



LinkedIn, un gran escaparate de oportunidades

LinkedIn es una herramienta muy potente de Networking. En contra de lo que muchos piensan, la función de esta red social no se reduce a contactar, sino que se ha demostrado como un potente canal de generación de oportunidades profesionales, para comunicar, para decirle a otros qué es lo que hacemos y qué estamos buscando

Actualmente, más de 365 millones de profesionales del mundo tienen su perfil en LinkedIn y más de 7 millones de empresas tienen su página de empresa en LinkedIn. Ante estas cifras es difícil no pensar ¿cómo puede una empresa o profesional permitirse el lujo de NO estar y usar LinkedIn?

El problema con LinkedIn es que no es una red fácil de usar ni es mágica. Requiere de conocimientos, esfuerzo, tiempo y paciencia. Igual que aprender a patinar sobre hielo decentemente o crear un buen equipo de trabajo. Además, LinkedIn se suele asimilar exclusivamente a la búsqueda de empleo... Nada más lejos de la realidad, LinkedIn es mucho más que una red social profesional para buscar y encontrar trabajo. Si se usa bien es una excelente fuente de negocio, posibles clientes, proveedores, socios, etc.

Cómo usar LinkedIn

Os voy a contar algunos usos de LinkedIn para que empecéis a practicarlos. Ojo, todo esto requiere de mucha paciencia y constancia. Con tener un perfil de profesional o perfil de empresa NO basta, hay que usar LinkedIn prácticamente todos los días. Habéis leído bien, usarlo casi a diario (por no asustaros, para mí sobra el casi). Alguno de estos usos se pueden hacer con la página de empresa de LinkedIn otros desde un perfil de profesional (persona), pero todos ellos van dirigidos a mostrarnos cómo usar LinkedIn:

Uso #1: captar talento

El más obvio me diréis. Cierto, pero no por ello lo vamos a dejar de lado. LinkedIn tiene la gran ventaja de que nos permite a golpe de clic conocer y preseleccionar a los candidatos que necesitamos, "cotillear" el perfil del candidato al que vamos a entrevistar, pedir referencias, etc. Tiene la gran ventaja de que los CV suelen estar actualizados y es una súper base de datos de profesionales.

Pero no sólo hablamos de captar talento referido a potenciales empleados. LinkedIn permite a las empresas o profesionales encontrar proveedores para su negocio, inversores, mentores o referentes y un largo etcétera de posible talento. LinkedIn es como un "boca-oreja" gigantesco donde poder preguntar por algún proveedor adecuado para un servicio concreto, pedir financiación (hay muchos "business angels" dando vueltas por la red) o disponer de una red de profesionales a los que consultar

dudas o pedirles consejo a la hora de hacer algo en concreto (bien con mensajes individuales bien a través de los grupos). En LinkedIn os encontraréis perfiles de profesionales de gran talento, sobre todo si son anglosajones (a los CEOs y directivos españoles les sigue costando tener presencia en esta red). Si os dais una vuelta por LinkedIn Pulse veréis recomendaciones de personas relevantes e influyentes a las que seguir de las que aprender mucho.

Las páginas de empresa de LinkedIn posicionan muy bien en Google y son fuente de visitas web

Uso #2: herramienta de comunicación

LinkedIn ya sea a través de la página de empresa como del perfil de los empleados es una herramienta perfecta para dar a conocer los productos y/o servicios de una empresa o profesional. ¡Ojo! sin caer en el autobombo ni agobiar permanentemente con mensajes publicitarios. LinkedIn permite promocionar eventos, subir presentaciones de empresa, patrocinar contenido, hacer publicidad para públicos segmentados, etc..

La página de empresa en LinkedIn es una herramienta de apoyo a la imagen de una empresa muy sencilla y asequible (hacerse el perfil es completamente gratis) y permite hablar de productos y/o servicios de una forma diferente a cómo se hace en una página web.

Uso #3: potenciar la comunicación interna

LinkedIn permite hacer grupos de empresa a modo de "portales del empleado" que ayudan a reforzar el sentimiento de pertenencia al grupo y permiten provechar el conocimiento interno que se genere. Además el hecho de que los empleados vinculen sus perfiles a la página de la empresa les hace sentirse parte de la misma.

Uso #4: generar visitas a la web, viralizar contenidos y mejorar en Google

Según una investigación llevada a cabo por Investis IQ2 LinkedIn es la principal red social para dirigir el tráfico a sitios web corporativos así que si todos los empleados

comparten en sus perfiles contenidos de la web y blog es fácil que conseguir tráfico web cualificado. Es más, en muchos casos los resultados de LinkedIn aparecen antes en las búsquedas de Google que los de otras redes sociales. Tener una página de empresa os dará esa posibilidad. Las páginas de empresa de LinkedIn son páginas web públicas que cualquier internauta puede visitar y consultar, ya sea o no miembro de LinkedIn, y que posicionan entre los primeros resultados en una búsqueda de Google.

LinkedIn es un "boca-oreja" gigantesco en el que conseguir empleados, clientes o proveedores

Uso #5: posicionar la empresa como un referente en el sector

¿Y eso cómo? Pues con un poco de disciplina y dedicación diaria: usando las actualizaciones de la página de empresa, de los perfiles de los empleados, los debates de grupos, etc... una empresa o profesional pueden posicionarse como un referente de un sector concreto. Ejemplo: un despacho de abogados penal puede dar a conocer una ley recién aprobada, comentar casos, etc.

Uso #6: Conseguir potenciales clientes

LinkedIn ofrece muchas posibilidades para conseguir leads o contactos cualificados. La primera son las propias sugerencias de LinkedIn que aparecen en la parte lateral derecha de la página bajo la deno-

minación "gente que podrías conocer". Otra buena fuente de contactos es la gente que ve tu perfil. La mayoría de la gente se "mosquea" si alguien ha visto su perfil. Pues en lugar de eso tómallo como una estupenda fuente de potenciales clientes. La gente que ve tu perfil o son competidores cotilleando o bien son potenciales prospectos. Ve a tu página de inicio, columna derecha y pincha sobre "quién ha visto tu perfil". Podrás invitar a los contactos de segundo grado y decirles que sabes que han visto tu perfil y que estarás encantado de conectar. Tienes 300 caracteres de límite en el mensaje para convencerles. Si se trata de contactos de primer nivel entonces el mensaje puede ser todo lo extenso que quieras.

Vale la pena, también, utilizar la funcionalidad de "búsqueda avanzada", probablemente una de las opciones más desconocidas de LinkedIn. A través de aquí se pueden seleccionar potenciales contactos en función del cargo, empresa en la que trabaja, etc.

Por último tengamos en cuenta, también, las presentaciones. Y es que nunca me cansaré de decir que el mundo virtual no es tan diferente del mundo real. Si quieres conocer a alguien que a su vez es conocido de un amigo tuyo seguro que en la vida real le pides que os presente ¿verdad? Pues en LinkedIn es lo mismo. Puedes ver los contactos de un contacto tuyo y si encuentras a alguien interesante pedirle que os presente o bien buscar a la persona que quieres contactar y ver si tienes contactos en común.

Y hasta aquí algunos de los usos principales de LinkedIn. Conste que nos dejamos otros tantos, que vale la pena investigar y aprovechar.

Angeles Carsi. CEO de Websa100

SU MAJESTAD LA LECHE FRESCA.



El café en grano y la leche fresca son sinónimos de calidad de la bebida en cada taza. Hoy, gracias a Necta y a su gama completa de máquinas superautomáticas se pueden obtener espressos, capuchinos y cafés cortados con la mejor tradición italiana, con sólo pulsar un botón. El diseño elegante, tamaño compacto y la flexibilidad de sus soluciones hacen de Koro, Korinto, Kobalto y Karisma que sean únicas y muy apreciadas para cualquier emplazamiento en el mundo de los hoteles y cafeterías. Entra y descubre nuestra gama en www.nectahoreca.es



NECTA ES UNA MARCA DE

