

# LinkedIn

## *¿Cómo sacar partido a esta red social si eres autónomo?*

Diciembre 2020



## QUÉ ES Y PARA QUÉ SIRVE LINKEDIN

- Una red profesional que nos ayuda a ampliar nuestra red de contactos, fortalecer nuestra marca personal y profesional, dar visibilidad a nuestro negocio/servicios y/o encontrar empleo.
- Una herramienta usada por reclutadores para seleccionar y evaluar candidatos.
- Un instrumento para estar al día de las tendencias del mercado, saber más sobre nuestro sector y también sobre nuestra competencia.



# QUÉ NECESITAMOS PARA SER USUARIOS DE LINKEDIN



LinkedIn

Saca el máximo partido a tu vida profesional

Email

Contraseña (6 o más caracteres)

Al hacer clic en «Aceptar y unirse», aceptas las [Condiciones de uso](#), la [Política de privacidad](#) y la [Política de cookies](#) de LinkedIn.

**Aceptar y unirse**

o

 [Regístrate con Google](#)

[¿Ya eres usuario de LinkedIn? Iniciar sesión](#)

## DATOS GENERALES SOBRE LINKEDIN

- Sale a la luz en 2003 como un portal de empleo.
- En la actualidad se utiliza para Networking, Negocios y Marca profesional.
- Cuenta con más de 660 millones de usuarios (300 millones activos).
- España cuenta con 12 millones de usuarios (3 millones activos).
- Las ciudades españolas con más usuarios: Madrid (2.5 millones), Barcelona (2 millones) y Valencia (600 mil).

## DATOS GENERALES SOBRE LINKEDIN

- Más de 20 millones de ofertas de empleo abiertas.
- 100 mil artículos publicados al día.
- 57% de hombres frente a 43% de mujeres.
- 38% de usuarios tienen entre 25 y 34 años, 30% entre 35 -54 años y un 24 % entre 18-24 años.
- El 40% de los usuarios lo miran a diario, una media de 17´.

## DATOS GENERALES SOBRE LINKEDIN

- La media de contactos por usuario es de 150.
- El 87% de los reclutadores utiliza LinkedIn para seleccionar y evaluar a los candidatos.
- Las palabras más usadas en años anteriores: Especializado / Experimentado / Liderazgo / Apasionado / Experto / Motivado / Creativo / Estratégico / Centrado
- Sólo el 39% de los usuarios de LinkedIn pagan por *LinkedIn Premium*.

# MODALIDADES DE LINKEDIN PREMIUM

Career	Business	Sales	Recruiter
Consigue que te contraten y progresas en tu carrera	Amplía y fortalece tu red	Encuentra oportunidades de ventas	Encuentra y contrata a candidatos
<ul style="list-style-type: none"><li>• Destaca y ponte en contacto con responsables de contratación.</li><li>• Ve una comparación con otros solicitantes.</li><li>• Adquiere nuevas aptitudes para avanzar en tu carrera.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Encuentra y conecta con las personas adecuadas</li><li>• Promociona y amplía tu negocio</li><li>• Adquiere nuevas aptitudes para mejorar tu marca profesional</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Encuentra posibles clientes y cuentas en tu mercado objetivo</li><li>• Obtén información en tiempo real para una comunicación más personalizada</li><li>• Forja relaciones de confianza con clientes y posibles clientes</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Encuentra a candidatos cualificados más rápido</li><li>• Comunícate con los mejores candidatos directamente</li><li>• Forja relaciones con empleados potenciales</li></ul>
<a href="#">Seleccionar plan</a>	<a href="#">Seleccionar plan</a>	<a href="#">Seleccionar plan</a>	<a href="#">Seleccionar plan</a>
29,98 €/mes	44,99 €/mes	59,99 €/mes	119,99 €/mes

## ANTES DE ABRIR UN PERFIL Y/O PÁGINA DE EMPRESA...

- Investiga, indaga...
- Valora si LinkedIn es la herramienta adecuada o preferente.
- Define tu objetivo y estrategia.
- Define tu público objetivo.



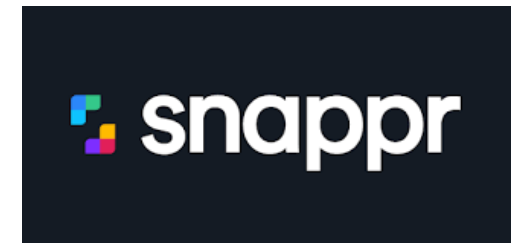


## TIPOS DE CONTACTOS

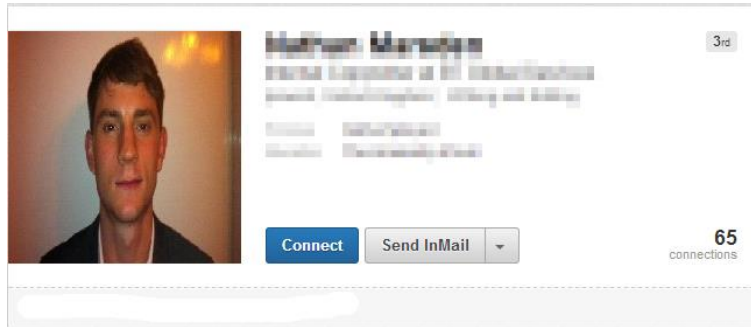


## CLAVES PARA TENER UN BUEN PERFIL

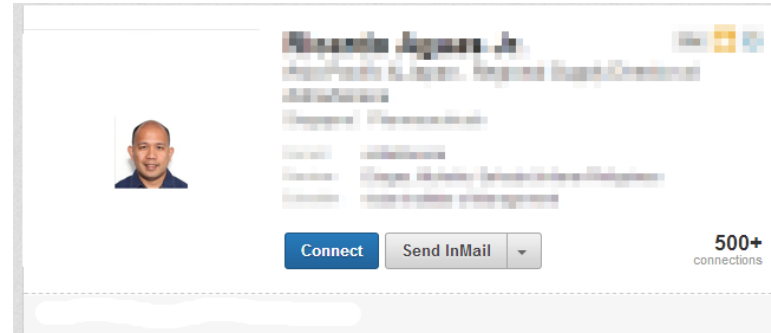
- Cumplimenta todos los campos: Titular, Extracto, Experiencia, Formación... y añade foto/s.
- **FOTO**
  - Elige una foto (personal y de cabecera) adecuada a tu perfil, objetivo profesional e imagen que quieras dar. Cuida la calidad, el formato y, a ser posible, usa la misma foto personal que en el resto de RR.SS. Utiliza palabras claves en el nombre del archivo.



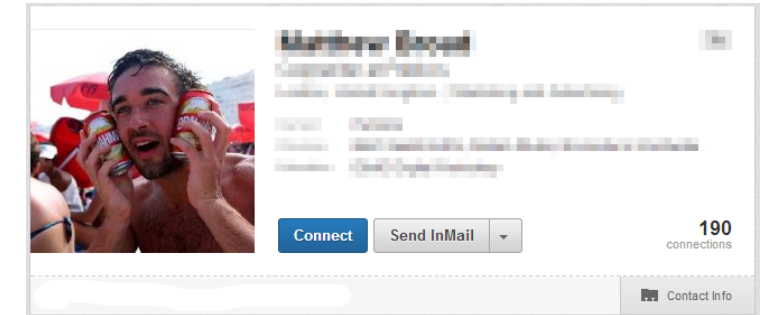
## EJEMPLOS DE MALAS FOTOS



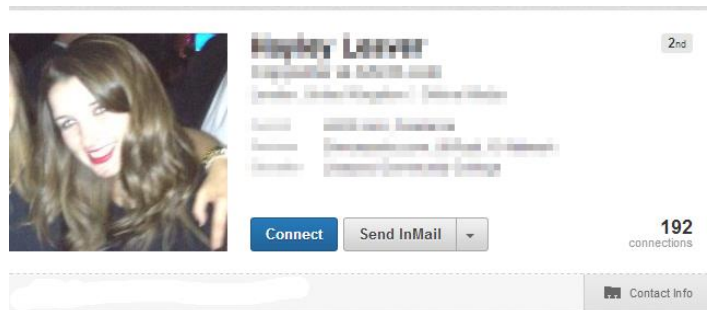
**Matthew Marsden** 3rd  
 Director Ejecutivo de RR. HH. en [Empresa] (Sector: [Sector])  
 [Contacto] [Enviar correo] 65 connections



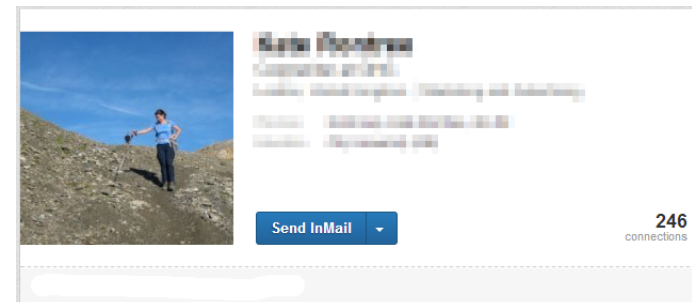
**Ricardo Aguayo Jr.**  
 [Contacto] [Enviar correo] 500+ connections



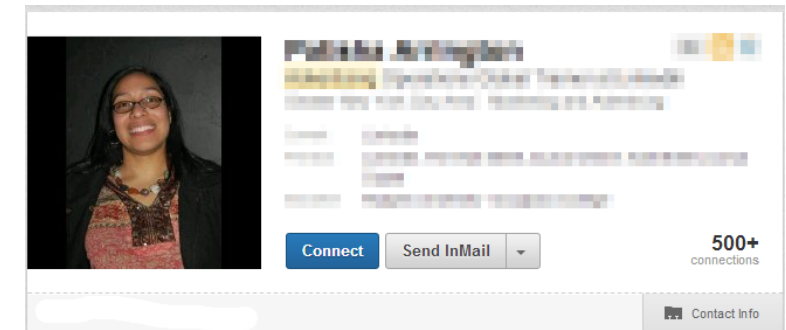
**Matthew Boud**  
 [Contacto] [Enviar correo] 190 connections



**Helyzer Llover** 2nd  
 [Contacto] [Enviar correo] 192 connections



**Nela Roldán**  
 [Enviar correo] 246 connections



**Patricia Arriaga**  
 [Contacto] [Enviar correo] 500+ connections

## CLAVES PARA TENER UN BUEN PERFIL

- **NOMBRE**

- Utiliza tu nombre real y el mismo que en otras RR.SS.

- **TITULAR**

- Es, junto con nuestra foto, lo primero que se ve de nuestro perfil.
- Máximo 120 caracteres.
- Su función es atraer el interés del potencial cliente o colaborador y conseguir que vaya un paso más (vea nuestro perfil y contacte con nosotros).
- Es la sección, junto con el extracto, que más peso tiene a la hora de atraer tráfico y lograr un buen posicionamiento en los motores de búsqueda.

## CLAVES PARA TENER UN BUEN PERFIL

- **TITULAR**

- Haz que cada palabra cuente e incluye palabras claves.
- Sé claro, conciso, concreto (no abstracto, no genérico), entendible.
- Ponte en el lugar de tu audiencia (cómo te buscaría, por qué debería contratarte o contratar tus servicios...).
- EPF (Especialización / Propuesta de valor / Factor diferencial).
- Utiliza mayúsculas estratégicamente.

## CLAVES PARA TENER UN BUEN PERFIL

- **EXTRACTO (*Acerca de*)**
  - Visita otros perfiles para inspirarte.
  - Conciso, ordenado, inspirador. No más de 2000 caracteres.
  - Utiliza un estilo directo y un lenguaje sencillo. Preferentemente, habla en primera persona.
  - Deja claro tu profesión, actividad, servicio/s que prestas, sector, área, logros, competencias claves, especialización...

## CLAVES PARA TENER UN BUEN PERFIL

- **EXTRACTO (*Acercade*)**
  - Cuida los dos primeros párrafos sobre todo.
  - Indica los logros más significativos de tu trayectoria.
  - Empatiza con tu audiencia.
  - Personalízalo, humanízalo.
  - Incluye una llamada a la acción.

## CLAVES PARA TENER UN BUEN PERFIL

- **EXPERIENCIA**

- Nombre de la empresa/entidad (si está en LinkedIn, tal cual aparezca).
- Puesto.
- Duración.
- Descripción del puesto, funciones y tareas desempeñadas.



## CLAVES PARA TENER UN BUEN PERFIL

- **FORMACIÓN**

- Nombre de la entidad/centro (si está en LinkedIn, tal cual aparezca).
- Nombre del curso / máster...
- Duración.

## COMPRUEBA EL USO DE TUS *KEYWORDS* ...

- Utiliza F3 para calcular el número de veces que aparecen las palabras que para ti sean claves (*keywords*).
- Una densidad de palabras claves igual o superior a 6 en todo tu perfil, es un buen resultado para tu posicionamiento y el rastreo de los motores de búsqueda (inferior a 6, no se identifica como palabra clave y superior a 15, si no está justificado su uso, se puede considerar como “forzado”).



## SOBRE LA CONFIGURACIÓN DE TU PERFIL

- Elige el modo en el que quieras que te vean (nombre y titular, privado, anónimo, con foto o sin ella...) y lo que quieres que vean.
- Perfil en otro idioma.
- Edita y personaliza tu URL.



**CEA**

Confederación de  
Empresarios de Andalucía

FINANCIADO POR



Junta de Andalucía  
Consejería de Empleo,  
Formación y Trabajo Autónomo

## SOBRE LAS APTITUDES

- Sé generos@ (pero no pelota). Valida aptitudes.
- Test de aptitudes.

## SOBRE LAS RECOMENDACIONES

- Sé generoso (pero no pelota). Haz y pide también recomendaciones. Aportan mucho valor a tu perfil.

## SOBRE LAS INVITACIONES

- Cúrratelas. Es tu primera “carta de presentación”. Personalízalas para tener más posibilidades.
- Sé breve, conciso, directo, amable, sincero cercano y explica bien el motivo de tu interés.
- Huye de invitaciones estándar, demasiado formales.
- No intentes vender o pedir en la primera toma de contacto.
- Elimina las solicitudes enviadas y no aceptadas después de 1-2 semanas.

## SOBRE LAS PUBLICACIONES

- Tipos de contenidos:
  - Propios: date a conocer, publica tus eventos, actividades, participaciones, colaboraciones, aporta contenido de valor, colaboraciones con clientes nuevos o importantes....
  - Ajenos: recomiéndalos, compártelos, reacciona
- Semáforo (Spam / Baja calidad / Limpio)
- Publicación vs artículo



## SOBRE LAS PUBLICACIONES

- Tener en cuentas los picos de audiencia en función de tu público objetivo.
- Nombra (utilizando @) y usa hashtags (#).
- Usa imágenes para ilustrarlas.
- Usa videos (descárgatelos previamente).

## SOBRE LAS BÚSQUEDAS

- Utiliza "" para hacer búsquedas concretas.
- Utiliza OR para hacer búsquedas de varios términos indistintamente.
- Utiliza AND para hacer búsquedas que incluyan varios términos.
- Utiliza NOT para excluir algún término.



# Gracias



**CEA**  
Confederación de  
Empresarios de Andalucía

FINANCIADO POR



Junta de Andalucía  
Consejería de Empleo,  
Formación y Trabajo Autónomo