

Resumen Imprimible

Curso Community Management

Módulo 8: LinkedIn

Contenidos

- Uso en el ámbito del marketing Digital para usuarios de forma personal
- Estadísticas generales sobre el uso de esta red
- Qué es y qué no es LinkedIn
- Crear una cuenta
- Completar nuestro perfil
- Contactos de primer, segundo y tercer nivel
- Crear una página para empresas
- Uso de estadísticas en LinkedIn

LinkedIn es el espacio perfecto, ideal en el mundo de las redes sociales, para poder volcar esta información, ya que esta red social fue concebida para que las personas tengan su currículum vitae online. Cualquier persona que esté en condiciones de armar su propio Curriculum vitae, cuenta con el requisito necesario, único e indispensable para participar de LinkedIn.

LinkedIn es para ser encontrado y no para buscar. Mucha gente se postula a empleos en LinkedIn y los consigue, pero el uso más extendido es otro. Quienes han encontrado trabajo en esta red son personas que tienen su perfil bien completo, que participan en grupos y que interactúan con los contenidos de empresas que pertenecen a su rubro/industria o perfil profesional. Que tienen actividad permanente y de calidad en la red. Ellos han sido contactados por las empresas y no al revés.

En este sentido, es preferible invertir el tiempo en interactuar, crear contenido y completar el perfil en lugar de postulándose a empleos.

Para las empresas LinkedIn se ha vuelto indispensable, porque permite acercarlas a los profesionales que forman parte de su industria o rubro. Les da la posibilidad de seguir formándose como voces autorizadas de su sector. El contacto con expertos de mi área hace que los usuarios me perciban cómo un innovador o como una empresa que siempre busca estar a la vanguardia dentro de su especialidad.

Hacer una cuenta en LinkedIn

Lo primero que tenemos que hacer es ir al sitio LinkedIn.com y registrarnos. A continuación, se nos enviará un email para confirmar nuestra cuenta. El servicio de LinkedIn básico es completamente gratuito y no tenemos ningún tipo de condicionamiento para registrarnos como usuarios.

Existen planes para personas particulares o empresas con diferentes prestaciones que permiten acciones extra a las acciones básicas.

Durante el proceso de registro la red nos irá preguntando cosas relacionadas con nuestra educación y nuestros empleos actuales y pasados.

El objetivo es vincularnos con actuales y ex compañeros, ya sean de trabajo o de estudios. En LinkedIn, tal como sucede en Facebook, las relaciones son mutuas. En este caso no seremos amigos, sino que ante una solicitud recibiremos una notificación que indica que un usuario "quiere añadirte a su red de contactos", y asimismo un e-mail en donde el usuario nos pedirá añadirlo a nuestra red de LinkedIn. Para que la relación exista, debemos aceptar la solicitud, sino, no estaremos vinculados a la red de este usuario. Del mismo modo, cuando alguien quiere contactarnos, nosotros podremos buscar contactos de cero con el buscador o aceptar las sugerencias que nos haga LinkedIn de gente que considera que podríamos conocer.

Una vez que aceptamos o nos aceptan las solicitudes de contacto, el usuario pasa a ser parte de nuestra red y su perfil estará visible para nosotros desde el menú superior que dice "Mi red".

Muchos usuarios agregan a su red a otros porque simplemente quieren ver determinadas publicaciones de un sector o industria en sus inicios, y por ello contactan a personas que estén relacionadas con ese contenido que consideran interesante. Tengo la opción de hacer búsquedas por filtros de mis contactos, herramienta muy útil para cuando tenemos una red de contactos muy grande y no conocemos muy bien a sus integrantes.

Una vez registrados, veremos que toda la información que aportamos ha sido volcada en nuestro perfil, que tiene forma de Curriculum Vitae.

Cualquier espacio que requiera ser mejor completado o modificado puede editarse desde el lápiz que aparece sobre la izquierda al pasar el mouse.

Es de vital importancia **completar el perfil** lo mejor posible. Cuanta más información aportemos a nuestro perfil, es más probable que nuestro perfil reciba más visitas y que nos agreguen a más redes de usuarios. Esto es porque la red cuenta con un buscador donde, al ingresar un término, por ejemplo "Marketing Digital", obtenemos resultados de personas, empresas, empleos y grupos que están relacionadas de algún modo con la actividad.

Cualquier sección que queramos agregar a nuestro CV puede editarse desde los lapicitos que aparecen junto a cada sección. Es muy recomendable acceder a las sugerencias que hace LinkedIn para tener nuestro perfil completo. Podemos agregar cualquier sección faltante en nuestro perfil haciendo click en el botón “Añadir Sección” que se encuentra debajo de nuestra foto de portada.

- Un detalle importante es personalizar la visibilidad y la url de nuestro perfil. Por defecto LinkedIn nos da una url con nuestro nombre y unos caracteres que hace que sea muy difícil de recordar. Para tener una url más bonita, debemos ingresar a la sección que se encuentra sobre nuestra izquierda, y desde allí, donde dice editar datos personales. Una vez que estemos en esa página, podremos ver la url actual de nuestro perfil, que es clickeable y junto a la cual aparece un lápiz azul que nos da la posibilidad de editarla.
- También podemos elegir qué partes de nuestro perfil serán públicas para otros usuarios desde la columna derecha.
- Otra de las acciones que podemos realizar desde nuestro perfil es acceder a la exportación de nuestro Curriculum desde el botón “Más...” que se encuentran en pantalla, pero el resultado final es un archivo pdf con un diseño aceptable, muy sobrio.
- También tenemos un enlace para compartir nuestro perfil.
- Es fundamental completar la **sección de Aptitudes**. Simplemente hay que agregar la sección a nuestro perfil y comenzar a tipear nuestra aptitud, como por ejemplo “Redes sociales”. Frente al término que ingresamos, LinkedIn sugerirá diferentes términos relacionados a la palabra que estamos ingresando. Al hacer click en alguna de las sugerencias que aparecen en la lista, ya hemos incorporado nuestra aptitud. Podemos así, enumerar tantas aptitudes como tengamos.

Nuestras aptitudes pueden ser **validadas** por aquellos contactos que forman parte de nuestra red y que ciertamente saben que somos poseedores de esa aptitud. Como estos conocimientos no fueron obtenidos a través de una institución que pueda certificar nuestros conocimientos, entonces la forma de

demostrar que disponemos de esos conocimientos es la cantidad de validaciones por parte de terceros que puedo conseguir para mis aptitudes.

Para conseguir que otros validen mis aptitudes, debemos visitar los perfiles de los usuarios que forman parte de nuestra red y validar las aptitudes que tenemos constancia que ese usuario posee. Las buenas costumbres de uso de LinkedIn indican que, para devolvernos la gentileza, esos usuarios validaran las aptitudes de las cuales tengan seguridad que poseemos.

Los contactos que forman parte de mi red de LinkedIn tienen diferentes niveles. Estos pueden ser **contactos de primero, segundo o tercer nivel**. Nuestra red está compuesta por estos tres niveles de contacto y por las personas con las que compartimos grupos en LinkedIn. El nivel de contacto está indicado al finalizar el nombre del contacto e indica los grados de separación que tenemos con ellos.

- Los contactos de primer grado son aquellas personas con las que estamos conectados de forma directa, sin intermediarios. Esto puede darse porque aceptamos su invitación a formar parte de su red o porque ellos aceptaron nuestra invitación. A estos usuarios podemos enviarles mensajes privados utilizando el servicio de mensajería instantánea de LinkedIn.
- Los contactos de segundo grado son aquellos que están conectados de manera directa con nuestros contactos de primer grado, pero no con nosotros. Para comunicarnos con estos usuarios no podemos utilizar la mensajería instantánea de LinkedIn. Lo conveniente es enviarles una solicitud para que, luego de aceptada, podamos enviarle un mensaje privado, ya que si acepta la solicitud, pasará entonces a ser un contacto de primer grado.
- Los contactos de tercer grado son aquellos usuarios que están conectados con los contactos de segundo grado. Si son visibles su nombre y apellido, entonces significa que podemos invitar al miembro a formar parte de nuestra red enviándole una invitación a Conectar, tal como hicimos con los contactos en segundo grado.

- Los **compañeros de Grupos de LinkedIn** son usuarios con los que simplemente compartimos un interés en común, independientemente de que sea un contacto de primero, segundo o tercer grado. Podemos contactarlos mediante mensajes privados de LinkedIn o directamente a través del grupo compartido, en la sección de debates del grupo.
- Se consideran contactos fuera de la red a los usuarios de LinkedIn que no pertenecen a ninguno de los tipos de usuarios que acabamos de estudiar, y pueden ser contactados a través de un mensaje InMail.

Cuando visualizamos a toda nuestra red de contactos, tenemos la posibilidad de hacer click en el enlace que dice “**Gestionar los contactos importados**” que se encuentra en el extremo superior derecho de la pantalla. Haciendo click allí accedemos a la opción que se encuentra en la parte inferior derecha de la pantalla que indica que podemos descargar nuestros contactos. Esto significa que LinkedIn es la única red social que permite que nos llevemos la información de nuestros usuarios. Al exportarlos lo hacemos en un archivo tipo .csv, que es el formato de base de datos y que puede abrirse en un editor de planillas de cálculo como Excel. Esta base de datos trae toda la información que los usuarios vuelcan en la red, desde el mail con el que se registraron hasta sus datos personales. Esta información puede volcarse en otros programas con Outlook.

Los grupos en **LinkedIn Grupos** nos permiten, tal como sucede en otras redes sociales que admiten grupos y en los foros web, que los usuarios se agrupen con otros alrededor de un interés en común. En el caso de esta red, son grupos generalmente profesionales que publican actualizaciones referidas a información, novedades y discusiones. Interactúan comentando, recomendando y compartiendo. Cada usuario de LinkedIn puede ser miembro de hasta 50 grupos.

Cualquier usuario de LinkedIn puede crear un grupo. Tal como sucede en Facebook, los grupos tienen diferentes niveles de privacidad:

- Grupo estándar: Los miembros pueden invitar a otros miembros. Se muestra el grupo en los resultados de búsqueda.
- Grupo no publicado (no figura en la lista): Solo el propietario, los administradores y los moderadores pueden invitar a miembros. Se oculta el grupo en los resultados de búsqueda.

Los usuarios, además de participar en grupos, pueden publicar en sus perfiles, no como parte de su Curriculum, sino como posteo.

¿Qué podemos publicar?

- Artículos, notas o publicaciones propios sobre cualquier tema relacionado a nuestra actividad.
- Logros u objetivos alcanzados relacionados a nuestro trabajo o área de estudios que puedan mostrarse a modo de portfolio o con enlaces a sitios webs donde el usuario pueda obtener mayor información al respecto.
- Infografías, en muy menor medida, ya que, como estudiamos, la red ideal para estas es Pinterest.
- Contenido de otros, como webs, blogs, foros, etc, que sean relevantes o aporten soluciones a nuestra actividad, siempre citando la fuente.
- Tener actividad en la red: comentar publicaciones de otros usuarios, que puedan generar también debate. Compartir y recomendar lo que otros usuarios hacen en LinkedIn dará una buena visibilidad a nuestro perfil.
- Podemos publicar productos en la medida que no perdamos de vista que esta red no es un canal de venta. Más bien utilizaremos este recurso de modo educativo o informativo, no comercial.

Las **páginas de empresa** son la forma en que las organizaciones tienen presencia en esta red. Un usuario puede crear y ser el administrador de múltiples páginas.

Para **crear una página de empresa en LinkedIn**, debemos ir al menú superior que dice "Productos", e ir hasta la última de las opciones, donde dice "Páginas de Empresa" junto a un signo "+".

El único requisito para crear una página es disponer de un correo electrónico de tipo corporativo, es decir, un correo electrónico de tipo info@miempresa.com.

Esto sucede para que no creen páginas usuarios que no están vinculados a una empresa. La única forma de acreditar identidad frente a LinkedIn es teniendo acceso a un correo electrónico corporativo donde podamos dar clic al enlace que nos envíen para confirmar nuestra página.

Una vez que reunamos los requisitos, LinkedIn nos guiará por el proceso para completar la información de la página. Recordemos, como en todas las redes, es fundamental que tengamos nuestros perfiles lo más completos posibles, ya que esto aumenta nuestras chances de aparecer cuando los usuarios usen el buscador de LinkedIn.

- Las páginas de LinkedIn tienen una estructura más simple que la del perfil. Tenemos una foto de perfil, que como siempre utilizaremos para branding, y una imagen de cabecera. Al igual que con nuestro perfil, cada sección puede editarse desde el lapicito.
- La descripción, nuestro rubro, el tamaño de la empresa y demás información, se encuentra haciendo click desde el perfil y podemos chequear cómo la verá el público haciendo click en el botón superior "Ver como miembro"
- En actualizaciones podemos comenzar a darle vida a nuestra página compartiendo notas, entrevistas, artículos, vídeos, fotos, etc. Los profesionales o usuarios pueden seguir las páginas de las empresas que les interesan. Las páginas

que seguimos se guardan al pie de nuestro perfil y sus actualizaciones aparecerán en nuestro inicio.

LinkedIn explica en su sección de ayuda, que las páginas pueden tener varios **administradores o colaboradores**, con diferentes características:

- El Administrador designado permite a los empleados realizar cambios en la página de empresa, añadir otros administradores y publicar actualizaciones de empresa.
- El acceso al Anunciante de Recruiter permite a los técnicos de selección de personal publicar actualizaciones de empresa en nombre de la empresa.
- El acceso al Anunciante de contenido patrocinado directo ofrece a los responsables de marketing de la empresa la posibilidad de compartir contenido en el feed de la página de inicio de los miembros de LinkedIn.
- El acceso al Gestor de formularios de generación de contactos permite a los administradores asignados descargar contactos del Administrador de campaña.
- El acceso al administrador de Pipeline Builder permite a los usuarios crear y modificar páginas de destino de Pipeline Builder (páginas especiales) asociadas con tu página de empresa.

Las **páginas de producto** son extensiones de la página de empresa. Sirven para empresas que tienen varios productos estelares o varias marcas, (por ejemplo, Apple podría tener su página de empresa y una página de producto para iPhone).

Están pensadas para destacar una marca, una unidad de negocio o una iniciativa. Pueden ser creadas para destacar ciertos aspectos del negocio y añadir los mensajes y segmentos del público con el que queremos compartirlos.

Para crear una página de productos, debemos ser los administradores de la página de empresa principal. La página de productos también va a necesitar que se nombre un administrador. Cada página de empresa puede tener hasta 10 páginas de productos.

Para que mi perfil quede ligado a la empresa donde trabajo, al momento de completar la experiencia laboral en mi CV, debo comenzar a tipear el nombre de la empresa para la que trabajo y esperar que LinkedIn sugiera diferentes nombres de página de empresa que coincidan con los caracteres que acabo de ingresar. Sólo una vez que veo el nombre de la empresa que deseo vincular a mi perfil, al darle clic la dejo incorporada a mi CV y entonces mi perfil de LinkedIn será visible junto a toda la nómina del personal cuando alguien haga clic en ver los empleados de la empresa. En el caso de que un usuario se agregue como empleado de una empresa, pero no trabaje en ella, quien administre esa página de la empresa deberá realizar una notificación por falso perfil, cuya página se encuentra disponible en <https://goo.gl/S3xbJb>

En LinkedIn las **estadísticas** se encuentran en el apartado llamado "Análisis". Para acceder a estas estadísticas es necesario gestionar el acceso como administrador para todos aquellos usuarios que necesiten analizar esta información, ya que serán nuestros colaboradores administrando la página.

Como administrador de nuestra página de empresa, somos los responsables de representarla y cuidar tanto su presencia como su reputación en LinkedIn.

Los administradores que designemos tendrán acceso a información no sólo de la performance de cada publicación sino también de la página en general y también información demográfica y de intereses de aquellos que son su audiencia, es decir, el público al que alcanza.

Las estadísticas, o el llamado análisis en LinkedIn, nos permiten hacer un seguimiento de las interacciones en nuestras publicaciones, medir y monitorear el comportamiento del número de seguidores, y también obtener información sobre todos aquellos que visitan nuestra página de empresa pero que no son seguidores.

Nos permiten:

- Hacer una evaluación sobre cómo se interactúa individualmente con cada una de nuestras publicaciones.
- Estar al tanto de las tendencias en diferentes cuantificaciones de medición clave

- Conocer mejor a nuestros seguidores y comprenderlos, ya sea a través de lo que les interesa, de la demografía y todos los factores que resulten relevantes para tener un análisis completo de nuestro público objetivo.
- Entender qué genera interés y qué gusta más de nuestra página, y conocer toda la actividad que se registra en ella.

Para acceder a la función de Análisis de nuestra página de empresa le damos click al icono “Yo”, en la parte superior derecha del perfil de LinkedIn.

En “Gestionar” elegimos nuestra página de empresa. Una vez allí elegimos “Análisis”.

El menú desplegable de Análisis nos permite elegir entre Visitantes, Actualizaciones o Seguidores.