Usa questo spazio per: case study, articoli, video di presentazione, link al sito. È il tuo portfolio visibile e cliccabile.                                                                                               |
| <b>SKILLS</b>     | Seleziona 5 skills rilevanti per il tuo mercato target. Le altre tolgono focus — rimuovile.                                                                                                                                |
| <b>LINGUA</b>     | Se lavori su mercati anglofoni, scrivi il profilo in inglese. LinkedIn supporta profili multi-lingua: attivali.                                                                                                            |

### 2

#### Trovare buyer esteri con la ricerca LinkedIn

*Anche senza Sales Navigator, LinkedIn è uno degli strumenti di prospecting B2B più potenti disponibili oggi.*

## RICERCA BASE — LinkedIn gratuito

### Step 1 — Ricerca per ruolo + settore + paese

Barra di ricerca → Persone → filtra per Titolo (es. 'Purchasing Manager' o 'Head of Procurement') → Settore → Paese. Salva la ricerca. Torna ogni settimana per nuovi profili.

### Step 2 — Alumni della tua università all'estero

Vai su 'Università' → 'Alumni'. Filtra per paese e settore. Il collegamento universitario è un ottimo icebreaker per il primo contatto.

### Step 3 — Chi lavora nelle aziende target

Cerca l'azienda → vai su 'Persone' → filtra per ruolo. Identifica il decision maker, il buyer tecnico, il referente commerciale.

### Step 4 — Chi interagisce con contenuti del settore

Identifica i post più seguiti nel tuo settore. Chi commenta e interagisce è spesso un profilo attivo e molto più ricettivo a un primo contatto.

SALES NAVIGATOR (piano a pagamento, ~€80/mese): permette filtri avanzati impossibili con il piano gratuito — dimensione aziendale, tasso di crescita, cambiamenti di ruolo recenti, tecnologie usate. ROI tipico: se chiudi 1 cliente l'anno grazie a SN, si paga da solo.

|  |                                                                         |
|--|-------------------------------------------------------------------------|
|  | Settore + paese + dimensione aziendale + crescita recente               |
|  | Titolo + anzianità + lingua + seniority level                           |
|  | Momento d'oro per il primo contatto — il nuovo manager cerca fornitori  |
|  | Costruisci le tue liste di aziende target e monitorale nel tempo        |
|  | Messaggi diretti anche senza collegamento (5-10/mese inclusi nel piano) |
|  | Invia materiali tracciati: sai chi li apre e quanto tempo ci passa      |

## 3

### Il primo messaggio che funziona

Il 90% dei messaggi di prospecting su LinkedIn viene ignorato. Ecco perché — e come fare diversamente.

#### X MESSAGGIO CHE NON FUNZIONA

"Gentile [Nome], sono Marco Rossi, Export Manager di Azienda SRL. Siamo un'azienda leader nel settore XYZ con 30 anni di esperienza. Vorrei presentarle la nostra gamma di prodotti e capire se c'è sinergia. Le andrebbe una call questa settimana?"

Problema: parla solo di sé. Non dice nulla di rilevante per il destinatario. È uguale a 100 altri messaggi che quel buyer riceve ogni settimana.

## ✓ MESSAGGIO CHE FUNZIONA — struttura

"Hi [Name], I came across [Company Name] while researching leading distributors in the [sector] space in [Country]. I noticed you've recently expanded into [specific area]. We work with Italian manufacturers in [your sector] entering the [Country] market — I thought there might be a relevant conversation to have. Happy to share a brief overview if you're open to it."

Perché funziona: dimostra ricerca specifica · non chiede nulla di impegnativo · lascia apertura senza pressione · 65 parole, non 200.

## 4

## Piano LinkedIn settimanale — 30 minuti al giorno

La costanza batte la perfezione. 30 minuti al giorno valgono più di 3 ore il lunedì e niente per il resto della settimana.

| GIORNO         | ATTIVITÀ                                                                                  | TEMPO  |
|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| Lunedì         | Pubblica 1 contenuto (post originale, articolo o commento approfondito a post di settore) | 15 min |
| Martedì        | Ricerca prospect: identifica 10 nuovi contatti target con filtri avanzati                 | 20 min |
| Mercoledì      | Invia 5 richieste di collegamento personalizzate a prospect qualificati                   | 15 min |
| Giovedì        | Follow-up con chi ha accettato il collegamento la settimana scorsa                        | 20 min |
| Venerdì        | Interagisci con contenuti di prospect e influencer del settore (commenti di valore)       | 15 min |
| Ogni settimana | Aggiorna la lista prospect · Misura i risultati · Ottimizza i messaggi                    | 20 min |

## 5

## I KPI da monitorare ogni mese

Non si gestisce ciò che non si misura.

|                                        |                                                                                                                                            |
|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| SSI (Social Selling Index)             | Indicatore interno LinkedIn. Obiettivo minimo: 65/100. Visibile su <a href="https://www.linkedin.com/sales/ssi">linkedin.com/sales/ssi</a> |
| Acceptance rate richieste collegamento | Obiettivo: >30%. Se è più basso, cambia il messaggio di invito.                                                                            |
| Response rate messaggi di prospecting  | Obiettivo: >15%. Se è più basso, rivedi il copy dei messaggi.                                                                              |
| Conversazioni commerciali avviate      | Quante connessioni si sono trasformate in conversazioni reali questo mese?                                                                 |

|                                              |                                                                                    |
|----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Lead qualificati generati da LinkedIn</b> | Contatti qualificati — non semplici connessioni — che hanno manifestato interesse. |
| <b>Reach media dei post (impressioni)</b>    | Indicatore di visibilità nel settore. Cresce con la costanza e la qualità.         |

Vuoi un'analisi del tuo profilo LinkedIn e una strategia personalizzata?

*Prenota una prima call conoscitiva — 30 minuti per ottimizzare il tuo LinkedIn per l'export.*

[www.cinconsultants.com/call](http://www.cinconsultants.com/call)