

# economía negocios

**L**inkedIn es la red profesional por excelencia, nos gusta mucho o poco. Es una red generalista, que aglutina todo tipo de perfiles profesionales de diversidad de sectores y con variedad de cargos. Está de moda y cada vez se une más gente. ¿Debemos estar en ella? 729 millones de usuarios activos no es nada despreciable y si ellos están, ¿por qué tu no? Si no tienes tu perfil, hoy te doy una serie de consejos para hacer de tu perfil algo más que un currículum. A la hora de rellenar tu perfil piensa en tu público objetivo y en sus necesidades.

El gran problema de esta red es conceptual. Aquellos que están en ellas, sobre todo, perfiles altos, piensan que con tener un perfil es suficiente, es decir; es la forma de pensar de “con estar, sobra”. Nada más lejos de la realidad. No es un currículum, aunque tenga tus datos profesionales. Otros lo confunden con la lámpara de Aladino, pidiendo trabajo o solicitando que les compres su producto. Pero LinkedIn no es un escaparate al uso. Para sacar el mayor partido, debes tener un perfil dinámico. Uno muestra lo mejor de sí mismo o de su empresa, pero la clave está en “socializar”, en relacionarse, en el networking y aportar valor a esa red.

Además, formar parte de LinkedIn debería ir ligado a alcanzar unos objetivos; por ejemplo: conseguir potenciales clientes, potenciar y visibilizar mi marca personal, atraer a personas talentosas a mi proyecto, abrir mercado en otro país, contactar con proveedores, dar a conocer mi estrategia de embajadores de marca, etc. Para materializar esos objetivos tenéis que plasmar una estrategia de acciones a realizar. Sin acciones concretas y activas en LinkedIn acabareis siendo usuarios pasivos: Un perfil desactualizado, sin acción, ni interacción, que no responde a las invitaciones... ¿Qué muestras, pues, al resto del mundo? Que no dedicáis tiempo de valor para conocer su funcionamiento ni integréis su uso en vuestra estrategia.

No podemos pasar por alto que el perfil de LinkedIn pertenece a cada persona que decide si lo utiliza para su beneficio profesional o también para el de su compañía, aunque, para esto, desde la cúpula directiva, se debe potenciar su uso siendo ellos los que lideren la presencia en la red.

¿Qué beneficios os reportará estar activos en LinkedIn? Si hacéis un buen uso, pueden ser muy interesantes. Pero es esencial rellenar de forma completa vuestro perfil profesional. La tan temida foto; sí, esencial también. Y no vale cualquiera. Adecuada para hacer negocios. Una vez la tengáis elegida, con la app gratuita Snappr (<https://www.snappr.com/photo-analyzer>), puedes analizar si esa foto que ya incluyes en el perfil de

No basta con estar. Formar parte de LinkedIn debería estar ligado a alcanzar unos objetivos, desde conseguir potenciales clientes a potenciar y visibilizar la marca, atraer a personas talentosas, abrir mercados en otros países o contactar con proveedores. Todo eso pasa por tener un perfil dinámico

## Todo es economía

por Juan Martínez de Salinas



## LinkedIn, un camino a andar

LinkedIn es adecuada en cuanto a enfoque, nitidez, sonrisa, iluminación de demás aspectos; la app la valorará de 0 a 100. Además de la foto personal, LinkedIn nos permite poner una foto de fondo. Tenemos que aprovechar para usarla para mostrar algún aspecto nuestro. Recordemos que no se trata ni de Facebook ni de Instagram. Hablamos, siempre, de nuestra versión profesional.

Siempre digo que, si te dan la oportunidad, no la desaproveches. Con el titular pasa lo mismo. Hay quien reduce su titular a dos o tres palabras cuando el máximo son 220 caracteres con espacios. Consejo: plasma tu profesión, pero no olvides incluir tu proyecto actual o áreas de especialidad. Debes adaptarlo a tu momento actual. Puedes añadir algún icono visual.

Un apartado que se suele obviar es el de “Acerca de”. Repito. Si LinkedIn te permite 2000 caracteres, será porque es un sitio ideal para desarrollar más de ti. Por favor, no lo dejes en una triste frase que no

aporta nada. Recomiendo desarrollar un resumen profesional personal, sin repetir tu trayectoria profesional completa. Incluye esta información: ¿Quién eres como profesional? ¿Qué puedes ayudar a solucionar a tu público objetivo? ¿Cuál es tu actividad profesional actual? ¿Cuáles son tus áreas de especialidad a nivel laboral? ¿Qué competencias profesionales te hacen destacar? ¿Cuáles son tus logros profesionales? ¿Cuáles son tus propósitos de estar en LinkedIn? Para terminar, recomiendo una llamada a la acción para que puedan

**Tanto en la versión personal como en la de empresa, se debe publicar regularmente e interactuar. Hay que estar en movimiento y dejarse ver**

contactar contigo. LinkedIn está enfocado a permitirte “vender” lo mejor posible. Así que, en este bloque, aquello que llame la atención debe estar en las primeras dos líneas que es lo que ven los demás. Y otra recomendación: Actualízalo al menos una vez al año, para probar cosas diferentes.

LinkedIn te permite subir documentos, archivos, fotos y vídeos en tres apartados: en el destacado, en las experiencias laborales y en la educación (en estos dos últimos son documentos con relación directa con estos bloques). Y aunque parezca poco interesante, dedica tiempo también a rellenar las secciones de 1) Trayectoria profesional y académica, 2) aptitudes y 3) logros. Se trata de venderte, así que dale un repaso a toda la información para que muestre todo tu potencial. Además, todo lo que rellenes, te enlaza a más gente conocida que te conecta con otros que no conozcas.

Cuando tu perfil está completado, puedes empezar a intentar co-

nectar con gente. Posiblemente, LinkedIn te sugiera personas; esto no es al azar, sino que lo hace en función de lo que rellenaste en tu perfil. Si trabajas en la empresa XRC, toda la gente que ha trabajado o trabaja ahí, es gente que conoces o puedes conocer. Tienes un máximo de 5000 invitaciones a tu disposición, así que no las desperdices. Recuperas aquellas que te aceptan los destinatarios, las que te ignoran no te regresan. También puedes retirar invitaciones mandadas y las tres semanas volverlas a mandar. No seas endogámico, va bien tener personas en LinkedIn de todo tipo, eso sí priorízalos. La clave es contactar con gente con la que luego interactuar para profundizar en esa relación y generar confianza. Si acumulas personas con las que no haces nada, no creo que puedas llamarlas “contacto”. Cuando solicites conectar con alguien, trabájatelo un poco. Personaliza los 300 caracteres del mensaje. No olvides que va bien borrar contactos con los que no te relacionas ni te aportan nada.

El universo LinkedIn está ahí y es momento de intentar conectar con aquellos contactos/empresas con los que puedes interactuar y, por qué no, sacar algo a futuro. Usa las búsquedas por persona, empresa, universidad... Para poder realizar búsquedas ilimitadas fuera de LinkedIn también tienes una herramienta llamada recruitin.net.

Si he hablado de que LinkedIn es “personal” también se puede crear una página específica de la empresa. Esto ayuda a visibilizar a tu organización y mostrar lo que hace. Puedes también mostrar tus productos, empleos y publicar información relevante. El perfil de empresa lo crea una persona de la compañía que será la administradora y podrá nombrar otras personas con ese rol.

Tanto en la versión personal como en la de empresa, deberías publicar regularmente. Eso sí, relacionado al ámbito en el que te mueves y que aporte valor. Insisto no es Facebook ni Instagram. Cada red tiene un uso y un objetivo.

Pero no olvides lo importante. Para tener éxito en LinkedIn, hay que estar en movimiento. Publicar regularmente e interactuar. Tu presencia en LinkedIn es como la de un viajero en un camino. Si caminas, ves diferentes paisajes, conoces gentes, culturas, etc. pero si te quedas quieto, verás lo mismo todos los días y como el mundo pasa rápido dejándote atrás.

LinkedIn puede ser muy útil a nivel corporativo teniendo una estrategia clara y asumiendo que los resultados llegarán a medio o largo plazo con esfuerzo, trabajo y dedicación de tiempo. ¿A qué esperas a explorar todas las posibilidades que te puede proporcionar LinkedIn?