

Material Imprimible

Curso de LinkedIn

Módulo 4: herramientas avanzadas

Contenidos:

- plugins sociales
- seo LinkedIn
- LinkedIn learning
- visibilidad
- LinkedIn ads
- analítica

Plugins sociales

En términos generales, un plugin es un fragmento o componente de código que se crea con el objetivo de ampliar las funciones de un determinado programa o aplicación.

Por consiguiente, un plugin social de LinkedIn consiste en una herramienta que se utiliza para proporcionar experiencias sociales y personalizadas, ante la gente.

Así, estos plugins o extensiones de LinkedIn sirven para contar con añadidos que hagan mucho más cómoda, completa y eficaz la experiencia de uso. Motivo por el cual, suelen emplearse en sitios web como WordPress, sobre todo cuando se refiere al marketing digital y al marketing de contenidos. Inclusive, también son útiles para agregarlos en navegadores web como Google Chrome y Mozilla Firefox, para lograr optimizar la productividad del trabajo y la gestión en esa plataforma social.

En caso de que seas de aquellos usuarios que bloguea con el fin de potenciar tu perfil profesional en LinkedIn, posicionarte como un experto en tu sector laboral, convertirte en referente y en marca, para ganar mayor visibilidad; será ideal vincular LinkedIn y WordPress. De tal manera, podrás acercar tu blog a lo mejor del mundo profesional y la tecnología, hoy por hoy.

Tomando en cuenta que, si por ejemplo lo tuyo es la tecnología y los negocios, todos tus clientes, tu público objetivo y tu audiencia, se encontrarán en el mismo espacio virtual.

En consecuencia, además de vincular esta red social con WordPress, también será de gran ayuda utilizar los mejores plugins sociales que hay para integrarlos con tu sitio, para poder distinguirse del resto y obtener una óptima gestión como resultado.

Para acceder a estos plugins y poder utilizarlos en tu plataforma o sitio web, tan solo debes dirigirte al sitio de LinkedIn Developer (<https://developer.linkedin.com/>) donde podrás obtener, copiar, pegar y modificar el plugin para implementarlo en tu web site.

SEO

SEO es el acrónimo de Search Engine Optimization, es decir, optimizar una página para posicionarla dentro de un motor de búsqueda y así aumentar su tráfico.

Cuando realizamos SEO en LinkedIn, tenemos como objetivo que nuestro perfil aparezca lo más arriba posible de los resultados de búsqueda de la plataforma en función de una cierta palabra clave solicitada.

Las técnicas que utilizaremos entonces buscan demostrarle al algoritmo encargado de ordenar los resultados que nuestro perfil es el más relevante para una búsqueda determinada.

Para destacar tu perfil del de la competencia y atraer visitas, te recomendamos implementar un conjunto acciones de SEO que potenciarán tus resultados.

Etapas para posicionar nuestro perfil en LinkedIn

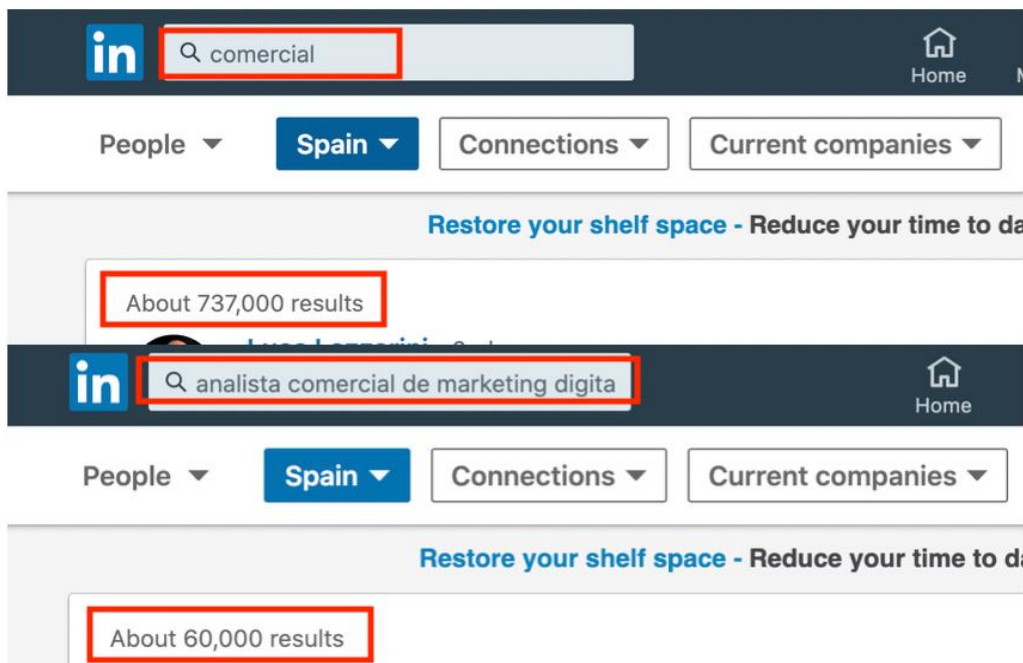
1- KEYWORD RESEARCH

¿Por qué posicionar palabras clave en LinkedIn?

Como dijimos anteriormente, LinkedIn tiene un buscador de perfiles y un algoritmo que determina el orden en el que aparecen según la búsqueda. Es importante entonces optimizar tu perfil para que el algoritmo entienda que es relevante para la palabra clave por la cual nos queremos posicionar y nos muestre en los primeros resultados. Esto atraerá reclutadores, potenciales clientes, u otras personas interesadas en tu profesión a tu perfil de LinkedIn.

¿Cómo definir la palabra clave para posicionarnos?

El primer paso consiste en definir las palabras clave que queremos posicionar en nuestro perfil. Piensa en cómo te buscaría tu target y trata de posicionarte por ese término de búsqueda. En LinkedIn hay mucha competencia, por eso recomendamos utilizar palabras clave “de cola larga”, específicas, y analizar cuanta competencia tiene. Una palabra clave genérica como “Comercial” tiene mucha más competencia que “Analista Comercial de Marketing Digital”, por ejemplo.



The image displays two screenshots of the LinkedIn search interface. In the first screenshot, the search bar contains the word "comercial" and the results section shows "About 737,000 results". In the second screenshot, the search bar contains "analista comercial de marketing digita" and the results section shows "About 60,000 results". Both search terms and result counts are highlighted with red rectangular boxes.

2- AÑADE LA PALABRA CLAVE EN TU PERFIL DE LINKEDIN

¿Cuántas veces debo añadir mi palabra clave?

Una vez que elegiste tu palabra clave objetivo, debes intentar replicarla unas 20 veces en tu perfil. Para ver cuántas veces aparece en el perfil, aprieta Comando + F o Ctrl+F y un cuadro de búsqueda aparecerá. En ese cuadro, escribe tu palabra clave y te dirá cuántas veces se encuentra en la página.

¿Cómo funciona el posicionamiento por palabras clave en LinkedIn?

El algoritmo de LinkedIn no es semántico como el de Google, sino que hace una búsqueda literal de la palabra clave que se utiliza. Es por eso que mientras más repliques la palabra clave a lo largo de tu perfil, más relevancia el algoritmo le dará y vas a aparecer antes que la competencia en las búsquedas correspondientes.

¿No nos penalizan por hacer keyword stuffing en LinkedIn?

El keyword stuffing es un factor clave de posicionamiento de nuestro perfil en LinkedIn. Deberías replicar la palabra clave tanto como puedas a lo largo de todo el perfil, pero debes asegurarte de mantener una cierta coherencia. Si haces keyword stuffing en un sitio web, Google te puede penalizar ya que es una técnica de black hat seo. En LinkedIn no es el caso, pero si no hay coherencia en tu redacción, las visitas de tu perfil se marcharán tan rápido como llegaron.

3- OPTIMIZA TU PRESENTACIÓN

¿Cómo hago una presentación atractiva y SEO friendly?

Añade la palabra clave que elegiste en el titular. En el “acerca de” también hay que buscar poder añadir la palabra clave todas las veces que sea posible. En esta sección, hay que pensar a quién te diriges, cuál es su punto de dolor, y cuál es tu objetivo. En las dos primeras líneas de tu presentación y teniendo en cuenta lo citado previamente, tenemos que mostrar cómo podemos ayudar a nuestro target respondiendo a su problemática. Tenemos que buscar generar curiosidad e impacto en nuestro cliente para incentivarlo a seguir leyendo nuestro perfil y conectarse con nosotros.

4- OPTIMIZA TUS EXPERIENCIAS

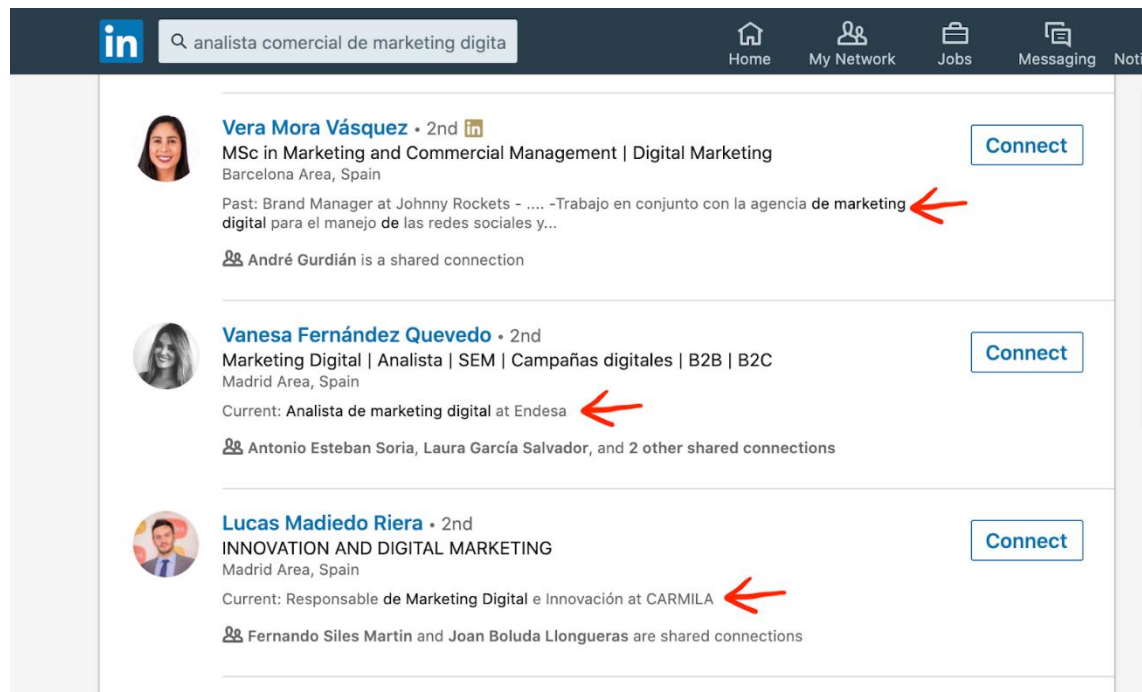
¿Por qué optimizar las experiencias laborales de LinkedIn?

Las experiencias laborales son el momento clave para posicionar la palabra clave por la cual buscamos que nuestro perfil sea encontrado. El algoritmo le otorga mucha más

importancia a las palabras claves incluidas en el título de las experiencias que en la descripción. Al buscar las keywords en el buscador, aparece tu nombre, titular, y tu experiencia pasada o presente en la cual se encuentra la keyword, resaltada en negrita.

¿Qué prioridad se le otorga a cada experiencia profesional?

El algoritmo va a priorizar mucho más tu experiencia laboral actual, pero eso no quiere decir que debas descuidar tus experiencias pasadas. Al contrario, aprovecha tanto los títulos como las descripciones de todas las experiencias para incluir tus palabras clave balanceando el keyword stuffing con la coherencia.



The screenshot shows the LinkedIn search interface with the search bar containing 'analista comercial de marketing digita'. Three search results are visible, each with a profile picture, name, title, location, and a 'Connect' button. Red arrows point to specific keywords in the descriptions:

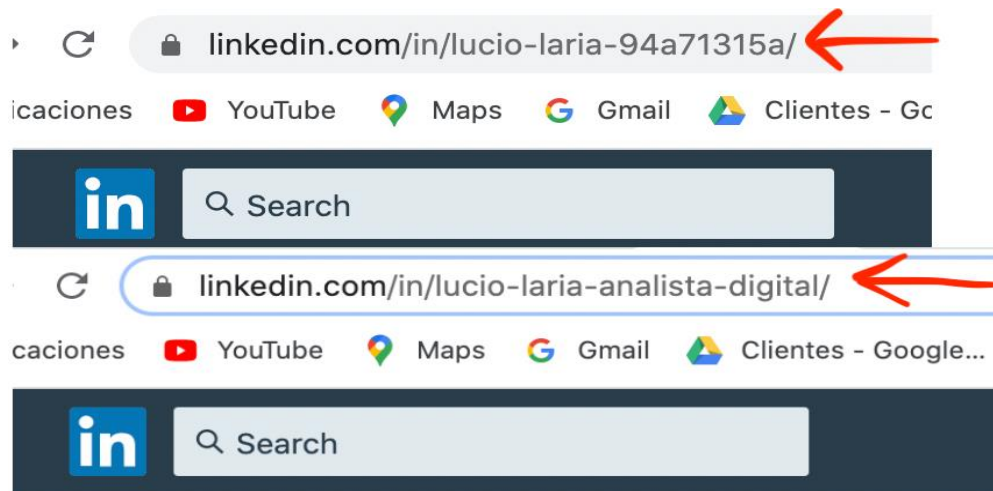
- Vera Mora Vásquez** - 2nd | MSc in Marketing and Commercial Management | Digital Marketing | Barcelona Area, Spain. Description: Past: Brand Manager at Johnny Rockets - -Trabajo en conjunto con la agencia **de marketing digital** para el manejo **de** las redes sociales y... (Arrow points to 'de marketing digital')
- Vanesa Fernández Quevedo** - 2nd | Marketing Digital | Analista | SEM | Campañas digitales | B2B | B2C | Madrid Area, Spain. Description: Current: **Analista de marketing digital** at Endesa (Arrow points to 'Analista de marketing digital')
- Lucas Madiedo Riera** - 2nd | INNOVATION AND DIGITAL MARKETING | Madrid Area, Spain. Description: Current: Responsable **de Marketing Digital** e Innovación at CARMILA (Arrow points to 'de Marketing Digital')

5- EDITA LA URL DE TU PERFIL

¿Para qué sirve editar la URL de tu perfil de LinkedIn?

LinkedIn asigna automáticamente un conjunto de números que representan la URL de tu perfil. Aprovecha poder modificarla para incluir tu nombre y apellido, ya que de esa manera cuando Google encuentre tu nombre, tu perfil de LinkedIn va a aparecer en los primeros resultados. También incluye una palabra clave genérica que te represente.

La URL se puede editar únicamente desde una computadora, ingresando a tu perfil, y arriba a la derecha podrás encontrar el botón que te permite personalizarla.



6- ESTRATEGIA DE CONTENIDOS

¿Qué tipo de contenido es recomendado?

Los contenidos son un pilar muy importante del posicionamiento SEO. Un buen marketing de contenidos es la clave que hará tu perfil visible. Una vez que tengas una red de contactos grande, es indispensable generar contenido relevante y atractivo para ellos buscando ayudar, informar o educar.

Puedes tomar como KPI el engagement que tiene tu audiencia con tu contenido para saber si vas por el buen camino.

¿Por qué aumentará la visibilidad de mi perfil?

Similar a como puede funcionar el linkbuilding en SEO para los sitios web, los shares son una gran fuente de redirección de tráfico hacia tu perfil. Tu publicación será visible para los contactos de los usuarios que la recomiendan, comentan o comparten y eso disparará las visitas a tu perfil. Mientras más interacción tenga tu publicación, el algoritmo la juzgará como relevante y la mostrará más.

También, comentar de manera inteligente agregando valor a las publicaciones de tu red puede aumentar tu visibilidad y tus conexiones. No seas tímido a la hora de compartir experiencias, opiniones o hacer preguntas con tus contactos.

LinkedIn Learning

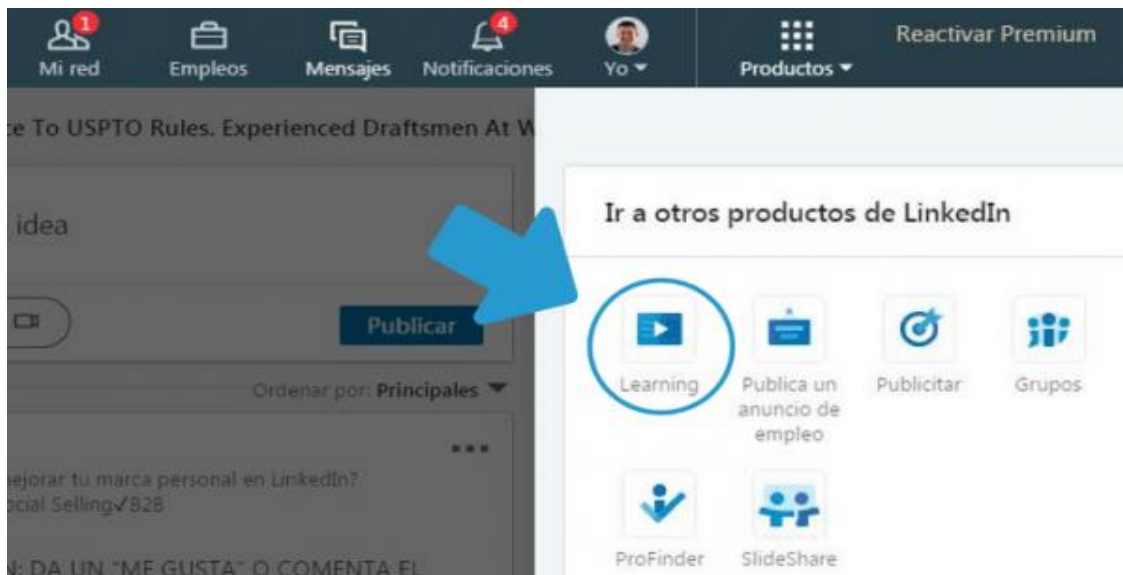
Es una plataforma educativa de pago a la que puedes acceder desde tu perfil de LinkedIn. Actualmente cuenta con más de 10.000 cursos de diferentes sectores como tecnología, negocios, creatividad, escritura, programación, etc.

Los cursos de LinkedIn Learning se imparten a través de video tutoriales. Los tutores de cada curso son-al menos, así se supone-expertos en la materia del mismo.

Esta plataforma reconoce automáticamente el idioma de tu ordenador, por lo que te mostrará contenidos en ese mismo idioma. Por el momento, podrás disponer de contenidos en inglés, alemán, francés, español y japonés.

La plataforma también cuenta con una App para móviles con sistema IOS o Android por si prefieres ver los cursos desde tu dispositivo móvil incluso sin conexión a Internet.

Si dispones de una cuenta LinkedIn Premium puedes acceder directamente desde el menú. En el caso de que tengas una cuenta básica o gratuita, encontrarás la plataforma haciendo clic en el apartado “Productos” del menú, mira en la imagen:



Esta plataforma también ofrece diferentes opciones para empresas. Además de poder acceder a cursos de manera individual, LinkedIn Learning podrá realizar cursos más focalizados en los intereses de cada empresa.

Si tienes un negocio puedes contactar directamente con LinkedIn Learning para realizar cursos personalizados para tus empleados enfocados en lo que necesites.

Visibilidad

Conforme la comunidad de LinkedIn se hace más grande, resulta más complicado "sacar la cabeza" y hacer que nuestro perfil de LinkedIn tenga más visibilidad. Además, la red social profesional está apostando por una renovación

continua, como la reciente incorporación de vídeo y su servicio para conectar aprendices con mentores profesionales de manera gratuita, por lo que las posibilidades vez mayores y estar al día se hace indispensable.

El perfil siempre en público

Deja tu perfil de LinkedIn en público, esto aumentará las posibilidades de que los reclutadores vean tu perfil. Para ello entra en *Ajustes / Privacidad / Editar tu perfil público* y marca "*Hacer que mi perfil público esté visible a todos*".

Actualiza tu ubicación

Si mantienes activa tu ubicación actual incrementarás tus opciones de conseguir un empleo entre los reclutadores que busquen profesionales en tu área. Además, tendrás más opciones de ser invitado por tus contactos cercanos a eventos interesantes en tu ciudad. Para activarlo entra en *Ajustes / Nombre, ubicación y sector* donde podrás hacer los cambios.

Se inteligente al escoger tus habilidades

Es importante seleccionar bien las aptitudes por las que quieres destacar, incluye aquellas habilidades que tengan sentido en tu profesión, y elimina el resto. Ordánalas de más a menos importante con el objetivo de que te encuentren más fácilmente con las palabras clave y recalcar quién eres y qué haces.

Puedes añadir aptitudes nuevas accediendo a tu perfil bajo el apartado "*Aptitudes y validaciones destacadas*". Pídele a tus contactos que validen tus habilidades, es una realidad contrastada es que los perfiles con de LinkedIn con aptitudes validadas obtendrán 17 veces más visitas.

Personaliza tu URL

Modifica tu URL para que los usuarios de LinkedIn te encuentren de forma más sencilla y rápida. Accede a tu perfil y a la derecha encontrarás la opción "*Editar mi perfil público*". Una vez allí busca "*Editar URL del perfil público*". Lo mejor es que tu nueva URL coincida con el resto de tus cuentas.

LinkedIn Ads

La publicidad en LinkedIn puede ser altamente efectiva para llegar a un target profesional o en las campañas B2B. Es la red profesional por excelencia a nivel mundial y cuenta con 660 millones de usuarios activos en 2020. Por eso, no debemos dejar de lado esta red para invertir parte del presupuesto destinado a publicidad.

Es cierto que esta plataforma no tiene la cantidad de usuarios que aglutina Facebook, pero también es verdad que los perfiles de profesionales específicos que se pueden encontrar en ella son casi imposibles de identificar en otros social media.

Por esa cualidad, es cada vez más difícil destacar como negocio o empresa sin considerar los anuncios en LinkedIn.

LinkedIn y los LinkedIn Ads tienen unas características propias que los convierten en diferentes a otras redes sociales. Esas cualidades son en una ventaja añadida al hacer publicidad de tu empresa con los anuncios de LinkedIn.

- **Oportunidades de negocio.** Los LinkedIn Ads pueden hacerte llegar a clientes profesionales, o a personas del mismo sector que tienen una relación directa con la toma de decisiones en sus compañías. Es una gran oportunidad para conectar con un target realmente específico y definido.
- **Contactar con profesionales y líderes de nuestro sector.** No siempre resulta fácil enfocar las campañas para comunicarse con personas del área. Con los anuncios de LinkedIn este proceso es relativamente sencillo.
- **Recomendar y ser recomendado por los contactos.** Esta red social también ofrece la posibilidad de intercambiar opiniones sobre contactos. Es una fórmula muy válida para mejorar tu reputación y hacer que otros mejoren la suya siendo tú, en ese caso, un líder de opinión.
- **Opiniones, debates, y foros.** En LinkedIn existen un montón de grupos especializados en los que se puede entender lo que realmente interesa a tu público objetivo. Pero también puedes involucrarte para comprender las últimas innovaciones del sector y posicionarte como alguien muy relevante dentro del área de conocimiento.
- **Encontrar los mejores contactos para tu negocio.** Los anuncios de LinkedIn son perfectos para llegar a tus clientes, pero también para contactar con proveedores y reclutar talento para tu empresa.

- **Promocionar tus productos o servicios.** Ofrecer lo que tú vendes a un sector claramente definido como tu target será una tarea bastante sencilla con los anuncios de LinkedIn.
- **Ver estadísticas sobre las visitas a tu perfil.** Los anuncios de LinkedIn generarán en muchos casos visitas y contactos directos con tu perfil. Esto será algo que puedes contabilizar muy fácilmente gracias a las estadísticas integradas.
- **El networking y el tráfico.** El networking, o la comunicación con contactos y perfiles relevantes de tu sector es el gran potencial de esta red social profesional. Además, si apuestas por compartir con ellos contenidos de calidad, podrás obtener tráfico de calidad hacia tu web y blog.
- **Publicar ofertas de empleo.** Aunque las ofertas de trabajo se pueden publicar en otros portales, en LinkedIn puedes consultar perfiles con características específicas que ya utilizan a la red social como soporte de su currículum en formato digital. Será difícil que se te escapen los detalles de los candidatos idóneos.
- **Profesionales que te aporten otros conocimientos.** La red social profesional está llena de talentos de tu sector. Puedes aprender de ellos, así como tenerlos de referentes para implementar ideas y mejoras en tu empresa.
- **Relacionarte con otras redes sociales o con tu blog.** LinkedIn puede ser un canal más de comunicación. Se integra fácilmente dentro de tu página web y puede complementarla. Al mismo tiempo, puede servirte de apoyo para generar contenido en otros social media.
- **Promocionar cursos, seminarios, conferencias.** Si vas a llevar a cabo una acción formativa específica, LinkedIn es el mejor sitio para reclutar público y/o potenciales estudiantes interesados en acudir.

Analítica

Medir, analizar y optimizar es una premisa básica en el mundo digital. Y no iba a ser menos en la red social profesional. Si quieres mejorar tus acciones, todo pasa por medirlas y analizarlas. Y en este punto es donde entra LinkedIn Analytics.

Existen dos tipos de analíticas en LinkedIn. Las de los perfiles profesionales y las páginas de empresa.

En general, las estadísticas y analíticas de las Redes Sociales son un poco tediosas. Por eso las herramientas de terceros suelen tener mucho éxito, como Oktopost o Metricool por ejemplo. Pero lo bueno de acudir directamente a las analíticas de la red social en cuestión es que tienes la información de primera mano, y gratuita.

Como decimos, si buscas una herramienta gratuita para medir LinkedIn, lo mejor es que acudas a la suya propia. Vamos a ver por partes las secciones de las que consta, y qué información nos proporciona.

Si eres el administrador de una página de empresa en LinkedIn, tan solo tienes que entrar en la administración de la página, y arriba verás el desplegable de la **analítica en LinkedIn**.



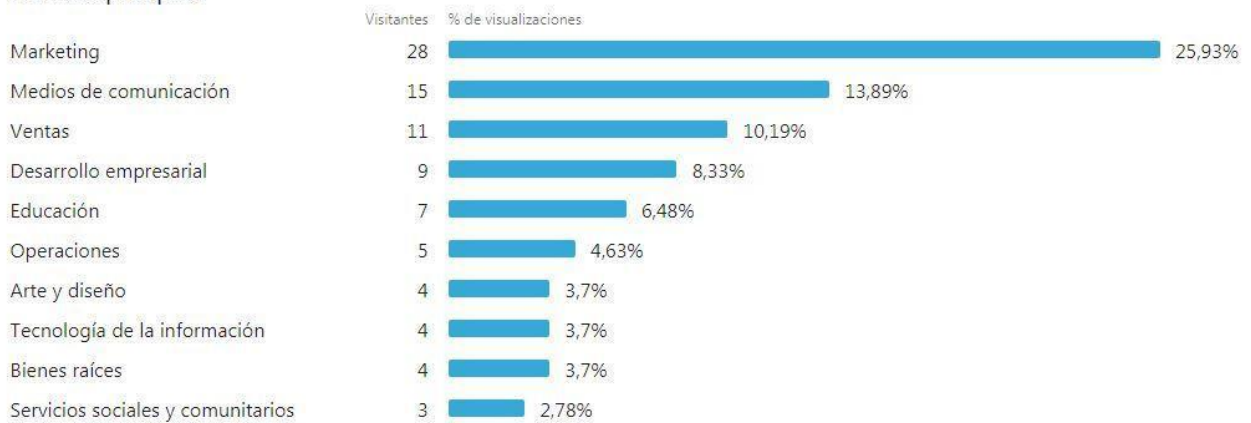
1. Visitantes

La primera opción de LinkedIn Analytics son los visitantes. ¿Qué información nos ofrece esta sección? Pues toda la relacionada con las **visitas a tu perfil de empresa** en el periodo seleccionado. A saber:

- **Visualizaciones de página:** las veces que ha sido visitado tu perfil de empresa.
- **Visitantes únicos:** el número de usuarios que han visitado tu página.
- **Características de los visitantes:** aquí ya se entra a analizar las diferentes características de los usuarios que han visitado tu perfil.
 - **Función:** profesión, a lo que se dedican (marketing, ventas, educación...).
 - **Ubicación:** ciudades en las que se encuentran.
 - **Nivel de experiencia:** principiante, con experiencia, director, gerente, etc.
 - **Sector:** industria en la que trabajan. Es el dato que declaras cuando estás completando tu perfil de LinkedIn.
 - **Tamaño de la empresa:** en la que trabajan actualmente.

Características de los visitantes ©

Intervalo de tiempo: 11 de sept. de 2018 - 25 de sept. de 2018 ▼ Datos para: Función ▼

Funciones principales


Además, si cuentas con una página de empleo, también puedes ver las analíticas de las visitas a la sección de **“Vida en la empresa”**.

Esta información la puedes exportar y descargar en formato Excel, pero el inconveniente que presenta es que no puedes personalizar las fechas, si no que debes elegir un rango de los que tiene predefinidos: últimos 7, 15 ó 30 días; el mes en curso, el mes anterior, y los últimos 3 ó 6 meses.

Vamos, que más allá de medio año LinkedIn no guarda los datos. Por tanto, si quieres analizar datos comparativos de un año frente a otro, más vale que te hayas acordado de descargar los datos en su momento.

2. Actualizaciones

En esta sección es donde podrás comprobar el rendimiento de tus publicaciones. El mayor inconveniente que tiene este apartado, es que, si para los visitantes se guardan datos de los 6 últimos meses, para las actualizaciones solo se guardan del mes anterior. *En LinkedIn Analytics, los datos de visitantes se pueden exportar hasta los 6 meses anteriores, pero los datos de rendimiento de las publicaciones solo se pueden exportar del mes anterior.*

Si te ocurriera algo así, de momento, la única solución es anotar los datos manualmente de cada publicación, puesto que en la interfaz de la herramienta sí que podemos ver los datos de las últimas 500 actualizaciones.

¿Y cuáles son los datos de rendimiento que puedes analizar?

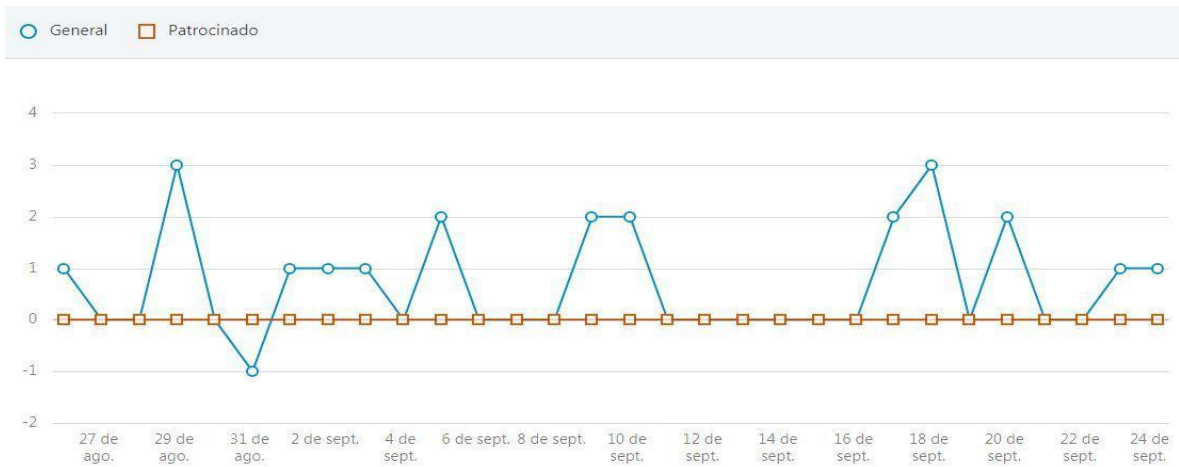
- **Impresiones:** el número de veces que alguien ha visto tu publicación en su muro o feed de LinkedIn.
- **Clics:** número de veces que se haya hecho clic en la publicación, incluso si no lleva enlace, porque a nada que escribamos siempre aparecerá el “**Ver más**” para leer el texto entero, y también se contabilizan los clics en ese enlace.
- **CTR:** el famoso “Clic Throug Rate”, que no es más que el porcentaje de clics frente al total de impresiones, lo que nos permite conocer el interés de una publicación frente a otras.
- **Recomendaciones:** cuando alguien recomienda una de tus publicaciones, pulsando el pulgar hacia arriba .
- **Comentarios:** cuando alguien comenta.
- **Veces compartido:** cuando alguien comparte en su muro tu publicación.
- **Interacción social:** que es el porcentaje de la suma de las 3 interacciones anteriores (acciones sociales lo llaman), frente al total de las impresiones. Podríamos decir que es el nivel de engagement de la publicación.

La interacción social es el número de veces que se comparte, comenta o recomienda una publicación (interacciones sociales) frente al número de veces que se ha visualizado la publicación. Lo cual nos sirve para medir el mayor o menor éxito de una publicación frente a otras.

Estos son los principales KPIs que puedes observar en la interfaz. Tanto los resultados orgánicos, como los de pago en caso de que utilices la publicidad en LinkedIn. Otro inconveniente es que no nos detalla cada interacción social por publicación, si no que nos dice la suma de todas bajo el KPI “**acciones sociales**”.

3. Seguidores

Por último, puedes observar los datos de los usuarios que siguen tu página. Los datos son los mismos que ofrece la sección de visitantes, a diferencia de que aquí puedes observar el gráfico de los usuarios que comienzan a seguirte, y los que dejan de hacerlo. De tal manera que ves el rendimiento neto.



Algo que también incluye esta sección, al igual que ocurre en la analítica de Facebook, es que podemos observar páginas de la competencia para conocer la evolución de su número de seguidores. La gran diferencia es que en Facebook puedes elegir a quién observar, y en LinkedIn se incluyen los que considera la herramienta.

LinkedIn Analytics

1. Visitantes

Visualizaciones de página
Visitantes únicos
Características de los visitantes:



2. Actualizaciones

Impresiones
Clics
CTR
Recomendaciones
Comentarios
Veces compartido
Interacción social



3. Seguidores

Numero total de seguidores
Nuevos seguidores y usuarios que dejan de seguirte



Fuentes: <https://internetpasoapaso.com/mejores-plugins-sociales-linkedin/>
<https://metricool.com/es/seo-en-linkedin/>
<https://triunfaconlinkedin.com/blog-linkedin/que-es-linkedin-learning/>
<https://computerhoy.com/noticias/internet/como-aumentar-visibility-tu-perfil-linkedin-66293>
<https://www.cyberclick.es/publicidad/publicidad-linkedin>
<https://www.seoptimer.com/es/blog/linkedin-analytics-pagina-de-empresa/>