



SPRINT 3

Cosas que debemos mejorar en LinkedIn:

Evaluación de competencias

Las evaluaciones de competencias son pruebas que puedes realizar en línea y que te permiten mostrar el alcance y la calidad de tus competencias, junto con una valiosa insignia verificada en LinkedIn.

Una insignia verificada es un complemento excelente para tu perfil. Aumenta tu atractivo para los empleadores en aproximadamente un 30% en comparación con las personas sin competencias verificadas.

Puedes verificar varias habilidades: Microsoft Office, Photoshop, Premier, lenguajes de programación, etc. Una vez evaluada una habilidad, LinkedIn también ofrece cursos para ayudarte a progresar aún más, lo que añade aún más ventajas a la realización de la evaluación.

Si suspendes alguna prueba, ya que puedes volver a hacerla cuando quieras, y puedes elegir mostrar los resultados de tus pruebas cuando las apruebes; no hay ningún inconveniente. Más importante que la insignia en tu perfil es que aprendes algo por el camino.

Demonstrate transferable skills Beta

Considering a new career? Pick a role, then show your transferable skills through written or video responses for recruiters to consider.



Human Resources (HR)

Roles: HR Generalist, Sourcer



Sales

Roles: Sales Development Representative, Business Development Representative



Marketing

Roles: Marketing Specialist, Marketing Coordinator



Project Management

Roles: Associate Project Manager, Non-Technical Project Manager

Take Skill Assessments

Answer 15 multiple choice questions, score in the top 30%, and earn a skill badge.



Skill Assessments

For skills like Microsoft Excel, Python, SQL



Solicitar recomendaciones

Las recomendaciones son una versión más detallada de los apoyos. Los avales son rápidos, sencillos y muestran breves muestras de apoyo. Las recomendaciones son artículos extensos escritos por personas de su red que describen las interacciones que han tenido con usted o para usted.

Pueden ser muy valiosas, sobre todo si proceden de personas respetadas de su red. Supongamos que un cliente de alto perfil, un antiguo empleador o un líder de su sector escribe una recomendación sobre usted y su empresa. En ese caso, tiene una forma segura de influir positivamente en posibles clientes o empleadores que se debaten entre elegirle a usted o a otra persona.



Show all pending → +

• 1st

at Corning Incorporated

Ask for a recommendation

Give recommendation

Sé proactivo a la hora de contactar. LinkedIn ofrece un cómodo menú en la pestaña Recomendaciones donde puedes ponerte en contacto con tus contactos y pedirles recomendaciones. Cuando envíes solicitudes, personaliza tu mensaje para que la persona que lo reciba no sienta que sólo estás aquí para obtener una recomendación y desaparecer. Asegúrate de que la petición es sincera y merecida.



Muestra tu disposición a aprender

LinkedIn es un lugar estupendo para mostrar tus logros y experiencia a través de tu CV, avales y recomendaciones. También es un buen lugar para demostrar que sigues trabajando, que eres un estudiante que está en un proceso de mejora continua y que no te has estancado tras años de experiencia. Mostrar esta cualidad hará que tus posibles clientes y empleadores sepan que intentas mantenerte al día de las habilidades que tu sector está desarrollando y exigiendo.

LinkedIn Learning es un buen lugar para empezar. Ofrece cursos impartidos por profesionales del sector en diversas áreas: negocios, marketing, creatividad, desarrollo de software, etc. Al completar un curso también obtienes un certificado que puedes mostrar en tu perfil.

Es especialmente valioso mostrar los certificados añadidos más recientemente para demostrar que te apasiona tanto aprender como trabajar.



Compartir contenido valioso

El contenido de calidad, texto, audio y vídeo son medios adicionales para legitimar su trabajo. Si tiene un folleto que muestra el progreso de su empresa en los últimos doce meses, ¿por qué no mostrarlo (suponiendo que no esté revelando información confidencial)? Aumentará tu legitimidad como gran miembro del equipo y servirá como insignia de éxito.

Si estás produciendo material de calidad que puedas aprovechar y utilizar para comercializar tus capacidades o las de tu empresa, deberías pensar en compartirlo en tu perfil de LinkedIn.

Tu material de marketing también ayuda a la gente a entender en qué consiste tu empresa, además de un simple CV o una descripción del trabajo. Está ahí para que la gente quiera saber más después de haber dado una primera impresión.

Si estás seguro de que ofreces un servicio o un producto de gran valor, tu contenido de marketing te ayudará a destacarlo y a que parezca aún mejor.



Comentar más

Publicar y compartir cosas en LinkedIn es un buen punto de partida, pero no te detengas ahí. Los comentarios son una forma estupenda de añadir más carácter a tus publicaciones y comparticiones en LinkedIn. Cuando compartas un contenido, añade un comentario explicando por qué crees que merece la pena compartirlo, ya que aumenta tu valor como posteador en los feeds de la gente.

A veces es difícil saber por qué se comparte un contenido. ¿Se trata de tu trabajo? ¿Es algo que admirás? ¿Crees que merece la pena hablar de ello? ¿Qué propósito tiene lo que compartes?

Añadir un simple comentario de una o dos frases o una pregunta puede responder rápidamente a algunas de estas preguntas o animar a compartir otras perspectivas.

Con menos ambigüedad, aumentan las probabilidades de que la gente disfrute de lo que compartes y te vea en sus feeds. En lugar de limitarte a compartir en silencio, das más sentido a la actividad de tu perfil y aumentas las posibilidades de que otros comenten tus publicaciones. Como en cualquier otra red social, la participación es buena. Demuestra que la gente valora tu actividad lo suficiente como para interactuar con ella, sacar tiempo de su apretada agenda y añadirte una respuesta rápida o una pregunta.



Seguir a personas influyentes

LinkedIn tiene personas influyentes con un gran número de seguidores y un impacto significativo en el contenido y las personas a las que están expuestos sus seguidores.

Identifica a los influenciadores relevantes de tu sector y conecta con ellos o síguelos. Son, en muchos sentidos, los creadores de tendencias de tu sector. Las cosas nuevas y vitales captarán su atención, y los debates a los que se lancen ganarán mucha tracción casi de inmediato, dado el alcance de tus influencers.

Averiguar las pautas de lo que interesa a las personas influyentes puede ayudarte a entrar en su radar. No es probable que obtengas una participación de ellos inicialmente, pero eso no es lo que deberías estar buscando, de todos modos. Si adaptas tu contenido en función de lo que les interesa a los creadores de tendencias del sector (entre ellos, las personas influyentes), obtendrás mejores resultados en LinkedIn.

Seguir a personas influyentes también permite que los visitantes de tu perfil sepan en qué estás interesado y añade otra capa de profundidad a tu perfil, demostrando tu interés por tu sector y las tendencias.



Convertirse en un defensor de los empleados

El "Employee advocacy" se produce cuando los empleados de una empresa promocionan la empresa y sus contribuciones. Esto puede hacerse compartiendo detalles sobre los productos o servicios de la empresa o hablando de su cultura. Al impulsar la imagen de marca de una empresa, el respaldo de los empleados se considera mucho más creíble que las declaraciones, a menudo pretenciosas, de un alto ejecutivo o propietario.

Curiosamente, ser un defensor de los empleados también beneficia a los propios empleados. Decir cosas buenas sobre una empresa en la que trabajas o has trabajado es estupendo para tu perfil de LinkedIn. Permite a los posibles empleadores saber que eres un empleado creíble y crítico: no te limitas a tener un trabajo, sino que te preocupas por tu entorno laboral. También te permite posicionarte como experto en tu campo e industria actuales, diferenciándote a ti y a tu empleador de otras empresas y mostrando tus conocimientos y capacidad para evaluar los entornos de trabajo de forma crítica.

Si eres empleado, te interesa empezar a promocionar a los empleadores que crees que se lo merecen. Si eres empresario, deberías animar a tus empleados a que se interesen por la defensa de los trabajadores, mostrando el beneficio que supone para todas las partes implicadas.

La pestaña "[Mi empresa](#)", sucesora de la retirada función LinkedIn Elevate, ofrece a las organizaciones en LinkedIn un espacio de confianza exclusivo para empleados que les ayuda a unirse a las conversaciones que más importan.



Escribir un artículo - Publicar contenido de formato largo

Observa cómo se relaciona la gente con tu marketing en LinkedIn: ¿qué áreas despiertan más interés? ¿Qué temas son los más propicios para el debate y la participación en general? Conseguir tracción y reacciones, ir más allá de la publicación de enlaces y mensajes cortos, puede y debe comenzar a contribuir artículos y publicar contenido de formato largo sobre esos temas clave sobre la base de acciones y comentarios. La participación de tus contactos refleja el deseo de ver más de cualquier contenido que pubiques, y el contenido de formato largo es el siguiente gran paso. El contenido de formato largo es donde quieras iniciar las conversaciones.

Todos los miembros y administradores (superadministradores o administradores de contenido) de una página de LinkedIn pueden publicar artículos sobre su experiencia e intereses. Los artículos se muestran en la sección Actividad de tu perfil. Se comparten con tus conexiones y seguidores en sus feeds de noticias y, a veces, a través de notificaciones. Los artículos pueden compartirse en LinkedIn, Facebook o Twitter.

Los artículos deben ser educativos, informativos y no comerciales, con el objetivo de conseguir participación, comentarios y comparticiones. No olvides responder a los comentarios y mantener la conversación ahora que la has iniciado.