

LinkedIn



LINKEDIN ¿QUÉ ES?

LinkedIn se ha ganado el puesto de red social profesional de referencia. Tradicionalmente ha sido considerada una plataforma de networking o de captación de nuevos talentos para las empresas. Lo que comenzó como un lugar para mostrar y mantener el currículum vitae se ha convertido en una red social donde abundan los contenidos profesionales, presentes en grupos verticales sobre temáticas del día a día de las empresas: marketing, comunicación, logística, etc. Su trayectoria en número de usuarios y funcionalidad le ha permitido salir a bolsa e incrementar el valor de la acción en momentos financieros complicados.

Además de perfiles profesionales para usuarios, LinkedIn permite disponer de páginas de empresas. O lo que es igual, una ventana más para su oferta de productos y servicios, su cultura organizacional y las oportunidades de captación de talento cualificado.

Las páginas de empresa de LinkedIn son fácilmente adaptables a pequeñas o grandes compañías. Ofrece la posibilidad de presentar una empresa mostrando un perfil general, incluida una lista de empleados presentes en la red, estadísticas, ofertas laborales y un detalle de productos o servicios. La opción de publicar ofertas de trabajo no es gratuita para páginas, pero sí lo es dentro de los Grupos de LinkedIn.



OBJETIVOS CORPORATIVOS

- **Construir el perfil de nuestra empresa.** Lo primero que un usuario/empresa hace al entrar en LinkedIn es establecer su perfil. El lado más profesional y técnico de nuestra empresa tiene cabida en sus páginas. Los miembros pueden suscribirse a la página y recibir actualizaciones de la misma. En este sentido, nuestra página corporativa en LinkedIn nos permite llegar a nuestros seguidores.
- **Encontrar personas y empresas.** Mediante sus filtros para personas, grupos o empresas, el directorio de búsqueda permite localizar aquellos contactos necesarios para cada momento: proveedores, distribuidores, empleados, etc... Localizar nuevos clientes potenciales y establecer relaciones con ellos. Para rastrear la red, recuerda la teoría de los seis grados de separación y pide a tus contactos que te presenten a tus posibles clientes para incorporarlos a tu red y relacionarte con ellos de una forma más directa y eficaz.
- **Ampliar nuestra red de contactos.** Existen múltiples herramientas para ampliar nuestro círculo de contactos profesionales. Sin duda, es una de las principales ventajas de esta red. Su naturaleza favorece el crecimiento del networking de cada empresa, ya que existen siempre recomendaciones constantes sobre posibles nuevos contactos en función de la actividad realizada. Además de disponer de un excelente buscador.
- **Crear y pertenecer a grupos de interés.** LinkedIn ofrece la posibilidad de crear grupos (y subgrupos) sobre cualquier tema, lo que refuerza las posibilidades de mantener y ampliar nuestras relaciones a través de los contenidos y la conversación.
- **Recomendar y ser recomendado.** Uno de los usos más extendidos de LinkedIn es el de recomendar a conocidos, empleados o empresas, aportando así valor a su perfil mediante la prescripción.
- **Incrementar la visibilidad de tu marca.** No sólo mediante un perfil corporativo bien diseñado y empleando las keywords de forma inteligente, sino creando y dinamizando un grupo de interés para tu target o uniéndote a uno ya existente, teniendo una participación activa que te permita posicionarte dentro del grupo como un miembro valioso. Los espacios de “Respuestas” o el de “Noticias” también pueden servirte para generar branding. Plantear y responder preguntas a/de la comunidad. Otra de las aplicaciones o usos más conocidos de esta red es “respuestas” o

“answers”, donde los usuarios plantean sus dudas a otros miembros de la comunidad, incluso sin tener que estar conectados. Esta función pueden ser contestada por todos los miembros con acceso a ella, ya sea la comunidad entera de LinkedIn, o un grupo en cuestión.

- **Comunicar.** Ésta es la práctica en LinkedIn a tener más en cuenta. Es el objetivo básico de cualquier red social. En todos los grupos, perfiles o comunidades se puede escribir, comentar o enlazar lo que se quiera. No se crean comunidades estando, si no participando. Además, en LinkedIn se cuenta con la ventaja de la hipersegmentación, lo que permite, si se ha hecho bien la tarea de construir la red profesional de contactos, realizar campañas para promocionar nuevos productos o servicios a través de las diversas herramientas de la plataforma.



CÓMO SACAR PARTIDO A UN PERFIL DE EMPRESA EN LINKEDIN

1. Elementos de un perfil de empresa en LinkedIn:

The screenshot shows the LinkedIn homepage. At the top, there is a navigation bar with the LinkedIn logo, links for 'Inicio', '¿Qué es LinkedIn?', 'Únete hoy', and 'Inicia sesión'. Below the navigation bar, there are two main sections. On the left, a promotional message states 'Más de 200 millones de profesionales utilizan LinkedIn para intercambiar información, ideas y oportunidades'. Below this, there are three icons with corresponding text: 'Mantente informado sobre tus contactos y tu sector', 'Encuentra las personas y los conocimientos que necesitas para conseguir tus objetivos', and 'Controla tu identidad profesional en línea'. On the right, there is a registration box titled 'Únete a LinkedIn hoy mismo'. It contains four input fields: 'Nombre', 'Apellidos', 'Correo electrónico', and 'Contraseña'. Below the 'Contraseña' field, it says '6 o más caracteres'. There is a green button labeled 'Únete ahora *' and a link that says '¿Ya eres usuario de LinkedIn? Inicia sesión.'

Buscar a alguien por nombre:

Usuarios de LinkedIn en España: [a](#) [b](#) [c](#) [d](#) [e](#) [f](#) [g](#) [h](#) [i](#) [j](#) [k](#) [l](#) [m](#) [n](#) [o](#) [p](#) [q](#) [r](#) [s](#) [t](#) [u](#) [v](#) [w](#) [x](#) [y](#) [z](#) más
[Buscar usuarios por país](#)

The screenshot shows the LinkedIn homepage with a dark navigation bar. It contains the LinkedIn logo and links for 'Inicio', '¿Qué es LinkedIn?', 'Únete hoy', and 'Inicia sesión'.

Saca provecho de tu red de contactos profesionales

<h3>Vuélvete a conectar</h3> <p>Encuentra a antiguos colegas de trabajo y compañeros de clase rápidamente. LinkedIn te simplifica la comunicación con tus contactos profesionales.</p>	<h3>Impulsa tu carrera</h3> <p>Encuentra contactos directos cuando busques trabajo o una nueva oportunidad comercial.</p>	<h3>Pregunta a expertos</h3> <p>Tu red está repleta de expertos del sector deseosos de ofrecerte ayuda. ¿Quieres preguntar a alguno de ellos? Haz la prueba.</p>
--	--	---

¿Quieres empezar ya?

[Únete ahora](#)

- **Descripción de la empresa:** Es una breve introducción a la empresa, sus productos y servicios. La sugerencia principal es usar palabras claves que puedan describir la actividad de la empresa y a través de las cuales podamos ser encontrados en los buscadores. Debemos pensar en las palabras claves desde el punto de vista del cliente, no de la empresa. ¿Con qué frases o palabras querríamos ser encontrados? Zapatos a medida con envío internacional es una buena frase de producto. Incluir frases específicas y obviar las frases muy generales.
- **Empleados:** los empleados aparecerán automáticamente en la lista cuando las personas que tengan un perfil en LinkedIn ingresen dentro de su currículum que están trabajando en esa empresa. Cuando alguien dentro de la red visite la página, verá quiénes trabajan allí, y qué grado de conexión tiene con ellos.
- **Entradas del blog:** se trata de una opción muy interesante para poder replicar nuestro contenido original. Para ello, dentro de la configuración de la página deberemos ingresar el feed del blog de la empresa. Todo lo que publiquemos en ese medio será automáticamente incluido en esta sección.
- **Actividades recientes:** simplemente muestra todas las actividades referentes a la página, incluyendo las novedades acerca de nuevos empleados, nuevas ofertas de empleo, lanzamiento de productos, etc. Esta funcionalidad es automática.
- **Seguir empresa:** esta función permite a los usuarios estar al tanto de las novedades de la empresa. Al seguir una empresa veremos todas sus actualizaciones en la página de inicio de LinkedIn, como novedades dentro de nuestro perfil. Esto incluye avisos de nuevos puestos de trabajo, nuevos empleados, nuevos productos, empleados que han dejado la empresa, etc.
- **Estadísticas:** la página muestra una estadística de seguidores y el número de empleados dentro de la red de contactos del perfil del visitante. También una breve estadísticas del crecimiento de la empresa, en cantidad de empleados, años de experiencia de los empleados, sus niveles de educación, tipo de función laboral. Una radiografía interesante del talento que compone la empresa y cómo se compara con la media del sector.
- **Noticias:** muestra vínculos a novedades de la empresa en la web encontradas por LinkedIn, fuera de la red social.

- **Tipo, Tamaño, Sector Industrial, etc.:** esta información es suministrada por el editor de la página o cualquiera de los administradores.
- **Sede en Google Maps:** si se ha insertado una dirección postal de la sede de la empresa, LinkedIn mostrará un pequeño mapa de su ubicación.

2. Añadir/ editar un perfil empresarial en LinkedIn

Sólo puedes añadir un nuevo perfil de empresa o editar tu actual perfil de empresa si cumples todos estos **requisitos**:

1. Eres un empleado actual de la empresa y tu puesto de trabajo aparece en tu perfil personal.
2. Una dirección de correo electrónico de la empresa (p. ej. john@nombreempresa.com) es una de las direcciones de correo electrónico confirmadas en tu cuenta de LinkedIn.
3. Asocias tu perfil con la empresa adecuada. Tienes que hacer clic en el nombre de la lista desplegable de empresas cuando editas o añades un puesto de trabajo en tu perfil.
4. El dominio de correo electrónico de tu empresa es único. No pueden usarse dominios de correo electrónico comunes como @yahoo.com, @gmail.com o @hotmail.com cuando se crea un perfil de este tipo porque no son exclusivos de una empresa en particular. Si tu página ya tiene un administrador **la pestaña de Resumen** mostrará este mensaje: "Para editar el perfil de empresa contacta con un administrador. Ver lista de administradores". Si haces clic en **el enlace Ver lista de administradores**, conocerás el nombre del administrador.

Para añadir un perfil de empresa debes seguir los siguientes pasos:

1. Haz clic en **Empresas** en la parte superior de tu página de inicio.
2. Pulsa sobre el enlace **Añadir una empresa** en la parte superior derecha de la página.
3. Escribe el nombre oficial de la empresa y tu dirección de correo electrónico de la empresa.
4. Selecciona **Continuar** e introduce información sobre tu empresa.

Actualmente las empresas que no tienen su propio dominio distintivo de correo electrónico (p. ej. tuempresa.com) no pueden crear un perfil de empresa. Si ese es tu caso, puede que quieras crear un grupo para promover tu empresa en su lugar.

Debemos tener en cuenta, a la hora de crear nuestro perfil de empresa, **los límites de caracteres para los campos clave:**

Centro Guadalinfo de Cenes de la Vega

- Nombre de la empresa: 100 caracteres como máximo.
- Descripción: 200 caracteres como mínimo y 2.000 como máximo.
- Especialidades: 256 caracteres como máximo.
- URL del sitio web: 256 caracteres como máximo.

David Fleming
Senior Product Manager at Zoomjax
San Francisco Bay Area | Software

Previous Golden Phase, FixDex
Education Silicon Valley Business Academy

[Connect](#) 216 connections

ACTIVITY

David Fleming via LinkedIn Today

10 Things that Silicon Valley Executives Do Before Dinner
tech.likely.com · Most people like to leave work and meet friends for happy hour, do some grocery shopping, or hit the gym for a workout. But nobody would argue that Silicon Valley's top executives are "most people." You might be surprised to learnâ;

Like (2) · Comment · Share · 3 days ago

Nina Hsieh and Sandeep Swaminathan like this

Add a comment...

BACKGROUND

EXPERIENCE

Senior Product Manager
Zoomjax
2009 - Present (3 years)

Zoomjax is the fastest platform for generating targeted ad impressions. At Zoomjax, I'm responsible for building products that are thoughtfully designed, scalable, and easy to use for media buyers and affiliate network managers. I manage a 20-person product team of software engineers and web developers who work hard to make sure your ads consistently find your target demographic with quicksilver efficiency. If you're an engineer looking for a challenge, drop us a line. We'd love to hear from you!

Product Manager
Golden Phase
2007 - 2009 (2 years)

Our mission is to help small and medium-sized companies offer their products and services to enterprise clients via our proprietary SaaS, cloud-based R2R platform. As the Product Manager of Mobile Products

PEOPLE YOU MAY KNOW

Kylie Bergren
Chief Marketing Office at Freshing
[Connect](#)

PROFILE STRENGTH

All-Star

YOUR NETWORK

78 Zoomjax
35 FixDex

PEOPLE ALSO VIEWED

Sandra Mills
Head of Mobile Products at Zoomjax

Sandeep Swaminathan
Product Evangelist at Flexis

Simon Lee
User Experience Designer at Artisan

Emilia Rubel

3. Cómo utilizar LinkedIn como persona

Para que LinkedIn sea de provecho para una empresa debe lograr primero que todos sus empleados se conecten individualmente. De esta manera el poder de prescripción y el alcance de la comunicación es mayor. La actuación en LinkedIn en grupos y en la sección de preguntas y respuestas es a título personal. Por eso, para que tu capacidad de networking e influencia sea mayor, te invitamos a que **optimices tu perfil**:

- Especifica tus capacidades profesionales en tu página. La calidad de los datos que aportas es directamente proporcional al interés que puede generar. Deja de lado elementos obvios y haz hincapié en aquellos que consideras más relevantes o en los temas que creas que pueden resultar de interés, siempre que tengas conocimiento real de la temática.
- Amplía tu red de contactos. Monitoriza con frecuencia a personas que pueden ser de interés para ti, pero maneja la invitación a pertenecer a tu red de contactos con suma prudencia.
- Busca un introductor de embajadores. Es mucho más fácil ser admitido como contacto por personas que hemos tenido la oportunidad de conocer o cuando alguien hace de introductor por conocer a ambos. Aporta razones convincentes. La persona con la que quieres establecer contacto tiene mucho que hacer en su día a día: plantea con claridad meridiana por qué crees que es interesante que te añada como contacto.
- Participa con contenido de calidad en grupos de tu interés. La mayor parte de los grupos de LinkedIn en castellano carecen de contenido de calidad: datos relevantes, enlaces de interés, reflexiones que puedan ayudar a otros. Es un campo abonado para destacar cuando decidimos hacer aportes de calidad.

