

Material Imprimible

Curso de LinkedIn

Módulo 3: eje laboral

Contenidos:

- anuncios de empleo
- empresas en LinkedIn
- hashtags
- promoción de contenido
- grupos
- publicaciones programadas

Anuncios y alertas de empleo

Según los datos de Kinsta, LinkedIn resulta un 277% más efectivo generando leads que Twitter o Facebook.

Un “lead”, en el terreno del marketing, significa creación de una conexión. Es decir, la capacidad de conectar con un responsable de recursos humanos o de avanzar en una entrevista de trabajo es muchísimo mayor.

Aunque la búsqueda de empleo en LinkedIn no sea el objetivo principal de esta red social, sí que es una de las grandes ventajas de ésta.

Tiene un apartado exclusivo para la búsqueda de empleo, “*LinkedIn Empleos*”, en el que puedes encontrar multitud de ofertas de trabajo.



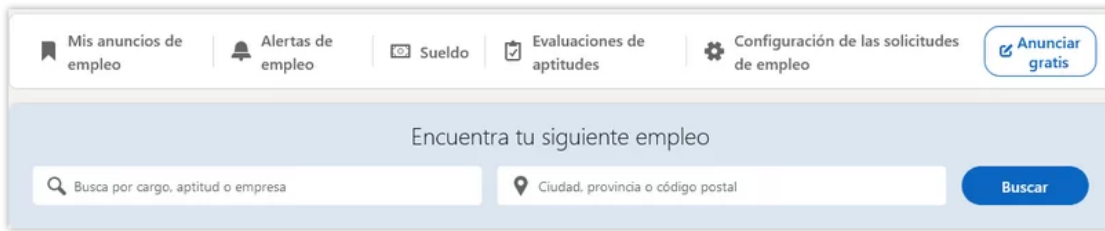
Para inscribirte en una oferta de trabajo haz clic en “Solicitar”.

Por lo que, podríamos concluir que, en LinkedIn el trabajo no te va a “caer del cielo”, pero si le dedicas un poco de tiempo, es muy probable que lo encuentres.

Las alertas de empleo de LinkedIn son avisos que nos manda esta red social cuando sale una nueva vacante que nos puede interesar, y la manera más eficaz de no perderte nada.

Puedes elegir las que te lleguen las notificaciones diaria, semanal o mensualmente.

Para crear una alerta de empleo en LinkedIn debes ir al apartado de “Empleos” y hacer clic en “Crear Alerta” en la barra superior de opciones.



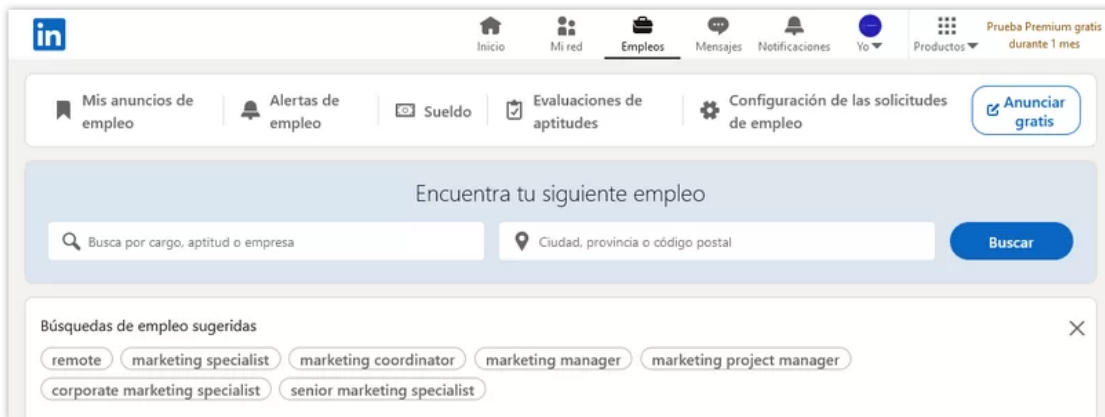
Mis anuncios de empleo | Alertas de empleo | Sueldo | Evaluaciones de aptitudes | Configuración de las solicitudes de empleo | Anunciar gratis

Encuentra tu siguiente empleo

Busca por cargo, aptitud o empresa | Ciudad, provincia o código postal | Buscar

Escribe en la barra el tipo de empleo que quieres encontrar.

Ahora te preguntará si quieres buscar empleos, haz clic en el botón de “*Buscar empleo*” e introduce el empleo que quieres.



Inicio | Mi red | Empleos | Mensajes | Notificaciones | Yo | Productos | Prueba Premium gratis durante 1 mes

Mis anuncios de empleo | Alertas de empleo | Sueldo | Evaluaciones de aptitudes | Configuración de las solicitudes de empleo | Anunciar gratis

Encuentra tu siguiente empleo

Busca por cargo, aptitud o empresa | Ciudad, provincia o código postal | Buscar

Búsquedas de empleo sugeridas

remote | marketing specialist | marketing coordinator | marketing manager | marketing project manager | corporate marketing specialist | senior marketing specialist

Empresas en LinkedIn

Las páginas de LinkedIn te permiten explorar las empresas, las universidades y los institutos que te interesan facilitándote información cultural, las actualizaciones de la organización y las noticias del sector más actuales, e información sobre nuevas oportunidades de empleo.

Para localizar una página de LinkedIn:

1. Escribe el nombre de la empresa, la universidad o el instituto en la barra de búsqueda en la parte superior de la página de inicio de LinkedIn.
2. Haz clic en **Empresas** o en **Universidades** en la parte superior de la página de resultados de búsqueda.
 1. Haz clic en **Ubicaciones**, **Sector** o tamaño de **Empresa** para filtrar los resultados de una empresa. (opcional)
3. Haz clic en el nombre de organización correcto de la lista de resultados que aparece.

Dentro de la página de empresa u organización, podrás encontrar búsquedas laborales en el apartado “Empleos” y postularte.

Hashtags

Tener una estrategia sólida en las redes sociales se está convirtiendo cada vez más en una parte importante de una búsqueda de empleo exitosa. Y entre todos los canales sociales donde los candidatos pueden establecer contactos y buscar nuevas oportunidades, LinkedIn parece ser el que tiene más atracción. Más de las tres cuartas partes de los reclutadores y gerentes de contratación utilizan la plataforma, según una encuesta de Jobvite de 2018 a 850 profesionales de contratación.

Hay diferentes tácticas que los solicitantes de empleo pueden usar para optimizar su LinkedIn y obtener la máxima visibilidad, incluido agregar el marco de fotos #OpenToWork, escribir titulares llamativos, enviar mensajes a los reclutadores en la plataforma directamente y compartir publicaciones atractivas.

Para agregar a esa lista están los hashtags. «Los hashtags juegan un papel importante en la búsqueda de empleo en LinkedIn», dijo Pete Sosnowski, director de recursos humanos y cofundador del sitio web de creación de currículums Zety. Cuando las personas buscan y siguen hashtags, pueden obtener «acceso instantáneo a anuncios de empleo y otra información relevante de los reclutadores que de otro modo se perderían», dijo.

Lo que los reclutadores quieren

Jim Goldfarb, vicepresidente senior de Atlantic Partners Corp, una agencia de reclutamiento utilizada por compañías Fortune 500, que tiene más de 25 años de experiencia y ha colocado candidatos en Prudential Insurance, Morgan Stanley, WebMD y UBS, compartió que tener acceso a Estas publicaciones pueden brindar a los solicitantes de empleo «información sobre lo que buscan los reclutadores y cómo pueden diferenciarse de otros candidatos».

«Los hashtags de LinkedIn se pueden usar para encontrar empleos y empleadores relevantes, pero también se pueden usar en publicaciones creadas por solicitantes de empleo que buscan activamente oportunidades», agregó Sosnowski, que los reclutadores pueden buscar (por hashtag) para buscar candidatos.

Goldfarb compartió que ofreció entrevistas e incluso ayudó a contratar candidatos revisando las publicaciones de los solicitantes de empleo de esta manera. Sosnowski

agregó que dado que el uso de hashtags en publicaciones, la búsqueda de hashtags y el seguimiento de hashtags no son tácticas ampliamente utilizadas entre los solicitantes de empleo, la adopción de estas estrategias puede ayudar a los candidatos a «adelantarse a la competencia».

Los hashtags que usan los reclutadores en LinkedIn para compartir ofertas de trabajo.

Además de publicar listados tradicionales en LinkedIn, los reclutadores, gerentes de contratación, empresas y empleados utilizan sus perfiles individuales para correr la voz sobre las ofertas de trabajo. Estos se pueden buscar (siempre que la persona que los publica haya hecho públicas las publicaciones) incluso si no está conectado con estas personas.

Los reclutadores compartieron con Insider que a menudo usan hashtags que reflejan la industria, el título, las habilidades requeridas, la ubicación y otros detalles clave del puesto específico.

Sosnowski dijo que su equipo usa lo siguiente en cada anuncio de trabajo, además del título del trabajo (es decir, #gerentedeproducto o #diseñador):

- #Estamoscontratando
- #ofertadetrabajo
- #busquedadetrabajo
- #contratacion
- #trabajos
- #reclutamiento
- #trabajoremoto

George Atuahene, fundador y director general de Kofi Group, una firma de búsqueda de ejecutivos que ayuda a las startups respaldadas por VC a contratar talento técnico, y su equipo ha utilizado hashtags como:

- #Ingenieriaedesoftware
- #desarrollodesoftware
- #programación
- #inteligenciaartificial
- #estructurasdedatos
- #algoritmos
- #codificación

«Usamos hashtags que apuntan tanto a la geografía como a la tecnología», dijo Alex Kovalenko, un reclutador senior de TI de Kovalenko IT Recruitment que ha colocado candidatos en Warner Brothers y Morgan Stanley.

«También usamos hashtags que tendrían muchos seguidores, como #tecnología, que tiene más de 25 millones de seguidores, así como #contratación, que tiene más de 260,000 seguidores», agregó Kovalenko.

Las empresas a menudo usan su propio hashtag (ya sea su nombre o lema) cuando publican sobre nuevas vacantes. Por ejemplo, Daria Ilić, reclutadora técnica líder de The Zebra, un mercado de comparación de seguros, dijo que siempre usa la frase de la compañía: #AllStripesWelcome.

Los hashtags que buscan los reclutadores en LinkedIn para encontrar candidatos

Al buscar candidatos de forma activa, Goldfarb dijo que busca por términos amplios, que incluyen:

- #disponibleparatrabajar
- #abiertoanuevasoportunidades

«Primero miro #opentowork y luego me dirijo a las 'palabras de moda' del trabajo», dijo Ilić. Amanda Daering, quien trabajó en reclutamiento y recursos humanos para Northwestern Mutual, Compuware y Centare antes de lanzar su propia firma boutique de recursos humanos y reclutamiento, Newance, dijo de manera similar que busca por las tecnologías dadas los roles para los que está contratando.

Los hashtags que los reclutadores siguen en LinkedIn para estar al tanto del talento en ascenso

Así como es posible seguir y recibir actualizaciones periódicas de personas influyentes y empresas en LinkedIn, es posible seguir hashtags relevantes.

«Seguimos los hashtags que usaría un buscador de empleo típico», dijo Sosnowski. Estos pueden incluir:

- #abiertoatrabajar
- #reclutamiento
- #trabajos
- #ofertas de trabajo
- #oportunidad de trabajo
- #trabajardesdecasa

- #busquedadetrabajo
- #empleo

Busca varios hashtags a la vez para obtener resultados más refinados

La función de búsqueda de LinkedIn permite a las personas buscar por múltiples hashtags a la vez, por lo que quienes buscan empleo pueden buscar hashtags populares como #ofertadetrabajo, #busquedadetrabajo y #contratando combinados con términos de búsqueda de la industria, nombres de empresas y ubicaciones. «Después de un tiempo, debería comenzar a notar las tendencias y hacia dónde se dirige la demanda de talento», dijo Atuahene. Estos conocimientos pueden ayudar a los solicitantes de empleo a obtener ideas de palabras clave para agregar a sus perfiles de LinkedIn, agregó.

Promoción de contenido

LinkedIn Ads es la plataforma de anuncios para la red social profesional LinkedIn. Su interfaz es muy similar a otras plataformas, como Facebook Ads, y también trabaja en el formato de autoservicio. Es decir, puedes elegir el tipo de publicidad y la forma de pago. Esta herramienta publicitaria de LinkedIn, permite a las empresas publicar anuncios dirigidos específicamente al tipo de público profesional que les interese y de acuerdo con sus objetivos comerciales.

De esta manera, la red de reclutamiento profesional abre una ventana publicitaria para que las empresas encuentren exactamente el público objetivo que están buscando.

Cuando creas una campaña publicitaria en LinkedIn, puedes elegir el tipo de anuncio que quieres compartir, según tus objetivos empresariales. Como, por ejemplo: dar a conocer tu marca o recopilar información de contacto de clientes potenciales.

También puedes definir a quién va dirigido tu anuncio, a partir de características específicas como:

- Ubicación
- Cargo o función laboral
- Disciplinas académicas
- Años de experiencia, etc.

Una vez que definas y selecciones tu público objetivo, debes establecer cuánto estarás dispuesto a invertir en tu campaña.

Grupos

Los grupos de LinkedIn proporcionan un espacio virtual para que los profesionales de un mismo sector o con intereses similares compartan contenidos, encuentren respuestas, publiquen o vean empleos, establezcan contactos comerciales y se establezcan como expertos en un sector.

Cada usuario de LinkedIn puede crear hasta un máximo de 20 grupos (y ser miembro de 50). Piensa bien tanto el nombre como el hilo argumental de tu grupo.

LinkedIn permite tres tipos de gestores en los grupos, con distintos permisos:

- **Propietario del grupo:** quien crea el grupo, tiene el máximo nivel de permisos. Puede designar a administradores y moderadores. Decide sobre temas relacionados con los miembros, los debates, la configuración, los subgrupos, las reglas, etc. También puede transferir la propiedad a un administrador del grupo.
- **Administrador del grupo:** posee las mismas funciones que el propietario, a excepción del cierre o la transferencia de la propiedad del grupo.
- **Moderador del grupo:** limitado a controlar los debates y comentarios y gestionar las colas de solicitudes y de moderación. También pueden iniciar un debate.

Si eres propietario, administrador o moderador de un grupo verás un recuadro de notificación de color naranja en la página de Grupos para avisarte de que hay contenidos que gestionar.

Publicaciones programadas

Existen muchas razones por las cuales deberías publicar contenidos en LinkedIn. Estas son las principales:

1. ¡LinkedIn te ayuda a aumentar tu tráfico web! De acuerdo a un estudio del sitio especializado econsultancy, LinkedIn envía cuatro veces más visitantes a los sitios web empresariales que Twitter y Facebook. Para averiguar esto, los investigadores realizaron un estudio de dos años que involucró el análisis de 2 millones de visitantes a 60 sitios web corporativos. Los resultados sobre cuánto tráfico refirió cada Red Social fueron contundentes:
 - LinkedIn: 64% de visitas socialmente referidas a los sitios web.
 - Facebook: 17%
 - Twitter: 14%

Puedes programar publicaciones en LinkedIn y dejarlas agendadas para que se publiquen en tus páginas y perfiles automáticamente.

Ello te permitirá ahorrar tiempo, adelantar trabajo y estar *siempre presente* en la *Red Social* profesional, y en todas las redes sociales, ya que el mismo proceso te permite publicar automáticamente en Facebook, programar *tweets*, etc.

A diferencia de otras redes sociales, LinkedIn no cuenta con una manera interna de programar posteos, por lo que se puede realizar desde otras plataformas como Hootsuite o Postcron.

Fuentes: <https://www.ciudadano2cero.com/busqueda-empleo-linkedin/>
<https://businessinsider.mx/los-hashtags-mas-comunes-que-usan-los-reclutadores-en-linkedin/>
<https://www.comunicare.es/linkedin-ads/>
<https://postcron.com/es/blog/programar-posts-en-linkedin/>