

# LINKEDIN: CLAVES PARA MAXIMIZAR SU POTENCIAL



Hoy en día, como sucede en casi todos los otros ámbitos de nuestra vida, internet marca el paso. Por eso, la búsqueda de trabajo empieza de manera online; y dentro de la red mundial, la principal herramienta es LinkedIn; especialmente para el segmento de profesionales que cuenta ya con alguna experiencia laboral. A continuación, ocho consejos prácticos para maximizar el potencial de LinkedIn y aumentar las chances de conseguir empleo:

## **a) Perfil Personal completo**

LinkedIn ofrece un variado y amplio set de campos para expresar el perfil profesional personal. Un frecuente error es no completar todos ellos, perdiendo así la oportunidad de maximizar la visibilidad en la red. Los selectores que buscan candidatos aplican múltiples filtros combinados; tener un perfil completo aumenta entonces significativamente las chances de ser encontrado antes que otro. Opciones como Experiencia Laboral, Educación, Summary, Aptitudes, Logros, Datos de contacto (teléfonos y mail), Voluntariado, Intereses, Artículos publicados y/o comentados, Foto; son ejemplos de los múltiples y diversos campos que deben completarse.

## **b) Summary**

El resumen profesional, espacio que se despliega casi inmediatamente debajo del nombre y la foto, es la gran oportunidad que ofrece LinkedIn para diferenciarse vs otro candidato y así llamar la atención del selector. Por definición, esta red estandariza la información; siendo que

paradójicamente la clave para ser elegido es ser distinto, único. Por ende, aprovechar al máximo el Summary es una regla de oro. ¿Qué no puede omitirse ahí? Concretamente qué busco: es más importante mostrar que quiero más que venderse. ¿Qué puede formar parte del objetivo profesional? Entre otros ejmplos, el sector industrial preferido, el tipo de empresa (multinacional, global, PyME, Start Up, etc), la cultura de trabajo deseada en la compañía a incorporarse o la ubicación geográfica (si estoy dispuesto a expatriarme a otro país).

---

#### **c) Conexiones de Calidad**

La calidad de la propia red de contactos habla de cada uno. A quienes se pide invitación y a quienes se decide aceptar dependerá de la amplitud de admisión y -sobre todo- del objetivo que se persigue en LinkedIn. No es lo mismo construir leads comerciales, que cazar talentos, ser elegido para un cambio de trabajo o promocionar algún servicio o producto. En consecuencia, es crítico entender que la calidad del networking es relevante y que cómo construirlo depende exclusivamente del usuario.

---

#### **d) Ser un Miembro Contributivo**

Una red se basa en el cooperar. En épocas de colaboración y co-creación, buscar antes que nada el interés propio y no devolver nada a cambio va a contramano. El perfil individual será más atractivo al tiempo que sea más visible y esto se puede lograr, en gran parte, aportando contenido de calidad. ¿Qué se entiende por esto? Compartir información relevante, sumar comentarios que ayuden a abrir puntos de vistas y reflexiones (evitando polémicas ideologizadas), aportar informes, reportes o investigaciones sobre temas de alguna especialización. Posteos autoreferenciales de situaciones al cabo intrascendentes o habituales de la jornada diaria laboral, poco suman. Y, si bien las redes están en constante evolución y cambio, es importante recordar que hoy LinkedIn sigue siendo una red eminentemente profesional. Contenidos o comentarios con mayor componente personal o lúdico pueden no sumar al objetivo de quien busca forjar una sólida reputación profesional.

---

#### **e) Evitar títulos o cargos grandilocuentes**

Puede sonar menor, peor aplica como ejemplo de los espacios en LinkedIn donde se puede destruir valor por pretender ser algo mayor a la realidad. Ser CEO o Fundador de una organización sin empleados o creada hace 2 meses no impresiona a nadie. Siglas o abreviaciones internas intra-compañías, que todos dentro del propio entorno conocen, pero que en el mundo real suenan más a trabalenguas, no agregan valor. Recordando que un objetivo importante es ser considerado para una oportunidad laboral, aquí lo simple y claro es la regla: que, con solo leerlo, el selector pueda entender la función del profesional en la empresa actual.

#### **f) Foto Personal**

Lejos de ser una variable de selección, sí puede ser un atributo de descalificación virtual. Está claro que ningún selector profesional definirá la suerte de un candidato sólo por su foto en LinkedIn. Pero sí es posible que una foto impropia inhiba fuertemente a quien debe reclutar del potencial contacto. La recomendación, si bien de nuevo obvia, hoy sigue siendo aún necesaria: una imagen profesional, actualizada y cuidada.

#### **g) Tipo de Usuarios**

LinkedIn ofrece distintos niveles de usuarios. Es clave entender que las diferentes opciones otorgan menos o más funcionalidades o vías de contacto; y entonces, más o menos chances de conseguir el objetivo deseado (empleo, negocios, contactos). La opción base gratuita es el punto de partida; después, inversión mediante, se puede escalar al perfil Premium u otros que aportan más herramientas.

#### **h) Entender (y aceptar) las reglas de juego**

Participar de cualquier red, en este caso LinkedIn, implica conocer las reglas generales de cualquier red virtual, y aceptarlas. Si se está adentro, hay que jugar el partido en cuestión. Si no, mejor ni estar. Es decir: estar en LinkedIn y no aceptar sistemáticamente pedidos de conexión de otros usuarios, disponer de un perfil sin datos de contacto accesibles, foto personal e incompleto, no aportar contenidos, recomendaciones ni comentarios o acceder a la red esporádicamente, construye un perfil muerto y de escaso interés para la comunidad. Sólo quien entiende y juega al compás de las reglas de la red sacará lo mejor de LinkedIn.

## **LINKEDIN EN EL ENTORNO PROFESIONAL**

En el mundo de las redes sociales disponemos de un sinnúmero de plataformas que nos permiten cumplir una serie de objetivos, desde usos más lúdicos, hasta más profesionales. En el entorno profesional la red que destaca por encima de las demás es LinkedIn.



LinkedIn se destina a un uso totalmente profesional, además de tener varias “secciones” o “utilidades” que nos permiten el uso de una plataforma multifuncional y muy útil si queremos movernos en el mundo profesional, posicionar nuestro perfil, aumentar nuestros contactos de calidad o el conocimiento de la estructura empresarial, entre otras muchas opciones.

Linkedin suma múltiples ventajas en su uso si sabemos cómo manejar y expresar esta interesante plataforma. Para ello, no basta con crear un perfil, sino que lo tenemos que cuidar, alimentar y enriquecer, a través del conocimiento técnico y de las posibilidades que esta red nos ofrece que, como hemos comentado, son muchas.

Algunas de ellas, las más destacadas, podrían resumirse en los siguientes puntos:

#### **a) Contactos**

En Linkedin podemos encontrar muchos contactos interesantes, generalmente de perfiles que puede que sea en la única red social en la que estén.

En esta red se nos facilita contactar con muchas personas que ocupan puestos importantes en empresas de diferentes sectores, sabiendo, en todo momento, quien ocupa cada lugar.

Si tuviéramos que destacar un único uso de esta red, sería su capacidad de hacer crecer mi red de contactos de valor.

Una de las recomendaciones respecto a este apartado es organizar en listas a los contactos que vayamos aceptando o invitando, para facilitar la comunicación futura. Esto nos permitirá enfocar los mensajes maximizando la efectividad y minimizando las molestias o sensación de spam por parte de los contactos.

#### **b) Perfil**

En Linkedin disponemos de un perfil que nos describe como profesionales. En muchas ocasiones se compara con el Currículum Vitae, aunque va mucho más allá por varios motivos.

Linkedin no sólo nos permite actualizar el perfil de forma rápida, sino que nos da la opción de añadir contenidos multimedia que ponen en valor mi experiencia o formación. No basta con mostrar que sé hacer algo, sino que, a través de dichos materiales, puedo demostrarlo, enlazando con trabajos o logros conseguidos. Estos enlaces enriquecen mi perfil y lo hacen más interesante de cara a las organizaciones.

Además, si tenemos activado el perfil público, cualquier persona puede acceder a esta información cuando está buscando un perfil como el nuestro, o podemos enviar este enlace como si de mi Currículum se tratase. Cuando añadimos una nueva experiencia y formación, ésta se difunde por nuestros contactos, lo que puede facilitar el conocimiento y la valoración de mi perfil.

Pero ya habréis adivinado que no me vale tener el perfil de cualquier forma. No sólo hay que estar, sino estar bien.

### **c) Empresas**

Las empresas tienen su propia ubicación en LinkedIn a través de las páginas de empresa. Toda esta información nos permite desde conocer las organizaciones, su estructura o a qué se dedican, hasta saber qué personas trabajan o han trabajado en ellas, y los puestos ocupados.

Si te encuentras en proceso de expansión de negocio, de búsqueda de empleo o de oportunidades, te vendrá muy bien saber quién es quién en la organización y a quién dirigirse para aumentar las posibilidades de éxito o negocio.

### **d) Empleos**

En algunos aspectos podríamos decir que LinkedIn es similar a un portal de empleo. Con lo que hemos visto hasta ahora sabemos que va mucho más allá, pero también incluye la utilidad de localizar ofertas de empleo o empresas que están contratando diversos perfiles. A través de la propia plataforma nos podemos inscribir en ofertas y participar en procesos de selección.

Pero su función no queda aquí. Cada vez más, los profesionales de recursos humanos, utilizan esta red para localizar perfiles interesantes para puestos de responsabilidad.

### **e) Publicaciones y Grupos**

Y, sumado a todo lo anterior, LinkedIn me permite compartir noticias e interactuar con el resto de usuarios, como red social que es. Ser activos nos ayudará a crearnos una marca profesional que nos abrirá puertas y que no podemos descartar.

Los grupos de LinkedIn son, además, el lugar perfecto para localizar contactos con tus mismos intereses, clientes o, incluso, socios. Los grupos son una fantástica fuente de tráfico para las web o blog y aportan mucho valor y notoriedad a los que participan de forma correcta y, por supuesto, a quiénes se atreven a crearlos y administrarlos.