



Fabio Mercanti

## COME USARE LINKEDIN DA BIBLIOTECARI

Milano, Editrice Bibliografica, 2022, 80 p.

DOI: 10.3302/0392-8586-202303-077-1

Dopo *Prestito digitale* (Roma, Associazione italiana biblioteche, 2022), Fabio Mercanti ritorna con la pubblicazione di un'opera legata al web 2.0: *Come usare LinkedIn da bibliotecari* esce come cinquantasettesimo volume all'interno della fortunata collana "Library Toolbox" e si inse-

risce perfettamente nel *concept* alla base del piano editoriale che caratterizza questi manuali snelli, chiari e pratici, pensati per guidare gli operatori culturali nelle più diverse necessità legate al proprio lavoro in biblioteca.

Nello specifico, il libro si innesta nell'ambito del social marketing, un settore in crescita esponenziale nell'economia contemporanea e lo stesso mondo culturale non fa eccezione, motivo per cui l'utilizzo delle piattaforme digitali e la capacità di servirsene al meglio sono fondamentali per trasformare la presenza nella sfera digitale in un'occasione per creare reti di professionisti e per promuovere l'istituzione in cui si lavora. In questo scenario, accanto a *Come usare LinkedIn da bibliotecari*, si può ricordare *Come fare marketing digitale in biblioteca* (Anna Busa, Milano, Editrice Bibliografica, 2019)

Inoltre, per sua stessa natura, LinkedIn fa parte della famiglia dei social network. Così, mentre altre pubblicazioni affrontano l'ampio panorama delle piattaforme sociali, l'opera di Mercanti si focalizza sulla struttura e sulle potenzialità di una di queste: LinkedIn.

Il volume in oggetto, pensato sia per i neofiti sia per quanti abbiano già confidenza con il social, si apre con un breve *excursus* sulle origini di LinkedIn, per poi presentarne le caratteristiche che lo rendono del tutto peculiare rispetto ad altre piattaforme: spiegare cos'è, cosa si può trovare e ottenere è un primo passo fondamentale per evitare fraintendimenti e possibili usi inappropriati del social. Fin dal principio Mercanti definisce LinkedIn attraverso la comunità che lo caratterizza, composta da professionisti, aziende ed enti afferenti ai più svariati settori del mondo del lavoro, capaci di interagire e istituire collegamenti tra di loro, sia omogenei, quindi tra profili utente simili, sia trasversali, cioè con professionalità legate ai più diversi ambiti.

Seppure la piattaforma risulti utile e di interesse per i più svariati profili professionali, LinkedIn diventa particolarmente importante per i bibliotecari e per le attività legate al mondo del libro che abbiano lo scopo di perseguire una serie di obiettivi correlati tra loro, dal *marketing* al *branding*, passando per campagne di *advocacy*; Mercanti individua in LinkedIn una piattaforma ideale per la promozione del profilo professionale di un individuo, così come per “portare la biblioteca fuori di sé”, citando Rasetti, attraverso la creazione di uno *storytelling* avvincente che avvicini l'istituzione alle diverse comunità di professionisti presenti su LinkedIn. Esplicate le caratteristiche del social e sciolte le questioni legate alla *mission* di LinkedIn, il libro offre una guida ben organizzata a tutti gli strumenti e le funzionalità del sito, ma non solo. Illustra infatti nel dettaglio sezioni, pulsanti, tipologie di contenuti e collegamenti: da un *overview* della struttura generale, si procede verso un approfondimento delle diverse possibilità di azione.

Il capitolo *Come: essere presenti, costruire una rete, creare contenuti* si compo-

ne come cuore pulsante del manuale fornendo indicazioni, strategie e *best practices* su come operare in modo efficace ed efficiente su LinkedIn, perché, come in quasi la totalità delle piattaforme digitali, non è sufficiente garantire la propria presenza, ma è necessario creare contenuti di qualità, curare il proprio profilo e mantenere attiva la rete di contatti. In questo senso, Mercanti rimarca i vantaggi che si possono ottenere con un uso ottimale di LinkedIn e allo stesso tempo sconsiglia totalmente una presenza “vetrina”, che appiattirebbe le potenzialità del sito oltre a non apportare alcun contributo alla propria attività.

Alla base di una strategia di valore su cui costruire una solida programmazione, l'autore individua la triade costituita da gruppi, contenuti e collegamenti, tre elementi di fondamentale importanza per muoversi in modo avveduto sul social e poter creare una presenza di rilievo su LinkedIn.

Concludendo, il volume fornisce informazioni sulla struttura del social, arricchite da appunti sulle migliori strategie pensate per trarre il massimo vantaggio dall'uso della piattaforma, sia per quanti desiderino compiere i primi passi su LinkedIn, sia per coloro che abbiano già un profilo ma vogliano gestire la propria presenza in modo più consapevole.

**ALESSIA BERGAMINI**

Biblioteca civica  
Patrimonio Studi di Cento  
alessia.bergamini@studio.unibo.it