

Material Imprimible

Curso de LinkedIn

Módulo 1: herramientas generales

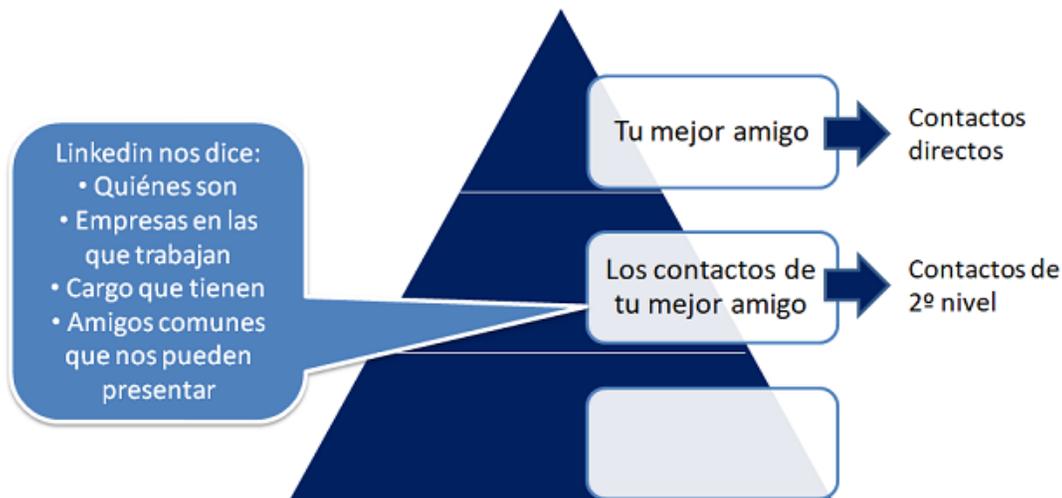
Contenidos:

- creación de cuenta
- red de contactos
- mensajería
- feed y publicaciones
- notificaciones
- configuración y privacidad

LinkedIn

LinkedIn es un integrador de redes profesionales de manera que, cuando invitas a conectar a alguien que conoces y dicha invitación es aceptada, de forma automática, tienes acceso a los contactos de dicho profesional.

Esto es muy importante porque puedes explorar en qué sectores, áreas funcionales, empresas e, incluso, qué cargos tienen, los contactos de aquellos conocidos que has invitado a formar parte de tu red.



Las posibilidades de implementar acciones de networking, y hacerlo de forma eficaz, se multiplican, tantas veces, como contactos que conoces formen parte de tus contactos directos. Así es cómo funciona LinkedIn y te facilita el logro de tus objetivos profesionales.

La función de tu primer nivel de relación es pues, «abrir puertas» en el segundo nivel, al que llamamos el nivel de las oportunidades. Por tanto, invita a conectar a toda aquella persona que conozcas, porque ese es su valor fundamental, trabaje o no en tus sectores de interés.

El objetivo de esta plataforma no es la acumulación de contactos, sino «crear relaciones nuevas que te acerquen a tus objetivos profesionales», sean estos de empleo o de negocio. La creación de relaciones «de carne y hueso», no solo virtuales, es una de las claves que marcan la diferencia entre un buen uso y un mal uso de LinkedIn.

Las redes sociales, y LinkedIn también lo es, son lugares en donde construimos nuestras propias audiencias. LinkedIn habilita utilidades que te permiten compartir contenidos,

debates, vídeos, etc. que transmiten mensajes de tu interés, tanto con tu red de contactos, como con grupos profesionales de los que tu perfil forma parte.

The image shows a screenshot of a LinkedIn post by Pedro De Vicente. The post discusses LinkedIn's limitations on user accounts and lists five points: 1. Cannot invite more than 5,000 professionals. 2. Cannot have more than 30,000 first-level contacts. 3. Search results are 100% from one of three relationship levels. 4. LinkedIn groups are no longer part of the user's network. 5. Cannot use tags and notes for better network management. The post has 252 recommendations and 70 comments. To the right of the post, two red boxes with arrows point to the engagement statistics: '25 veces vuelto a compartir (70 comentarios, 251 recomendaciones)' and '191.576 visualizaciones'.

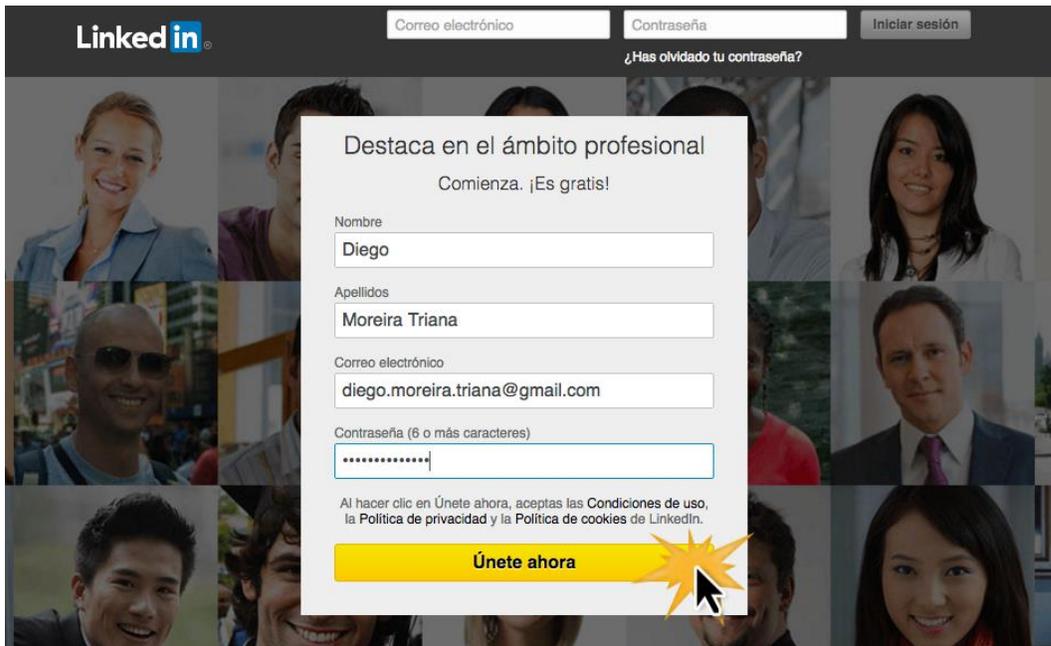
En la imagen de arriba, puedes ver un debate compartido con mi red de contactos, una red con más de 17.000 contactos directos. Gracias a las «recomendaciones», «comentarios» y «comparticiones», que mi red ha realizado, dicho contenido ha obtenido un nivel de visualizaciones que superan las 191.000, un nivel muy superior al tamaño de mi red, antes mencionada. Otro gran ejemplo de cómo funciona LinkedIn. Cuando los contenidos que compartes ponen de manifiesto tu saber hacer, tu formación, tu experiencia y los beneficios que aportas, estás dándote a conocer como el profesional que eres, y ante una audiencia realmente segmentada, previamente, generada por ti, en función de tus objetivos.

Redes como LinkedIn, son grandes herramientas para darte a conocer ante los profesionales y directivos de tu interés. No utilizarla en este sentido, significa desaprovechar una parte fundamental de esta red profesional.

Conversar con tu red, la mantiene viva, activa, y es la mejor forma de serles de utilidad porque, la pregunta que debes hacerte no es **«cómo puedes sacarle partido a tu red»**, sino **«cómo puedes serles de utilidad»**.

Crear cuenta

Ingresa a [LinkedIn.com](https://www.linkedin.com). Allí escribe los siguientes datos: Nombre, Apellidos, Correo electrónico y una contraseña que usarás para ingresar a esta red social. Luego, haz clic en **Únete ahora**.

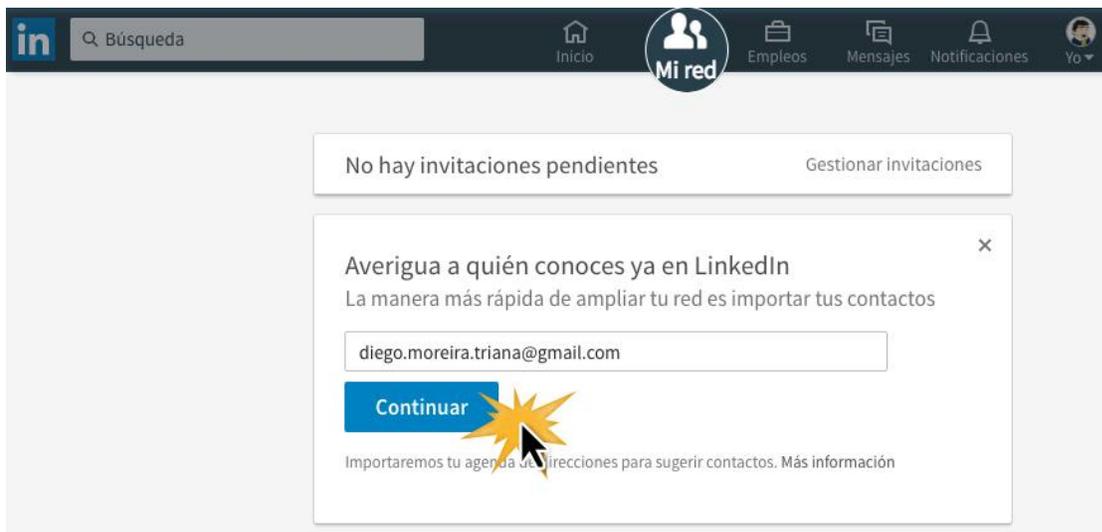


The image shows a screenshot of the LinkedIn sign-up page. At the top, there is a navigation bar with the LinkedIn logo, a search bar, and a 'Iniciar sesión' button. Below the navigation bar, there is a sign-up form with the following fields: 'Nombre' (Name) with the value 'Diego', 'Apellidos' (Last names) with the value 'Moreira Triana', 'Correo electrónico' (Email) with the value 'diego.moreira.triana@gmail.com', and 'Contraseña' (Password) with a masked input. A yellow 'Únete ahora' button is at the bottom of the form. The background of the page is a collage of diverse people's faces.

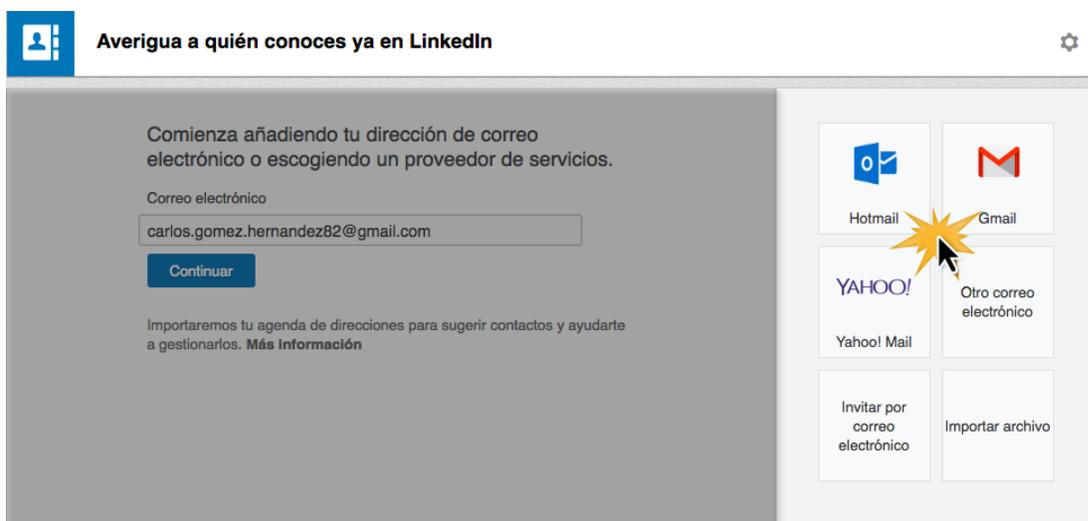
Red de contactos

Si quieres que tus contactos de Yahoo, Outlook o Gmail se unan a tu red profesional de **LinkedIn**, puedes importar tu lista de contactos de tu correo electrónico y añadirla a esta red social junto con su información de contacto.

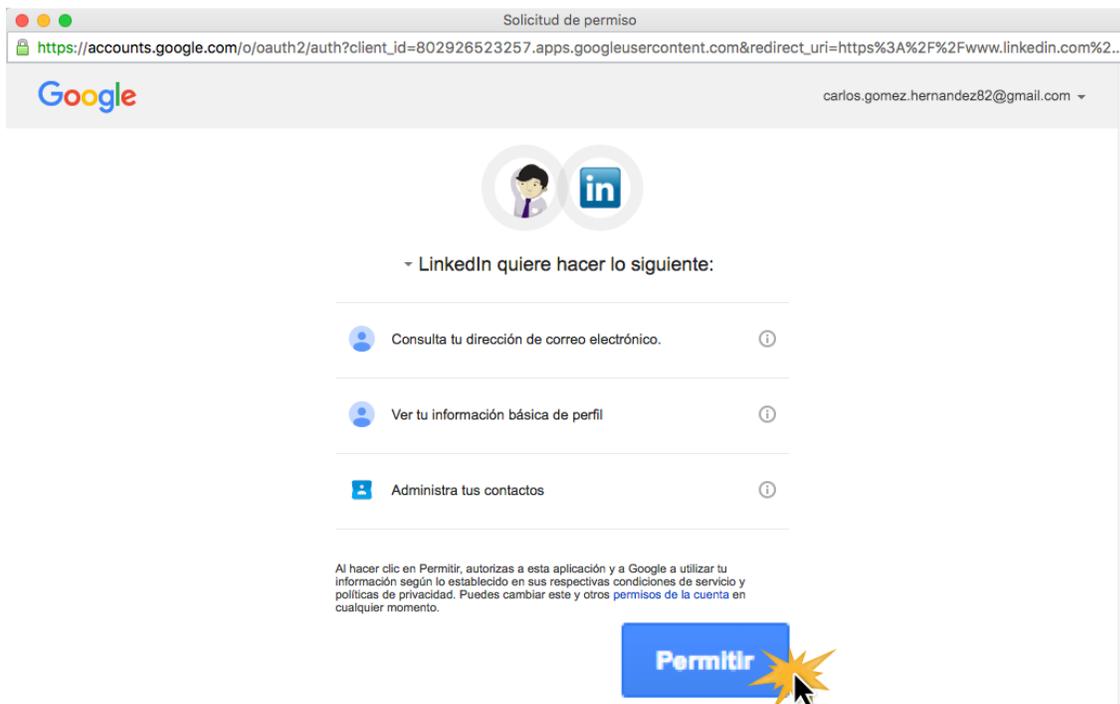
Haz clic sobre la pestaña **Mi red**, ubicada en la parte superior de la pantalla, y allí haz clic en **Continuar**, en el recuadro que tiene tu dirección de correo electrónico.



Se abrirá una ventana con varios proveedores de correo electrónico. Selecciona el tuyo e inicia sesión en la ventana que te aparece.



LinkedIn pedirá acceso a tu dirección de correo electrónico e información de perfil. Además, deberás permitirle administrar tus contactos, según sus políticas de privacidad. Haz clic en **Permitir** para habilitar esta opción.



Aparecerán tus contactos del correo. Selecciona los que quieres agregar a tu red y haz clic en **Añadir**.

Si alguno de tus contactos del correo electrónico no es usuario de LinkedIn, se le enviará un correo electrónico invitándolos a unirse a esta red social.

Conecta con personas que conoces en LinkedIn

Hemos encontrado 48 personas que conoces en LinkedIn. Selecciona a las personas con las que te gustaría conectar.

Dejar de seleccionar todo (48)

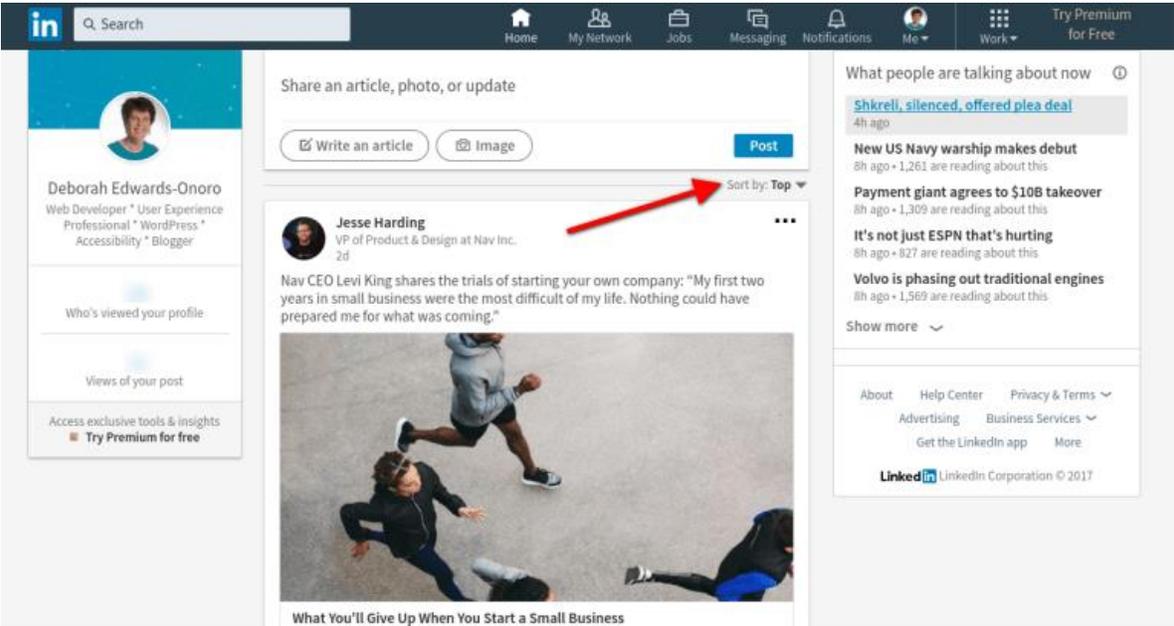
<input checked="" type="checkbox"/>	 Juan Pablo Garcia Solano Profesional de Ingeniería industrial o m...	<input checked="" type="checkbox"/>	 Evelyn Dominguez Serrano Consultora en Comunicación y Educación
<input checked="" type="checkbox"/>	 Antonio Roveda DECANO ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNIC...	<input checked="" type="checkbox"/>	 Francisco Javier Casas Otavo Profesional En Comunicación Social
<input checked="" type="checkbox"/>	 Maria Gladys Yate Hurtado Psicologa de selección en Constructora B...	<input checked="" type="checkbox"/>	 Andrés Delgado Fue a Universidad Piloto de Colombia

Feed y publicaciones

La feed de LinkedIn o como también se le conoce página de inicio o Timeline, es un sitio de recopilación de información que se encuentra relacionada directamente con tu red de contactos e intereses, en el caso que te aparezca información que no consideres relevante puedes indicarlo para que esta no vuelva aparecer allí. Cabe mencionar que la cantidad de contenido que aparece allí va a ser proporcional a tu red de contactos, es decir, que si esta aumenta la cantidad de contenido que te aparecerá en la página de inicio será mayor.

Esto quiere decir que la mayor cantidad de información que aparece en el feed se encuentra relacionada directamente con las actividades que lleva a cabo cada uno de tus contactos. Pero no solo aparecerán datos con relación a estos usuarios, sino que también la red social añade otro tipo de contenido que resulta de interés para el usuario, esto de acuerdo a las actividades del mismo dentro de la plataforma.

Y es que esta página de inicio se crea con la finalidad de lograr llevar a cabo actividades interesantes donde se anime a los miembros de la red social a interactuar con las demás personas y a su vez a participar en aquellos temas que tengan importancia para ellos.



The screenshot shows the LinkedIn homepage interface. At the top, there is a navigation bar with icons for Home, My Network, Jobs, Messaging, Notifications, and Me. Below this, the user's profile is visible, showing the name Deborah Edwards-Onoro and her professional details. The main content area features a post by Jesse Harding, VP of Product & Design at Nav Inc., with a red arrow pointing to the 'Sort by: Top' dropdown menu. To the right, there is a section titled 'What people are talking about now' with a list of trending articles, including 'Shkreli, silenced, offered plea deal', 'New US Navy warship makes debut', 'Payment giant agrees to \$10B takeover', 'It's not just ESPN that's hurting', and 'Volvo is phasing out traditional engines'. The bottom of the page includes a footer with links for About, Help Center, Privacy & Terms, Advertising, and Business Services, along with the LinkedIn logo and copyright information.

De esta manera, en esta sección de LinkedIn el usuario tiene la oportunidad de conseguir contenido relacionado a las empresas que sigue, del contenido patrocinado y

de muchas otras publicaciones que el sistema considera que son de tu interés. Por suerte, esta sección se puede personalizar y controlar, por lo que tú mismo puedes ir indicando que te genera interés y que no.

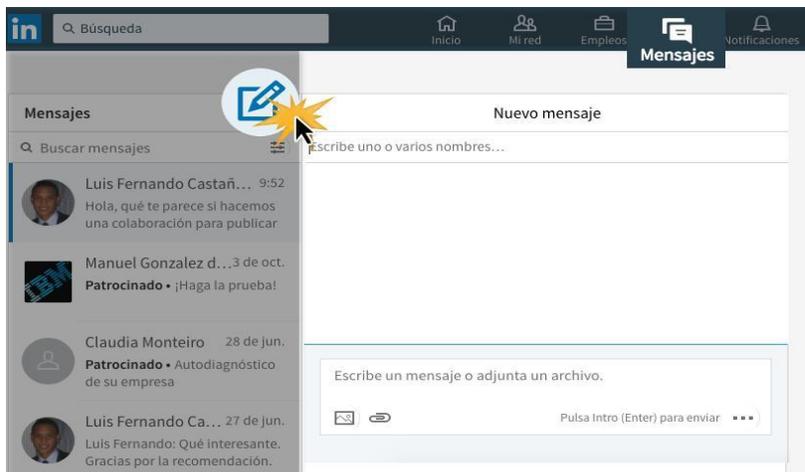
En esta sección de LinkedIn los usuarios tienen la oportunidad de encontrar tres tipos de contenidos, los cuales se pueden personalizar y mejorar para que cada uno de ellos se encuentre mucho más acorde a las necesidades y los gustos de cada uno de los usuarios.

LinkedIn cuenta con un algoritmo se encargará de mostrar contenido que se verá reflejado en tu página de inicio, en ella por lo general se muestran lo que son las actualizaciones más recientes de tus contactos. Estos algoritmos también se encargan de estudiar tus intereses de acuerdo a las actividades que vas realizando dentro de la plataforma.

De acuerdo a estos estudios el sistema se encarga de proporcionar cierto tipo de contenido que cree que puede resultar interesante para ti. Por lo tanto, poder saber cómo funciona el algoritmo de LinkedIn te podrá ayudar a conseguir una mayor variabilidad de contenido interesante en tu feed, donde seguramente encontraras información importante y relevante.

Mensajería

Los mensajes de LinkedIn te permiten comunicarte con otros miembros de LinkedIn con los que estás conectado. En LinkedIn solo puedes enviar mensajes gratis a tus contactos de 1er grado (y a tus compañeros miembros de los grupos a los que pertenezcas, desde las páginas de grupos). Si no estás conectado, siempre tienes la opción de enviar un mensaje InMail a otro miembro de LinkedIn.



Puedes iniciar conversaciones con tus contactos directamente desde tu página de mensajes o desde el perfil de tu contacto. Puedes enviar un mensaje a un solo contacto de 1er grado o iniciar un hilo de mensajes con dos o más contactos enviando un mensaje a varios destinatarios.

También puedes reenviar un mensaje para compartir una conversación con otro contacto. Cuando envías un mensaje, este se remite a la lista de mensajes del destinatario y, posiblemente, a su dirección de correo electrónico.

Además, puedes continuar un diálogo con tus contactos mediante la búsqueda de mensajes enviados y recibidos, utilizando filtros o palabras clave para responder a un mensaje.

Los mensajes de LinkedIn te dan la opción de abandonar una conversación, o puedes silenciar una conversación para dejar de recibir notificaciones de nuevos mensajes en el hilo. Si has iniciado una conversación, también puedes concluir el hilo eliminando la conversación.

Si has recibido un mensaje inapropiado u ofensivo, puedes denunciar el mensaje como correo no deseado.

Configuración y privacidad

La página Configuración y privacidad permite gestionar la configuración de tu cuenta de LinkedIn, actualizar la configuración de privacidad y seguridad y configurar tus preferencias sobre la frecuencia con que quieres que te contactemos. En la parte superior de la página, también verás un resumen de los detalles de tu cuenta, entre los que se incluyen el titular de tu perfil, el número de contactos y las cuentas Premium que tienes actualmente, en el caso de tenerlas.

La página Configuración y privacidad se organiza en seis secciones que te ayudan a ver y modificar fácilmente la información de tu cuenta, las preferencias de privacidad, la configuración de anuncios y las notificaciones de comunicaciones.

- **Preferencias de cuenta:** la información básica de tu perfil debe estar actualizada con tus preferencias para tu experiencia LinkedIn, redes, suscripciones, etc.
- **Iniciar sesión y seguridad:** gestiona la configuración que mantiene la seguridad de tu cuenta.
- **Visibilidad:** controla quién puede ver tu perfil, red y actividad de LinkedIn.

- **Comunicaciones:** selecciona tus preferencias sobre cómo deseas que LinkedIn y otras personas contacten contigo, así como la frecuencia con que quieres que lo hagamos y tu experiencia de mensajes general.
- **Privacidad de los datos:** abarca toda la configuración de privacidad y seguridad relacionada con el uso que hace LinkedIn de tus datos, preferencias de búsqueda empleo y otras aplicaciones. También puedes administrar y descargar los datos de tu cuenta.
- **Datos de anuncios:** te permite controlar la información que utiliza LinkedIn para mostrarte anuncios relevantes al ajustar la configuración de anuncios de tu cuenta.

Para acceder a esta página, sigue estos pasos:

1. Haz clic en el icono de Yo, en la parte superior de tu página de inicio de LinkedIn.
2. Selecciona Configuración y privacidad en el menú desplegable.

Nota: También puedes escribir <https://www.linkedin.com/psettings/> en la barra de direcciones de tu navegador.

¿Cuáles son las ventajas que tiene un emprendedor al trabajar su reputación digital en LinkedIn?

Puede aprovechar LinkedIn para poder posicionar su expertise, su propósito y su visión de negocio. De esta manera, irá construyendo su credibilidad en el sector y así será más fácil posicionar su negocio.

LinkedIn no es una red diseñada únicamente para el “autobombo” o para conseguir empleo, esta red social puede funcionar según el objetivo de cada profesional. Más allá de poner tu cantidad de títulos o grados, en esta red lo que se busca es generar comunidad a través de la generación de contenido de valor. Puedes tener muchos títulos, pero si no compartes más allá de eso, tu perfil es uno más del montón.

Muchos emprendedores creen que la única forma de hacer que su negocio tenga éxito, es posicionar su emprendimiento y esperar a que este crezca para que luego ellos se puedan posicionar como los **“founders”**. Sin embargo, también funciona al revés.

Un **“founder”** o emprendedor puede trabajar su marca personal para posicionarse

como experto en su rubro y a través de esa credibilidad adquirida dirigir reputación y mejores leads a su emprendimiento.

Algunos emprendedores también se preguntan: **¿Si yo no tengo títulos o grandes puestos, ¿para qué estaría en LinkedIn? ¿De qué manera obtengo compradores en LinkedIn? No le veo relación para mi emprendimiento. Los emprendedores no buscan empleo, ¿Qué harían en LinkedIn?**

Una estrategia de contenido orgánico en [LinkedIn](https://www.linkedin.com), es una estrategia “Inbound”, lo que significa que ponemos en vitrina contenidos que sabemos que serán de valor para los usuarios, entonces al verlo, son los mismos usuarios los que nos tocarán la puerta si es que están interesados.

Por lo antes expuesto, Gabriela Denegri, CEO de la empresa Brandtech y especialista en reputación digital nos indica las ventajas el por qué un emprendedor tiene que estar en LinkedIn:

1. Un emprendedor, más allá de los títulos, puede aprovechar LinkedIn para generar una red de networking. Muchos stakeholders de peso del ecosistema emprendedor están en esta red. Podemos conocer a ese “socio soñado” o ese “inversionista ángel” que necesitas para seguir creciendo tu negocio.
2. Puede aprovechar LinkedIn para poder posicionar su expertise, su propósito y su visión de negocio. De esta manera, irá construyendo su credibilidad en el sector y así será más fácil posicionar su negocio.
3. Generar una comunidad, te dará credibilidad al emprendedor como cabeza de su negocio. Esto hará que sea más fácil la captación de Leads.
4. El networking que puede traer LinkedIn a un emprendedor es muy grande. El ecosistema emprendedor se nutre de relaciones significativas y LinkedIn es el mejor lugar para hacerlas.
5. Una estrategia orgánica de contenidos en LinkedIn para un emprendedor, decanta en un posicionamiento en la mente de tu audiencia frente a otros actores en el rubro. Posicionar al emprendedor, antes que, al negocio, es una buena estrategia de crecimiento. De hecho, es más rápida y efectiva ya que en LinkedIn, leer a una persona es 16x más potente que leer a una cuenta de compañía

Fuentes: <https://www.exprimiendolinkedin.com/que-es-linkedin-para-que-sirve-como-funciona/>
<https://edu.gcfglobal.org/es/como-usar-linkedin/importar-contactos-del-correo-electronico/1/>
<https://internetpasoapaso.com/feed-linkedin/>
<https://www.linkedin.com/help/linkedin/answer/71255/resumen-de-mensajes-de-linkedin?lang=es>
<https://www.linkedin.com/help/linkedin/answer/555/gestionar-tu-configuracion-de-cuenta-y-de-privacidad-resumen?lang=es>
<https://trome.pe/emprende-trome/informacion-util/cuales-son-las-ventajas-que-tiene-un-emprendedor-al-trabajar-su-reputacion-digital-en-linkedin-noticia/>