

ConstruyeTuMarca

(Curso de marcas personales)

Semana 5. LINKEDIN (I)

AUTORES:

Arturo de las Heras García

Santiago Hernández Hernández



Semana 5:

LINKEDIN (I)

- [¿Qué supone LinkedIn para la marca personal?](#)
- [Nuestro perfil LinkedIn](#)
 - [Dirección del perfil](#)
 - [Titular](#)
 - [Foto](#)
 - [Extracto](#)
 - [Experiencia](#)
 - [Aptitudes y conocimientos](#)
 - [Idiomas](#)
 - [Educación](#)
 - [Recomendaciones](#)

¿QUÉ SUPONE LINKEDIN PARA LA MARCA PERSONAL?

LinkedIn es la red social profesional por excelencia. Es por tanto la más útil para encontrar trabajo, clientes, proveedores, hacer negocios en tu ciudad o en el rincón más alejado del mundo y mantener una red de contactos profesionales, puesto que nació directamente con este propósito. Todo profesional que se precie debe contar con una cuenta en esta red por las siguientes cinco razones:

- **Volumen de usuarios cualificados**

Es la red profesional más grande a nivel mundial, con cerca de 300 millones de usuarios, y también de España, donde tenemos más de 5 millones, incluyendo empresarios, directivos de todas las áreas de la empresa, reclutadores, gente de recursos humanos, consultores, asesores, *freelances* de todo tipo, etc. Es, por tanto, un grandísimo escaparate para profesionales y empresas.

- **Facilidad de contacto**

Es un canal que todavía no está tan explotado como el teléfono o el correo electrónico, por lo que resulta más sencillo contactar directamente con las personas que toman decisiones en las compañías, sin necesidad de pasar por secretarías y otros subalternos.

- **Credibilidad**

Posiblemente el factor más interesante de esta red social. Los datos que se ponen en LinkedIn se pueden comprobar mediante las recomendaciones y validaciones de sus contactos, lo que nos da ciertas garantías de que los usuarios nos dicen la verdad en cuanto a experiencia laboral o académica.

- **Eficiencia**

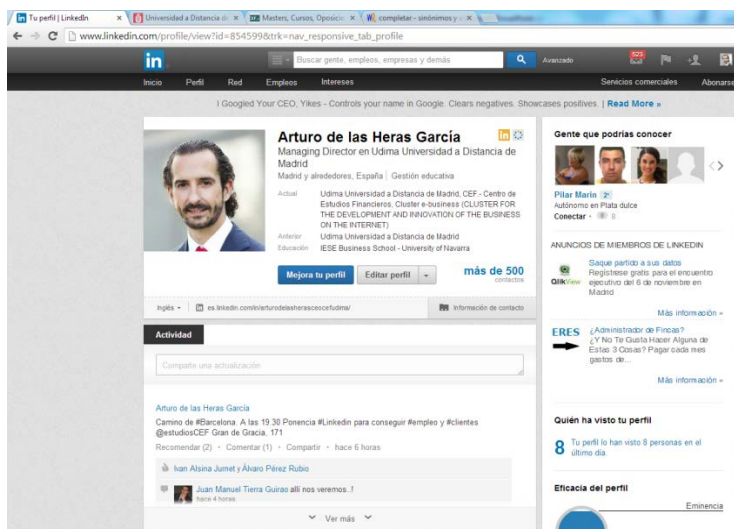
Podemos ver información sobre los usuarios y sus empresas, lo que nos permite ahorrar tiempo y afinar el tiro cuando estemos localizando a un proveedor o buscando trabajo.

- **Carácter multidisciplinar**

LinkedIn es una red en la que caben perfiles de todas las áreas, por lo que cualquiera puede y debe tener perfil en esta red. Es una herramienta que permite iniciar, mantener y hacer crecer una red de contactos mediante el trabajo constante.

NUESTRO PERFIL DE LINKEDIN

LinkedIn no es solo una web en la que publicar nuestro currículum vitae (CV), es mucho más. En cualquier caso, lo más parecido a un CV que existe dentro de la plataforma sería el perfil, que combina elementos de un CV tradicional con los de las cartas de recomendación.



Perfil de LinkedIn

Existen ciertas claves que debemos tener en cuenta si queremos que nuestro perfil nos ayude a cumplir nuestros objetivos:

Dirección del perfil

Cuando creamos nuestra cuenta de LinkedIn, automáticamente se genera una dirección web que acaba en una serie de números. Esta dirección la podemos copiar y enviar a nuestros amigos o publicarla en cualquier sitio para que nos encuentren fácilmente. Nuestra cuenta de LinkedIn, por tanto, debería poder identificarnos, por lo que recomendamos modificar la dirección que aparece por defecto por una que incluya nuestro nombre, apellidos y profesión.

Titular

Por defecto aparece nuestro último puesto de trabajo, que suele ser el actual. Lo importante es que contenga los términos por los que nos interesa ser encontrados. Si tenemos varios trabajos, es posible que nos interese que nos encuentren por uno más que por otro o quizá exista una palabra con la que se identifique mejor nuestra profesión. Es importante pensarlo bien y utilizar palabras de uso común para que sea más fácil localizarnos.

Foto

Aquí lo que impera es el sentido común. En la foto se nos debe ver de forma clara y con buena luz, además de con cierto aire profesional. Por supuesto, nada de fotos de Nochevieja con la corbata a la cabeza, pero tampoco imágenes en las que nos veamos bien pero se salgan del ámbito profesional.



.../...

.../...

Extracto

Es el primer vistazo a tu vida profesional. Responde a la pregunta ¿cómo resumirías tu experiencia y objetivos?

En solo unas líneas, cualquiera que lo lea debe saber quiénes somos, qué hemos hecho y qué objetivos tenemos laboralmente hablando. No se trata de explicar nuestro CV, que ya lo rellenaremos más adelante en los campos de Experiencia y Educación, sino de hablar de las cualidades y competencias que has alcanzado a lo largo de tu trayectoria. No está de más aderezarlo con alguna afirmación u otras cualidades que se salgan del plano profesional, puesto que “humanizan” tu perfil.

Recomendamos usar frases de un máximo de dos líneas. Tiene que poder leerse de un vistazo, lamentablemente es el tiempo que le van a dedicar a tu perfil, así que piensa bien en lo que quieres transmitir y las palabras que vas a usar para hacerlo.

Experiencia

La experiencia es lo que más se parece a un CV tradicional. De hecho, podríamos cortar y pegar de nuestro CV todos los puestos en los que hayamos trabajado hasta el momento. Es importante no mencionar solamente el puesto. Habla de las funciones, lo que le has aportado al puesto, cuál ha sido nuestro valor diferencial, para que quien nos lea pueda apreciar lo que podríamos ofrecerle. Conviene actualizarlo incluyendo novedades para que no quede obsoleto.



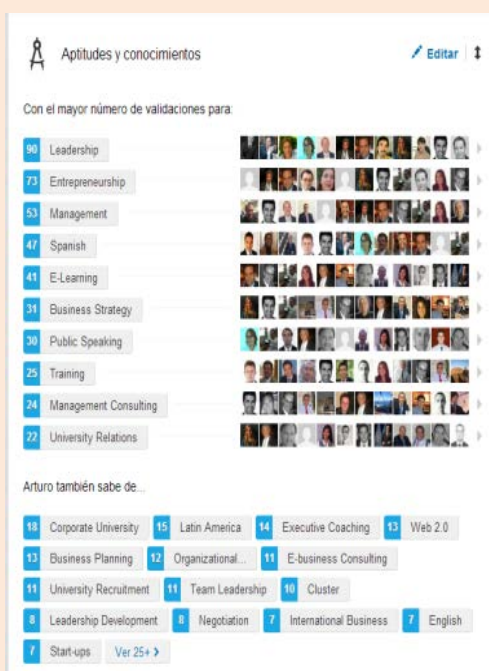
.../...

.../...

Cuando teclees el nombre de la empresa hazlo despacio para darle tiempo a buscar y elige el nombre que te sugiera. Eso quiere decir que otras personas ya han dicho que trabajan en esa empresa y te agrupará con ellas. Además, si la empresa tiene página en LinkedIn saldrá su logotipo en tu perfil.

Aptitudes y conocimientos

Son términos que añadimos sobre las áreas que dominamos. Los añadimos nosotros y nuestros contactos los pueden validar, lo que genera confianza en quien nos ve. Es muy importante añadir las aptitudes porque funcionan muy bien en el buscador. Por ejemplo, podríamos estar buscando a un abogado penalista, y si un abogado ha marcado entre sus aptitudes el derecho penal y consigue varias validaciones, será mucho más probable que nos aparezca en el buscador de LinkedIn. Por tanto, las validaciones o *endorsement* nos ayudan a que nos encuentren los reclutadores o a generar negocio.



Sé generoso con los contactos que conozcas validando también sus aptitudes y conocimientos. A buen seguro te lo agradecerán.

Idiomas

Además de que puedes poner todos los idiomas que dominas, como en un CV, LinkedIn te permite traducir tu perfil. No se hace creando varias cuentas, una por cada lengua, ni repitiéndolo todo una vez en cada idioma en nuestro perfil, sino que desde una misma cuenta podemos tener un perfil para que nos encuentren cuando nos buscan en inglés y otro para cuando nos busquen en español. En la imagen puedes ver dónde hacerlo.

.../...

.../...

Lamentablemente dice “Crear perfil en otro idioma”, no “Traducir perfil”. Tendrás que ir campo por campo traduciéndolo.



Educación

Añade todo lo que has estudiado: carreras, másteres u otro tipo de cursos, que nos sirvan para nuestra vida profesional. Hazlo de la misma manera que dijimos para la empresa, seleccionando el nombre de la institución según la vamos tecleando. Esto nos agrupará automáticamente con otros Alumni de la institución y será más sencillo contactar con compañeros de otras promociones.

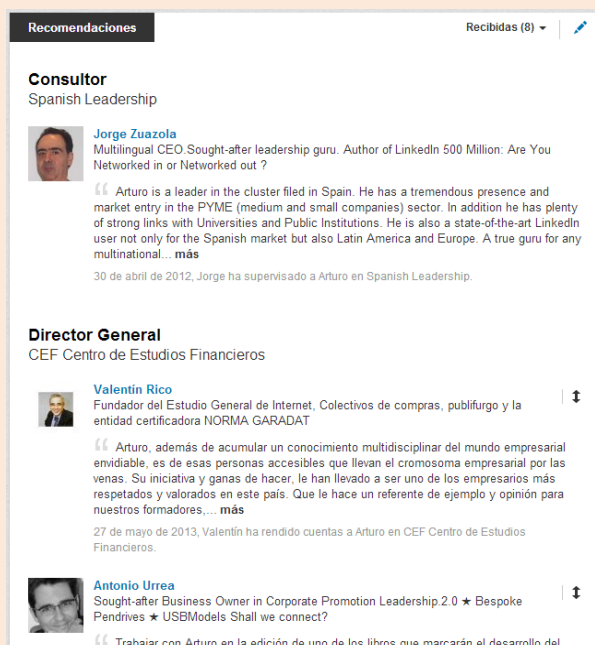


Recomendaciones

Es una parte muy importante de nuestro perfil de LinkedIn. Como decíamos antes, una de las cosas más importantes que aporta esta red es la credibilidad. No es lo mismo que tú digas de ti mismo qué guapo, qué listo y qué alto eres a que lo diga de ti un tercero, que además haya sido tu jefe, un profesor o un compañero de trabajo.

.../...

.../...



Recomendaciones Recibidas (8)

Consultor
Spanish Leadership

Jorge Zuazola
Multilingual CEO. Sought-after leadership guru. Author of LinkedIn 500 Million: Are You Networked in or Networked out?

“ Arturo is a leader in the cluster field in Spain. He has a tremendous presence and market entry in the PYME (medium and small companies) sector. In addition he has plenty of strong links with Universities and Public Institutions. He is also a state-of-the-art LinkedIn user not only for the Spanish market but also Latin America and Europe. A true guru for any multinational... **más**

30 de abril de 2012, Jorge ha supervisado a Arturo en Spanish Leadership.

Director General
CEF Centro de Estudios Financieros

Valentín Rico
Fundador del Estudio General de Internet, Colectivos de compras, publifurgo y la entidad certificadora NORMA GARADAT

“ Arturo, además de acumular un conocimiento multidisciplinar del mundo empresarial envidiable, es de esas personas accesibles que llevan el cromosoma empresarial por las venas. Su iniciativa y ganas de hacer, le han llevado a ser uno de los empresarios más respetados y valorados en este país. Que le hace un referente de ejemplo y opinión para nuestros formadores... **más**

27 de mayo de 2013, Valentín ha rendido cuentas a Arturo en CEF Centro de Estudios Financieros.

Antonio Urrea
Sought-after Business Owner in Corporate Promotion Leadership. 2.0 ★ Bespoke Pendrives ★ USBModels Shall we connect?

“ Trabajar con Arturo en la edición de uno de los libros que marcarán el desarrollo del

Esto es igual que cuando vamos a comprar un coche. Podemos ver el anuncio en la televisión, pero siempre nos fiamos más de lo que nos diga un amigo o ese cuñado que sabe tanto de coches. En LinkedIn, puedes recomendar y ser recomendado por tus contactos y esto aporta una credibilidad muy grande en quien nos ve desde fuera, puesto que la percepción es que el contacto que te está recomendando se la juega apostando por ti, ya que su reputación queda ligada a la tuya.

Por supuesto, al igual que en el mundo físico, no todas las recomendaciones tienen el mismo valor: una recomendación de tu jefe o de un cliente, que son las más importantes, aportan más valor que las de un compañero. Y, por supuesto, las de familiares o amigos son de menor interés que las anteriores.

Bueno, pues siguiendo estas recomendaciones ya tendríamos el perfil listo para empezar a buscar a aquella gente que nos interese para conseguir los objetivos que nos propusimos en nuestra estrategia. En el próximo capítulo os enseñaremos a relacionarnos en LinkedIn.