

Aspectos básicos de LinkedIn: ventajas de las redes sociales para directivos

LinkedIn®



Índice

03 Introducción

04 Las empresas sacan partido a plataformas sociales como LinkedIn

06 Cómo impulsar tu negocio con las redes sociales

08 Cómo crear un perfil que no pase desapercibido

10 Cómo crear una marca de talento atractiva

12 Cómo utilizar las redes sociales de forma eficaz

14 Cómo encontrar y captar a los mejores candidatos

16 Cómo aprovechar las ventajas de LinkedIn para tu empresa

20 Resumen — Toma la delantera

Introducción

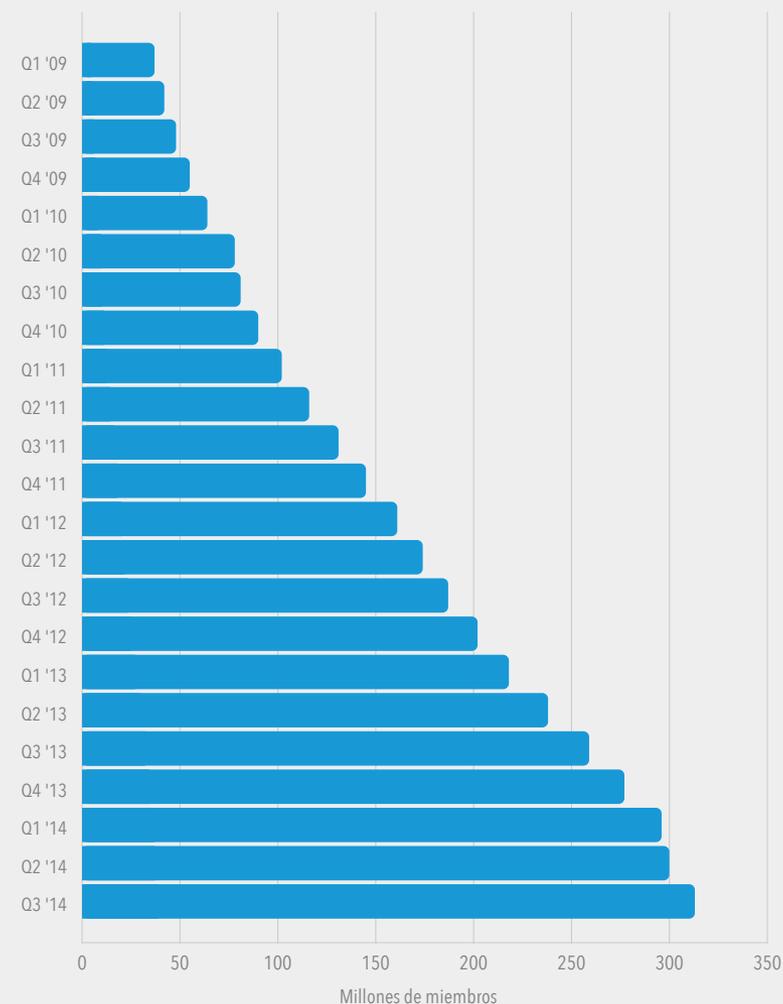
Si eres directivo, las redes sociales pueden ser tu puerta a todo un mundo de oportunidades. Tu empresa tendrá una mayor credibilidad¹ y tu público objetivo será más proclive a comprar tus productos. El uso de redes sociales mejorará tu reputación, y a su vez te ayudará a mejorar la reputación de tu empresa,² a crear una buena cartera de clientes, a encontrar a los mejores empleados y, por ende, a impulsar tu negocio.

Entre dos tercios y tres cuartos de los empleados de todo el mundo opinan que una empresa cuyos directivos sénior usan las redes sociales para comunicarse es más fiable.³ Además creen que la participación de la directiva en las redes sociales puede generar mejores conexiones con clientes, empleados e inversores.

En esta guía veremos las ventajas de las plataformas sociales como LinkedIn —que te brinda acceso a una red de más de 313 millones de miembros— para empresas como la tuya, e incluso para ti mismo como profesional.

NÚMERO DE MIEMBROS DE LINKEDIN

Del primer trimestre de 2009 al tercer trimestre de 2014 (en millones)





Las empresas sacan partido a
plataformas sociales como LinkedIn

Empresas de todo el mundo usan las redes sociales como canal principal⁴ de marketing; de hecho, se han convertido en una de las fuentes más importantes de contactos. Por ejemplo, un 43% de los profesionales del marketing hizo contactos⁵ en LinkedIn en 2013, y un 82% considera las redes sociales como una de las principales fuentes de contactos.⁶

Y una vez que ese contacto se ha convertido en oportunidad, los profesionales de las ventas creen que tienen un 51% más de posibilidades de conseguir sus objetivos.⁷

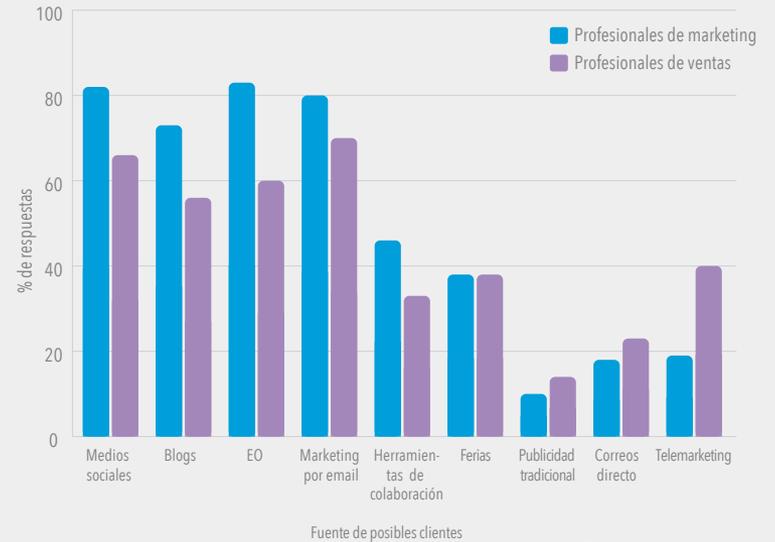
LinkedIn generó nada más y nada menos que un 64% de todas las visitas⁸ de canales sociales a sitios web de empresas. En cambio, las demás redes sociales se anotaron menos de un 20% de visitas cada una. Está claro que LinkedIn es la mejor forma de llegar al público interesado en tu empresa.

Y no hablamos solo de jóvenes o recién licenciados que están empezando a crear su red: son muchísimos los directivos de alto nivel que ya hacen uso de las redes sociales.

En solo un año, Trustpilot pasó de ser una empresa local de Copenhague con 35 empleados a ser una multinacional donde trabajan 170 personas. LinkedIn fue de gran ayuda para Trustpilot a la hora de gestionar ese crecimiento: el 100% de los puestos directivos y de nivel medio de su oficina de Nueva York se ha cubierto a través de LinkedIn.⁹

FUENTES DE CONTACTOS QUE HAN GANADO EN IMPORTANCIA

(en los 6 últimos meses)



El sector de las ventas tiende a los canales directos, y el del marketing prefiere recurrir al contenido.



Cómo impulsar tu negocio con las redes sociales

Desde el networking y la selección de personal hasta la búsqueda de contactos y el cierre de negociaciones empresariales: hay varias formas en que las plataformas sociales como LinkedIn pueden ayudarte en tu trabajo e impulsar tu negocio.

La búsqueda y contratación de candidatos cualificados es una de las prioridades de las empresas. Sin embargo, la escasez de las competencias más demandadas a nivel internacional hace que la competencia sea feroz.

Por eso, cada vez son más las empresas que usan las plataformas sociales para captar a los mejores candidatos. Las redes sociales son la fuente más en auge de contrataciones de calidad; en 2013 su uso creció en más del 37%.¹⁰

Además representan una enorme base de datos de candidatos pasivos, es decir, aquellos que podrían estar interesados en una oportunidad laboral pero no buscan empleo de forma activa.

Aprovecha las ventajas de las redes sociales profesionales para captar a los candidatos más cualificados y adelantarte a la competencia. No hace falta que seas una megaempresa: en plataformas sociales como LinkedIn, las oportunidades son iguales para todos, grandes y pequeños. Y es que son canales asequibles, accesibles y efectivos.

CANDIDATOS ACTIVOS Y PASIVOS: ¿QUÉ BUSCAN?

45%

afirma no estar buscando trabajo, pero está dispuesto a hablar con técnicos de selección sobre oportunidades laborales



25%

busca oportunidades de forma activa

15%

está totalmente satisfecho con su empleo actual y no quiere cambiar

15%

no busca empleo, pero está en contacto con amigos y conocidos cercanos en relación



Cómo crear un perfil que no pase desapercibido

Como directivo, usar los medios sociales te da control sobre la marca de tu empresa y te ayuda a hacer crecer tu red de contactos. El punto de partida fundamental es tu propio perfil. Para dos tercios de la población, la percepción que tengan del líder de una empresa influye en su opinión sobre esa empresa y sus productos.¹¹

Te damos cinco claves para destacar:

- 1 **Para que el perfil esté completo,** es fundamental rellenar todos los apartados con información actualizada. Incluye una foto de perfil profesional y da a conocer tu trabajo mediante contenido multimedia.
- 2 **Escribe un eslogan personal:** será tu marca. Coge ideas de expertos en marketing y adapталas a tu perfil.
- 3 **Preséntate brevemente** en el apartado de extracto. Resalta tus competencias e indica tu experiencia: lo que hace tu empresa y lo que haces tú por ella.
- 4 **Indica tus competencias y tu experiencia.** Considera este campo como un lugar donde aplicar tu SEO personal para mejorar el posicionamiento de tu perfil, de modo que la gente te encuentre y te recuerde.
- 5 **Marca la diferencia** y muestra tu lado más humano dando a conocer tus intereses y pasiones.

The screenshot shows a LinkedIn profile for Kate Li, Creative Director at Dynamic Advertising. The profile is annotated with five numbered callouts (1-5) pointing to key sections:

- 1:** Profile picture and header information (Name, Title, Location, Education).
- 2:** URL and contact info.
- 3:** Summary section, including a multimedia gallery with images of office spaces and art direction.
- 4:** Experience section, highlighting her role as Creative Director at Dynamic Advertising.
- 5:** Volunteer Experience & Causes section, mentioning her role as a Mentor at KIVA.

Additional visible elements include the 'People You May Know' section, 'Profile Strength' indicator, and 'Who's Viewed Your Profile' section.



Cómo crear una marca de talento atractiva

Uno de los factores más importantes para los profesionales a la hora de considerar una oferta de empleo es si la empresa es un buen lugar donde trabajar. Para una empresa pequeña puede parecer difícil desarrollar una marca de talento fuerte, pero no tiene por qué ser así.

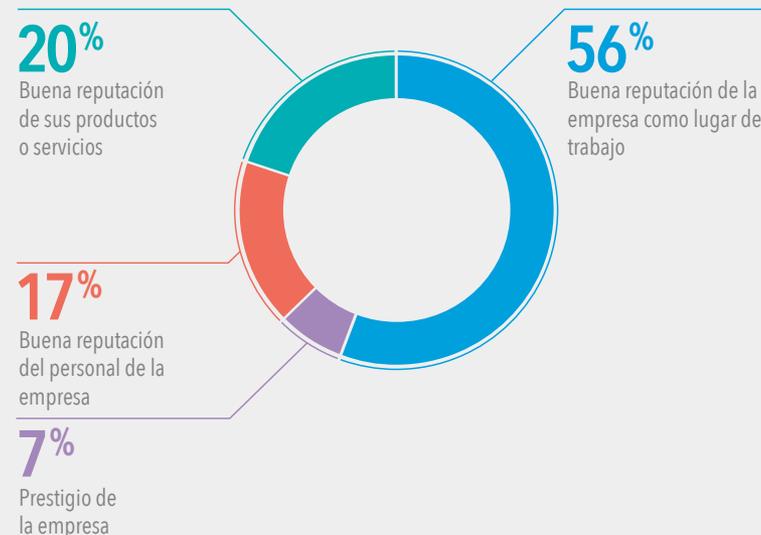
Tú y tus empleados sois el mejor activo de la marca, así que resalta los objetivos y los puntos fuertes de la empresa en tu perfil de LinkedIn y crea una página de empresa para que tus empleados incluyan el enlace en su perfil. Haz que a los candidatos les resulte fácil encontrarte y seguirte. ¿Sabías que el 71% de tus seguidores está interesado en posibles vacantes de tu empresa?¹²

Crea o apúntate a grupos sobre temas de tu sector y participa en ellos. Invita a otras personas a los grupos y fomenta el debate para posicionarte como líder de opinión.

La empresa Insight Product Development ofrece servicios de consultoría de desarrollo e innovación desde sus cuatro oficinas en pleno crecimiento. En vista del entorno competitivo actual, la empresa se vio obligada a crear una marca de talento atractiva para captar a buenos candidatos. Así, creó una página de empleo en LinkedIn para reforzar la filosofía y el mensaje de la empresa, y publicó testimonios y vídeos de empleados para que los posibles candidatos vieran el ambiente relajado y divertido de la empresa.¹³

LA IMPORTANCIA DE LA MARCA DE TALENTO PARA LOS PROFESIONALES

A la hora de considerar un nuevo empleo, ¿cuál de las siguientes características de la empresa te parece más importante?





Cómo utilizar las redes sociales de forma eficaz

Ya tienes una cuenta, un perfil y una marca de talento. ¿Y ahora qué?

Ahora toca socializar.

- 1 Empieza añadiendo contactos e interactuando con otros usuarios.** Cuando conozcas gente nueva en congresos, búscalos en LinkedIn y añádelos como contactos; la app LinkedIn Connected te lo pone fácil. Incluye tu dirección de LinkedIn en tus tarjetas de visita.
- 2 Comparte contenido interesante.** Si has hecho una presentación hace poco, súbela a SlideShare y difúndela entre tus contactos de LinkedIn. Escribe artículos en un blog y compártelos como actualizaciones, o publica vídeos.
- 3 Comenta y difunde el contenido y actualizaciones de otras personas.** No solo se trata de vender: tu propio contenido promocional no debe representar más del 10% de lo que compartes.
- 4 Recuerda que en los medios sociales la conversación es bidireccional,** así que habla y escucha. Haz preguntas y responde a las de los demás.
- 5 Los medios sociales son una inversión valiosa y rentable.** Además no tienen por qué ocupar mucho tiempo: bastan 10 minutos diarios de interacción para sacar todo el partido a las redes sociales.

The image shows a screenshot of the LinkedIn homepage. Five numbered callouts are overlaid on the page:

- 1** points to a notification for a new connection: Claire Slattery has a new connection, Brona Barville, Editorial Assistant at King Content Sydney, Australia.
- 2** points to a post by Joanna Howley-Webb titled "10 Things To Start Every Week" with a photo of a field and a tractor. The post has 1,268 likes and 253 comments.
- 3** points to the comment section of the post, showing comments from Kristina Caverly, Wes Royer, and Kevin Powers.
- 4** points to a post from Mashable titled "Kickstart Your Career With Muse University's Free Online Classes".
- 5** points to the "People You May Know" sidebar on the right, which lists suggestions like Deldre McAllinden, Melissa Millard, and Darren Kepple.



Cómo encontrar y captar a los mejores candidatos

Las plataformas sociales como LinkedIn te dan acceso a un mercado enorme de candidatos cualificados, así que plantéate a quién quieres llegar. ¿Qué aspectos son importantes para tu empresa: su filosofía, objetivos, ambiente de trabajo o sentido de identidad local? ¿Qué características deben tener tus empleados?

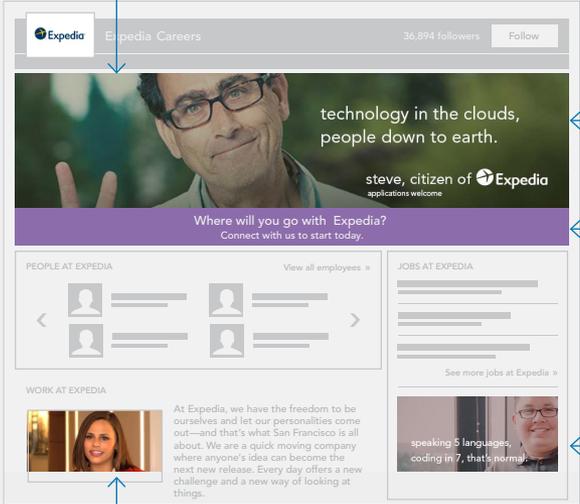
Ya has creado un perfil de líder atractivo para posibles candidatos; ahora debes construir tu marca de talento con una página de empresa y una página de empleo que también destaquen.

Adopta un enfoque proactivo. Identifica a los miembros activos de los grupos que cumplan tus criterios de selección, e inicia el diálogo comentando sus publicaciones o contactando con ellos directamente.

Una forma rápida de encontrar miembros de LinkedIn que se ajusten a tus criterios de búsqueda es consultar el apartado «Personas con perfiles similares a...» en la página de perfil de un candidato que te interesa. No olvides dar a conocer tus oportunidades de empleo a los seguidores de tu página de empresa.

La empresa AppSense necesitaba cubrir vacantes complejas y muy especializadas, lo que suponía competir con varias de las grandes empresas tecnológicas del mundo. Por eso decidió crear una marca de empleador, gracias a lo cual consiguió un **25%** de las contrataciones a través de LinkedIn. Ahora cubre el **60%** de sus vacantes directamente.¹⁴

CARACTERÍSTICAS DE UNA PÁGINA DE EMPLEO BIEN DISEÑADA



The screenshot shows the LinkedIn page for Expedia Careers. The header includes the Expedia logo, 'Expedia Careers', '36,894 followers', and a 'Follow' button. The main banner features a photo of a man with glasses and the text 'technology in the clouds, people down to earth.' Below this is a purple bar with the text 'Where will you go with Expedia? Connect with us to start today.' The page is divided into sections: 'PEOPLE AT EXPEDIA' with a carousel of employee profiles, 'WORK AT EXPEDIA' with a video and text about company culture, and 'JOBS AT EXPEDIA' with a list of job openings. Annotations with arrows point to various elements: 'Imágenes atractivas y fáciles de recordar con colores vivos' points to the banner image; 'Texto interesante' points to the banner text; 'Varias versiones de la página adaptadas a los distintos tipos de público' points to the 'PEOPLE AT EXPEDIA' section; 'Anuncios personalizados con un diseño propio de la marca' points to the 'WORK AT EXPEDIA' video; and 'Importancia a los empleados mediante videos y opiniones que den a conocer la filosofía empresarial' points to the 'WORK AT EXPEDIA' text.

Imágenes atractivas y fáciles de recordar con colores vivos

Texto interesante

Varias versiones de la página adaptadas a los distintos tipos de público

Anuncios personalizados con un diseño propio de la marca

Importancia a los empleados mediante videos y opiniones que den a conocer la filosofía empresarial



Cómo aprovechar las ventajas de LinkedIn para tu empresa

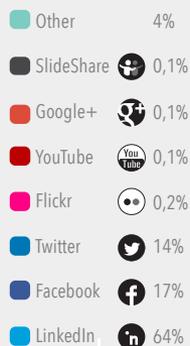
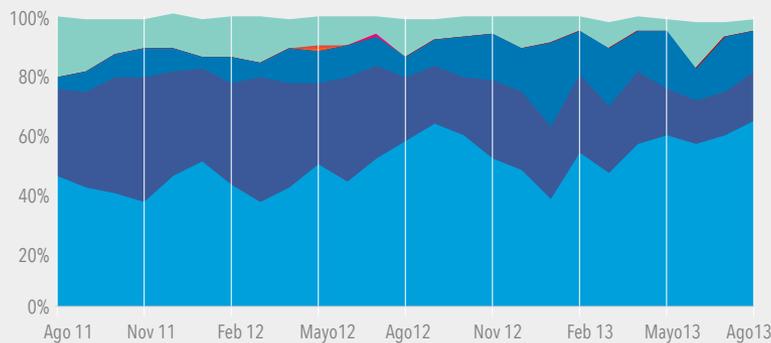
En la era de las redes sociales, un directivo debe perseguir la evolución continua —que no reestructuración— de su negocio, y eso requiere un enfoque global.

Para el 59% de los consumidores de todo el mundo, su opinión sobre una empresa depende de lo que comuniquen sus directivos,¹⁵ así que es importante que implique a todo tu equipo.

Anima a tu personal a perfeccionar su perfil de LinkedIn, a participar en la página de empresa y a ser buenos embajadores de marca. Explica a tu departamento de recursos humanos las soluciones de selección de personal que existen en el mercado, y cómo usar LinkedIn para encontrar a los mejores candidatos.

Cuando lo tengas todo listo verás lo útil que resulta LinkedIn como herramienta para tu negocio, ya sea para tareas de networking, ventas, marketing o selección de personal.

VISITAS A SITIOS WEB DE EMPRESAS DESDE MEDIOS SOCIALES



LinkedIn genera el mayor porcentaje de visitas desde medios sociales

Resumen — Toma la delantera

Detrás de toda empresa de éxito hay un buen líder que demuestra visibilidad e implicación, y como directivo, saber usar las redes sociales es un punto a tu favor.

Eso de «publicar y esperar» ya no basta para captar a las personas que van a ayudarte a impulsar tu negocio. Cada vez es más complicado encontrar candidatos cualificados, por lo que debes adoptar un enfoque proactivo para identificarlos.

Con LinkedIn puedes llegar a millones de clientes, socios y empleados potenciales, a nivel tanto local como global, invirtiendo mucho menos respecto a los canales y agencias tradicionales.

Anímate a tomar la delantera y aprovechar las ventajas de las redes sociales.

Si quieres más información sobre LinkedIn Talent Solutions, o hablar con un representante de LinkedIn, visita es.talent.linkedin.com.

41%
de los usuarios de LinkedIn
tiene más de 500 contactos

1 de cada 20 personas
dedica una hora al día
a LinkedIn

57%
de las empresas tiene una página
de empresa en LinkedIn

Fuentes

- ¹ Encuesta sobre directivos y redes sociales «The Global Social CEO Survey 2014» de Brandfog
- ² Estudio «Socialising your CEO II» (Directivos y redes sociales II) de Weber Shandwick
- ³ Encuesta sobre directivos y redes sociales «The Global Social CEO Survey 2014» de Brandfog
- ⁴ Informe de Statista sobre cifras trimestrales de miembros de LinkedIn
- ⁵ Informe «State of Inbound 2014» de Hubspot
- ⁶ Informe «State of Inbound 2013» de Hubspot
- ⁷ Informe «7 Ways Sales Professionals Drive Revenue with Social Selling» (7 formas en que los profesionales del ámbito comercial generan ingresos con la venta en redes sociales) de LinkedIn
- ⁸ Estudio «Audience Insight» de Investis
- ⁹ Caso práctico de LinkedIn sobre la empresa Trustpilot
- ¹⁰ Informe «Tendencias internacionales en selección de personal para 2013» de LinkedIn
- ¹¹ Estudio «Socialising your CEO II» (Directivos y redes sociales II) de Weber Shandwick
- ¹² Informe «Talent Brand Catalysts: Reasons to Cultivate Followers» (Catalizadores de marca de talento: razones para cultivar seguidores) de LinkedIn
- ¹³ Caso práctico de LinkedIn sobre la empresa Insight PD
- ¹⁴ Caso práctico de LinkedIn sobre la empresa AppSense
- ¹⁵ Estudio «Socialising your CEO II» (Directivos y redes sociales II) de Weber Shandwick