



RECLUTADORES OBSERVANDO EL LINKEDIN

LinkedIn es una de las plataformas sociales más usadas a la hora de investigar a alguien para, después, citarle para una entrevista personal. Los candidatos presentan sus perfiles profesionales de forma que su experiencia y aptitudes quedan reflejadas de forma online de cara a las empresas. Sin embargo, ¿qué es en lo que más se fijan los reclutadores?

Las redes sociales han permitido que los Recursos Humanos de las compañías tengan acceso, más o menos libre, a la información profesional de los aspirantes a un puesto de trabajo, y en esa tarea de reclutamiento LinkedIn es el Rey.

LinkedIn ha revolucionado el mundo del reclutamiento convirtiéndose en la mayor red profesional del mundo y ha hecho que sea más fácil que nunca llegar directamente a los candidatos para el puesto de trabajo, ya sea que busquen empleo de manera activa o pasiva.

Con tantos reclutadores en LinkedIn, esto obviamente es una buena noticia para quienes buscan trabajo. Bueno, al menos para algunos buscadores de empleo, los que realmente se pueden encontrar en LinkedIn.

Para asegurarte de que estás en este supuesto y de que los reclutadores que buscan personas como tú te encuentren, puedes seguir estos tres sencillos pasos.

1. APARECER EN LAS BÚSQUEDAS

Tu perfil no irá a ninguna parte si no apareces en la búsqueda de LinkedIn de un reclutador. Con esto en mente, usa LinkedIn SEO como ventaja para tu objetivo.

Esto es lo que debes tener en cuenta: completa tu perfil, asegúrate de que incluya las palabras clave que los empleadores puedan estar buscando y obtén recomendaciones y validaciones que te ayuden a mejorar tu perfil en los resultados de búsqueda.

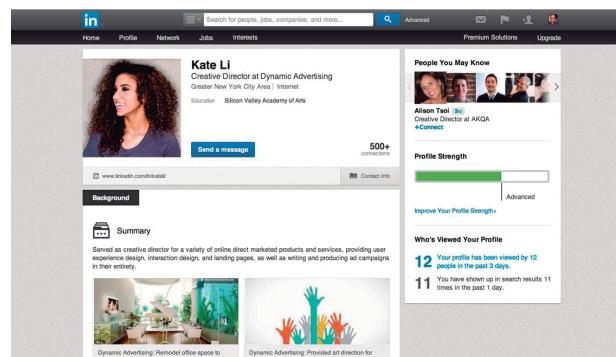
Pero otra idea interesante es utilizar LinkedIn más como Twitter, en otras palabras, agregar tantos contactos como sea posible, lo que aumenta las posibilidades de que te vean y tu trabajo se comparta en la plataforma.

2. SER “CLICKABLE”

Ahora que estás más arriba en los resultados de búsqueda en LinkedIn, el siguiente paso es asegurarte de que las personas realmente quieran hacer clic en tu perfil para ver de cerca tu experiencia.

Se sabe que los reclutadores pasan casi un quinto de su tiempo mirando la foto cuando revisan los perfiles de LinkedIn, por lo que una cosa que definitivamente quieras acertar es tu foto de LinkedIn. Asegúrate de que sea profesional y exprese tu marca, para asegurarte de que estás enviando el mensaje correcto.

Junto con tu nombre y foto, tu título también aparecerá en la búsqueda de LinkedIn. Esta pequeña línea de texto puede ser lo que convenza a los reclutadores para que hagan clic en tu perfil o no, así que ten mucho cuidado con lo que escribes aquí.



3. MANTENTE ACTIVO/A Y ACTUALIZADO/A

Una vez que tienes un reclutador mirando tu perfil, quieres asegurarte de que: a) le gusta lo que ve y b) puede decir que tu perfil es preciso y actualizado.

Para ello, publica artículos relevantes de la industria en tu página de inicio, y “me gusta” en artículos que otros publicaron.

LinkedIn es una gran herramienta para que los reclutadores encuentren talento, pero también es una gran herramienta para que los buscadores de empleo tengan ojos ansiosos ante sus calificaciones.

Finalmente, para aprovechar los beneficios de los reclutadores que dependen cada vez más de LinkedIn, haz lo que puedas para mejorar tu ubicación cuando los reclutadores estén buscando, y asegúrate de que tu perfil sea lo suficientemente atractivo como para hacer clic en el mismo.

4. DESARROLLA UNA ESTRATEGIA DE PALABRAS CLAVES

Si la optimización del motor de búsqueda no es tu fuerte, aquí hay una lección pequeña. La función de búsqueda de LinkedIn hace más fácil encontrar a las personas por su nombre, habilidades y cualquier otra palabra que aparezca en sus perfiles, por lo que es necesitas escoger estas palabras con cuidado.

Primero, haz una lista de términos asociados a tus habilidades y experiencia. Pregúntate: “¿Qué palabras debiera buscar una persona para encontrarme?”. Si estás corto de conceptos, busca inspiración de alguna posición de trabajo a la cual estés interesado. Después, toma esas palabras y modifícalas desde la perspectiva de un reclutador.

Por ejemplo, podrías tener el término “estrategia digital”, pero es más probable que un reclutador busque “estratega digital”.



Los sinónimos también son importantes, ya que nunca sabrás si lo ingresara “digital”, “en línea” o simplemente “Internet”, así que inclúyelos todos. Por último, vas a querer incorporar todos estos términos claves de buena forma en tu perfil, para así atraer tanto al lector como a la herramienta de búsqueda.

5. SÉ VANIDOSO

Williams también indica que todos quienes sean buscadores de trabajo, tanto activos como pasivos, reclamen su URL de vanidad. Esto es una dirección personalizada que te lleva directamente a tu perfil.

“Usando esto tienes más opciones de aparecer en los motores de búsqueda cuando alguien intenta contactarte”, dijo Williams.

Esto facilita a los gerentes a encontrarte y así compartir tu información con otros empleadores. Si tu URL ya está tomada, incorpora algún término clave relevante

6. ACUMULA TUS RECOMENDACIONES (ejecutivo viendo varias hojas)

Solicita recomendaciones de personas con y para las que has trabajado. “Crea planes estratégicos para tus recomendaciones. Acércate a diferentes individuos y sugíreles algunas experiencias o habilidades particulares que quieras que ellos destaque”,

Lo anterior te ayudará a proveerlos con una visión más amplia de ti y tus trabajos realizados. Sin embargo, la parte más importante de la recomendación no es necesariamente el contenido, sino que exista. Eso demuestra que alguien estuvo dispuesto a usar su tiempo para garantizarlo por escrito personalmente.



7. CONEXIONES ESTRATÉGICAS

Mientras más conexiones tengas en LinkedIn, más probable será aparecer en los resultados de búsqueda de algún reclutador. Identifica personas con las que te gustaría tener alguna relación y abórdalos con una solicitud. “Los más grandes errores que los usuarios cometan es pedir demasiado en la primera petición. Busca alguna afinidad que tengan en común, haz preguntas, pero no pidas por un trabajo en la primera conversación”, afirmó Williams. Las conexiones en LinkedIn no son nada diferentes a las de la vida real.

Los grupos trabajan de forma similar, por lo tanto, si tú y un reclutador están en el mismo grupo, puedes subir a la cima de sus resultados de búsqueda. Únete a los que sean relevantes para la industria en la que estás y lo más probable es que algunos empleadores de tu campo laboral sean miembros de él también.

8. AHORA COMPARTE CON TUS CONEXIONES

“No sólo establezcas tu perfil, sino que usa activamente LinkedIn”, aseguró Williams. Comparte contenido o comenta en los que otros publican para hacer de tu perfil uno más visible.

Interactuar en la plataforma no solo te hace a ti más visible ante ellos, sino que además a sus conexiones.

Si no tienes tiempo de indagar en el Internet, Williams sugirió LinkedIn Today, una opción que te permite recibir las noticias más leídas del tema que elegiste. Elige una historia por día y no solo ayudará en tu trabajo actual, sino que podrá llamar la atención de algún reclutador para alguna posición en el futuro.



MARKETING LINKEDIN TWITTER

Es importante comprender las diferencias entre las plataformas de redes sociales y la mejor forma de aprovechar cada una de ellas al crear un plan de marketing y una estrategia de comercialización. Dos plataformas increíblemente cruciales entre las muchas que existen son, por supuesto, Twitter y LinkedIn.

Si bien las dos redes son fundamentales para cualquier plan de marketing, son muy diferentes en muchos aspectos y no deben confundirse.

A continuación, te mostramos algunas diferencias principales entre Twitter y LinkedIn y lo que necesitas saber en cuanto a la construcción de tu estrategia.

• Cuando la auto-promoción es apropiada

Mientras es aceptable usar LinkedIn para actualizar tu red de trabajo, hablar sobre el crecimiento de tu empresa y difundir los logros de tu equipo, hacer lo mismo en Twitter no es lo más aconsejable.

Twitter tiene muy poca tolerancia para la autopromoción y las empresas que usan la plataforma para vender son rápidamente etiquetadas como spammers. Por supuesto, tampoco es aconsejable usar LinkedIn para una autopromoción exagerada, pero en esta red social las personas buscan actualizaciones más profesionales y la tolerancia para el material promocional es significativamente mayor.

- **Comprende lo que las personas buscan en cada plataforma**

Lo que la mayoría de la gente entiende mal sobre Twitter, LinkedIn y las redes sociales en general es el poder de la búsqueda. Si bien el principal llamado a la acción en todas las redes es publicar, compartir, twittear y actualizar, el verdadero poder de estas plataformas es buscar y participar. La diferencia entre Twitter y LinkedIn cuando se trata de buscar y participar es qué estás buscando. Con Twitter, la atención se centra en el contenido, los tweets y los temas, mientras que en LinkedIn es más poderoso buscar empresas y personas con las que conectarse.

- **Ve la diferencia entre las relaciones en cada sitio web**

Este es un punto crucial que a menudo se pasa por alto. Twitter se construye desde cero para las relaciones unilaterales; un seguidor y una persona a la que se sigue. En cambio, LinkedIn, como Facebook, es más bilateral; una conexión mutua.

Por supuesto, también puedes seguir a las personas en LinkedIn, pero eso fue una ocurrencia tardía de la plataforma y es secundaria a la forma en que LinkedIn fue diseñada desde el principio.

Desde una perspectiva psicológica, una conexión mutua es más significativa que simplemente seguir a alguien y que no te sigan. Esta es una distinción importante que no debes ignorar al adaptar el tipo de contenido que compartes en las dos plataformas.

- **La comunicación de LinkedIn es muy diferente a los tuiteos casuales**

Este punto es discutible, pero el contenido informal de todos los días, como fotos de tu comida o selfies, es más adecuado para Twitter que para LinkedIn. Esto no significa que solo tengas que publicar fotos de tu comida en Twitter, ni que los selfies ocasionales en LinkedIn sean un delito, pero recuerda que LinkedIn es una red más profesional y en Twitter la forma de comunicación es más informal.

Actualmente, es obvio que el video se está convirtiendo en el principal formato de contenido, pero debes usarlo de manera muy diferente según la plataforma en la que lo compartas.

LinkedIn, bajo la propiedad de Microsoft, claramente ha priorizado el video de alta calidad en formato largo; mientras que Twitter no solo lo limita a tiempo, sino que también comprime la calidad del video, haciéndolo menos atractivo e impresionante que en otras plataformas.