sfoodly
accademy

La tua guida per LinkedIn

Impara a utilizzare LinkedIn e promuovi il tuo street fooder

Street Food & Digital Marketing



www.sfoodly.com

Linea editoriale: Street Food & Digital Marketing

Sfoodly è condivisione, passione e amore per il cibo di strada.

Sfoodly è la piattaforma online dove consumatori e street fooder possono entrare in contatto tra loro.

Sfoodly è anche la community appassionata che stavi cercando, la tua guida su curiosità ed eventi incentrate sul mondo street food, creata in grande sinergia con tutti i principali attori.

"Street Food is Where The People Are"

Il nostro obiettivo è di mettere in contatto i protagonisti dello street food, i consumatori e i commercianti!

Condividere, appassionare e far innamorare al cibo di strada è la nostra vision!

Inoltre, ogni street fooder potrà trovare sulla piattaforma online guide per promuoversi, certificazioni e supporto sulla qualità dei propri prodotti, un'accademy per formarsi, consulenza e perfino un e-commerce in cui vendere i prodotti per far crescere il proprio business attraverso il digital.

Sfoodly vuole fare tutti noi protagonisti della filiera dello street food, una realtà fatta di amore per il cibo, per la libertà e per il divertimento!

www.sfoodly.com

Progetto « FOSTER: FOod STreet Research & Development » - PON Imprese e competitività 2014 2020 - Asse I Azione 1.1.3 - Prog n. F/200059/02/X45 - CUP: B48I20000140005 COR: 2825549
Finanziato nell'ambito della risposta dell'Unione alla pandemia di COVID-19

LinkedIn

crea un business di successo

LinkedIn emerge come uno strumento incredibilmente versatile per gli imprenditori del settore alimentare, incluso lo street food. Inizialmente, potrebbe apparire come un territorio sconosciuto, ma dietro questa apparente complessità si celano opportunità significative per le piccole imprese. LinkedIn non è soltanto una piattaforma di social networking; è piuttosto un luogo in cui le piccole imprese possono costruire la propria presenza online, stabilire connessioni con potenziali clienti e posizionarsi come figure autorevoli nel proprio settore.

Link del software: https://linkedin.com

Per gli imprenditori di street food, LinkedIn costituisce una vetrina ideale per presentare prodotti e servizi a una vasta rete di professionisti. La creazione di un profilo LinkedIn efficace è un passo fondamentale. Il profilo deve trasmettere professionalità e coinvolgimento, con una foto profilo di alta qualità e un'intestazione che catturi immediatamente l'attenzione dei visitatori.

È essenziale includere una descrizione dettagliata del proprio business, mettendo in evidenza punti di forza e il valore aggiunto offerto. Il riassunto personale rappresenta un altro aspetto fondamentale del profilo

LinkedIn, poiché questa sezione offre l'opportunità di raccontare la propria storia imprenditoriale, mettendo in luce competenze e esperienze rilevanti nel settore dello street food e mostrando la passione per l'attività. Aggiungere esperienze lavorative passate e attuali, insieme a raccomandazioni e abilità professionali, contribuisce a accrescere la credibilità del profilo.

Elemento principale, come per tutti gli altri social, è la creazione di contenuti fedeli al proprio business e coinvolgenti, ad esempio si può condividere foto e video dei propri piatti, raccontare storie dietro le quinte del proprio business e condividere consigli e trucchi del settore. La partecipazione attiva alle conversazioni e alle discussioni nel feed di LinkedIn dimostra l'expertise nello street food.

Partecipare attivamente a gruppi di settore e a discussioni rappresenta un modo prezioso per gli imprenditori di street food di connettersi con altri professionisti, condividere idee e conoscenze, e costruire relazioni significative. Creare gruppi propri su LinkedIn offre uno spazio in cui i professionisti del settore alimentare possono condividere esperienze, consigli e risorse.

Un altro strumento interessante presente su LinkedIn è l'Analisi Dati su come i contenuti vengono visualizzati, condivisi e interagiti e queste informazioni possono essere utilizzare per valutare l'efficacia delle proprie strategie di contenuto, identificare tendenze di

engagement e adattare le proprie tattiche di marketing di conseguenza.

La pubblicità su LinkedIn offre un'opportunità unica di raggiungere un pubblico mirato e promuovere il proprio business in modo strategico. Annunci sponsorizzati, messaggi inMail sponsorizzati e annunci dinamici permettono di personalizzare la strategia pubblicitaria in base agli obiettivi di marketing.

LinkedIn mette a disposizione una vasta gamma di opportunità per gli imprenditori del mondo dello street food: dalla costruzione di relazioni professionali alla promozione del proprio marchio e prodotti. Con una strategia ben pianificata e un impegno costante, si possono ottenere risultati significativi per il proprio business.

community degli street fooder italiani

Entra a far parte della community degli street fooder italiani

Scopri tutti i servizi disponibili su www.sfoodly.com

Guide, Certificazioni Supporto, Forum, Accademy, Consulenza, E-commerce sono solo alcuni servizi online per far crescere il tuo business attraverso il digital.

Informazioni legali
AGIRE Soc. cons. a r.l. - Via Isidoro e Lepido Facii snc - 64100 Teramo (TE) – info@sfoodly.com
I contenuti presenti in questa guida sono una rielaborazione parziale e/o completa dei testi del libro **Street Food & Digital Marketing. Strategie innovative di Digital Marketing per lo Street Food** edito da Galad Edizioni. *Gli autori declinano ogni responsabilità per eventuali errori e omissioni rilevabili nella presente pubblicazione. Marchi di fabbrica, nomi e loghi pubblicitari contenuti nel libro appartengono ai rispettivi proprietari.*