

Tema 5. Estrategia de Difusión en Red

1. Búsquedas eficaces y Organización de la información

Para poner en marcha una estrategia de difusión debes tener claros los contenidos que deseas transmitir. Podemos querer simplemente hacer visible nuestro currículum, aportar información técnica (sobre nuestra área de actividad) a otros profesionales, mostrar nuestro perfil básico a algunas empresas, etc.

Para dar forma a estos contenidos que queremos transmitir necesitamos previamente manejar abundante información: listados de empresas, información profesional, ofertas de trabajo, etc. En definitiva, estar al día en lo que sucede en nuestro entorno profesional. Eso requiere realizar **búsquedas eficaces** por un lado y usar mecanismos para su **organización**.

Respecto a la **búsqueda y uso eficaz de la información**, hay herramientas especialmente útiles, tales como:

- **Motores de búsqueda, buscadores especializados y metabuscadores** nos ayudarán a filtrar la inmensa cantidad de información que ofrece Internet.
 - o Al utilizar **motores de búsqueda** (ejemplo: Google) puedes ahorrar mucho tiempo con sus menús de “*búsqueda avanzada*”. Podrás focalizar tus búsquedas y evitar abundante información residual que enturbia los resultados.
 - o **Buscadores especializados**. Hay motores de búsqueda que se dedican expresamente a rastrear ofertas de trabajo. Podrás ver el movimiento de ofertas en la red. Ej.: *Trovit* (empleo).
 - o **Metabuscador**. Es un sistema que localiza información en los motores de búsqueda más usados. Carece de base de datos propia y usa las de otros buscadores mostrando una combinación de las mejores páginas que ha devuelto cada uno. Usando metabuscadores incrementarás la potencia de tus búsquedas y los resultados obtenidos. Ej.: *Ixquick*.
- **Sistemas de alertas y canales de sindicación** para filtrar y personalizar información. Evitaremos tener que visitar con frecuencia webs de las que solo nos interesa una parte de la información que ofrece. Decidimos qué información deseamos recibir. Las *alertas de Google* o los canales de noticias tipo *RSS* son buenos ejemplos de estas herramientas.

La otra cuestión básica es **organizar la información** que recibimos y hemos empezado a filtrar. Nos referimos al uso de herramientas para tener accesible un buen listado de empresas, disponibles siempre tus webs favoritas o el CV, centralizar todas las noticias y comunicaciones referidas a mi búsqueda en un solo sitio, etc. Este tipo de tareas pueden ser realizadas de manera más eficaz aprovechando algunos de estos recursos:

- **Directorios virtuales y Espacio Compartido:** disponer de espacio para guardar cualquier documento en la red, accesible desde cualquier lugar en el que tengamos acceso a Internet. Y poder compartir estos documentos con quienes deseamos. (Ejs: *Dropbox*, *Drive*).



- **Agregadores web:** ponen a nuestra disposición un sitio en el que tener disponible y compartir con otros los enlaces webs que tenemos en favoritos o marcadores. (Ej: *Delicious*).

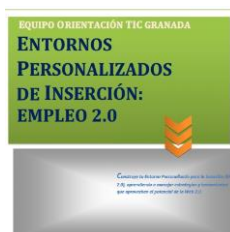


- **Agregadores de contenidos:** es un escritorio virtual en red, un centro de trabajo en el que podremos incluir diferentes utilidades: canales de noticias, sistemas de alertas, redes personales y profesionales, aplicaciones de espacio compartido, agenda, etc. (Ej.: *Netvibes*).



En definitiva, puedes crear un entorno favorable y manejable de comunicación con Internet. Es lo que denominamos un **Entorno Personalizado de Inserción**. Crearás este entorno usando herramientas que te permitan: **Buscar** mejor, **Organizar** la abundante información disponible, y **crear y difundir tu imagen** profesional en red.

Si tienes interés en obtener más información al respecto, te recomendamos que eches un vistazo al Manual “*Entornos Personalizados de Inserción: Empleo 2.0*”, realizado por el Equipo de Orientación TIC de Granada y que puedes descargar fácilmente desde su Blog (<http://epi-entorno-personalizado-de-inseccion.blogspot.com.es/p/manual-epi-20.html>).



2. Estrategia de difusión en redes

Hay una serie de postulados fáciles de confirmar (en cualquiera de los estudios de inserción realizados recientemente) que refuerzan la necesidad de diseñar una estrategia de difusión en red para mejorar tu empleabilidad:

- *La mitad de las empresas emplea las redes sociales para buscar profesionales.*
- *Las empresas buscan a sus trabajadores con los medios más baratos, fáciles de aplicar y que más utilidad percibida tienen.*
- *Los contactos personales y la promoción interna son formas generalizadas de cubrir un puesto de trabajo.*
- *El uso de Internet crece de forma directa al tamaño de la empresa.*
- *Aumenta gradual y espectacularmente el uso de las redes sociales para la búsqueda de empleo.*
- *Los candidatos, al igual que las empresas, también usan varios canales para buscar oportunidades.*

Para diseñar una estrategia de contenidos en Internet hemos de reflexionar sobre **que ofrecemos**, cuál es nuestro **público objetivo** y **qué imagen queremos generar en Internet**.

La **elección de contenidos en Redes Sociales debe tener un fin**, un propósito; para ello contesta a esta pregunta: ¿qué quiero conseguir? Las respuestas pueden ser muchas y muy variadas (reputación, visibilidad, ...) De nuestra respuesta debe salir un epicentro en torno al cual girarán todas las decisiones que tomemos (selección de Redes Sociales, tono de la comunicación, periodicidad de publicación de contenidos, etc.).

En función de nuestros objetivos realizaremos la **selección de redes sociales adecuadas**. Para ello debes tener en cuenta 2 factores principales:

- **A quién te diriges.** Así, por ejemplo, si ofreces servicios profesionales y tu público objetivo es mayor de 50 años es preferible utilizar LinkedIn o Xing antes que Tuenti.
- De qué **recursos** dispones. Hay abundantes recursos que tienen carácter gratuito y que te servirán para comunicar (web personal, blog, redes sociales y profesionales, videoconferencia, etc.). Unos tienen un carácter más reflexivo (ej: Blog), otros destacan por su inmediatez (ej: Twitter) o por su grado de difusión (ej: Facebook). Ello no significa que tengas que utilizarlos todos ni mucho menos. De hecho la recomendación que te damos es que seas selectivo. Piensa en tu objetivo y elige solo aquellos recursos que realmente vayas a utilizar habitualmente.

Entre los **canales de difusión** destacamos estos:

BLOG / WEB PERSONAL: Disponer de un Blog o una web personal puede ser una buena herramienta para difundir tu currículum. Se trata de medios reflexivos, que te permiten pensar con tranquilidad que quieres exponer de ti. La **web** es un recurso más estático, con información más estable que no es preciso modificar con demasiada frecuencia. El **Blog** implica la voluntad de escribir con frecuencia y periodicidad, y es más útil si deseas ir incorporando información u opiniones profesionales. Tanto en una web como en un blog podrás:

- Usar una página de entrada para redactar el CV.
- Para cada una de las funcionalidades, características o competencias que quiero resaltar de mi CV, puedo añadir enlace a una Entrada/Post donde me puedo extender más sobre esa característica en concreto.
- Si tenemos cuenta en redes (Twitter, Facebook, LinkedIn, ...) cada entrada/post podrá ir vinculado entre ellas.
- Cabe la posibilidad también de incorporar a nuestro espacio web otras informaciones (ej.: formulario de contacto).
- *Google sites*, para la creación de una web personal, o *Blogger* y *Wordpress* para crear un blog, tienen carácter gratuito.

UNA CUENTA EN ALGUNA RED: **Twitter** y **LinkedIn** nos parecen especialmente interesantes. Con Twitter vamos a darle difusión al CV y podremos difundir estos posts en otros sitios. Al añadirla a nuestra estrategia de difusión es importante realizar un estudio de palabras clave y aportar contenidos en nuestros Post/Entradas para “venderlos” en las redes.

Por su parte, LinkedIn es la red profesional por excelencia. Usada por multitud de empresas en sus selecciones. Te permitirá crear tu propia red profesional.

VIDEOCURRICULUM: En comunicación, las imágenes, el sonido, la originalidad, son valorados muy positivamente por los usuarios. Además les hace interactuar, compartir y difundir ese mensaje, potenciando su viralidad y aumentando de forma espectacular el efecto de un solo vídeo en la red. El coste de difundir material en formato vídeo es insignificante en relación al impacto que puede tener. Como ejemplo, un dato: Youtube es el 2º buscador más utilizado del mundo y la 3ª página más visitada. Además, crear tu propio canal en Youtube es gratuito. Hacer un buen vídeo no es tarea fácil, pero el esfuerzo puede merecer la pena.

Para poder llevar a cabo correctamente nuestra **estrategia de comunicación**

hay que cuidar muy bien **los contenidos** que transmitimos:

- Tenemos que generar contenido que **aporte valor** (original y útil).
- No debemos crear contenido duplicado. Cada red y cada herramienta tiene su sentido. Usa solo las que puedan complementarse.
- El contenido debe estar enfocado a reforzar una **estrategia de posicionamiento** basada en la selección previa de unas palabras clave determinadas que se vinculan directamente con nuestros objetivos.

Como podemos ver, la estrategia de difusión queda configurada al dar respuesta a estas tres preguntas:

1. Qué queremos transmitir (el producto: nosotros).
2. A quién/es se lo vamos a comunicar (público objetivo).
3. Como vamos a hacerlo (herramientas de comunicación).

Finalmente, es conveniente **evaluar** la incidencia de nuestra estrategia en red, y disponer de información que permita hacer un **seguimiento** de nuestra incidencia:

- Entre los **elementos cuantitativos** para nuestros objetivos podemos encontrar: Número de seguidores/fans; Número de visitas a nuestra página web; datos de cada red social utilizada (*retweets* de Twitter, *me gusta* de Facebook, *recomendaciones* de LinkedIn, ...). Estos indicadores, contextualizados en un plan, te puedan dar una idea del impacto o éxito que estás teniendo.
- También cabe considerar **indicadores cualitativos** como por ejemplo: Mejora de la *reputación* o Grado de facilidad para el establecimiento de *relaciones profesionales*. Estos puntos son difícilmente medibles pero también impactan (a veces incluso más que los cuantitativos) en nuestros resultados.

En esta tarea de evaluación y seguimiento puede ser interesante usar la analítica web, como **Google Analytics**, para poder comprobar en dónde estás teniendo mayor difusión y poder ir afinando los contenidos del currículum. Es decir, podrías saber qué tipo de características de tu currículum vitae tiene mayor difusión o aceptación en Internet.

Como has podido ver en este curso, la conexión entre currículum y web 2.0 es realmente significativa. La intención es servirte de ayuda cuando elabores tu Plan para la Búsqueda de Empleo.

Dicho Plan podría quedar concretado en las siguientes actuaciones:

1. Define tus **objetivos profesionales**. Trata de clarificar a qué quieres dedicarte.
2. Elabora y **usa eficazmente las herramientas principales de búsqueda de empleo** (carta, información introductoria para redes y currículum). Procura añadirles un punto de originalidad y modernidad.
3. **Elabora tu Entorno Personalizado de Inserción (EPI)** seleccionando herramientas para buscar información, organizarla y crear una imagen profesional en red. Delimita claramente tu público objetivo (empresas y otros profesionales). Haz un listado de empresas y entidades que quieres que sepan de ti y trata de conseguir datos sobre las redes y espacios webs que utilizan.
4. Se **proactivo y crea tu imagen en red**. Sigue a empresas, aporta contenidos en tus redes, participa de grupos, asiste a eventos, etc. Todo ello configurará tu “Marca Personal”.
5. **Revisa** periódicamente la eficacia de tus herramientas y de tu **estrategia** de comunicación. Siempre podrás rectificar o mejorar algo si fuera necesario.

Tu Plan será eficaz si logras llegar a tu población objetivo y eres incluido en procesos de selección. Eso significará que has logrado generar interés por tu currículum 2.0.

3. Recursos y Enlaces de Internet

Navegadores:

- Comparativa Navegadores: <http://blog.uptodown.com/comparativa-navegadores-2015/>

Agregadores y directorios virtuales:

- Netvibes (agregador de contenidos): <http://www.netvibes.com/>.
- Hootsuite (agregador de redes): <https://hootsuite.com/es/>.
- Symbaloo (favoritos en red): <http://www.symbaloo.com/home/mix/13eOcljTaQ>.
- Delicious: (favoritos/marcadores en red) <http://del.icio.us/?logout=1>.
- Dropbox: (Directorio/carpetas on-line) https://www.dropbox.com/es_ES/.

Entornos Personalizados de Inserción:

- Manual E.P.I.: <http://epi-entorno-personalizado-de-inseccion.blogspot.com.es/p/manual-epi-20.html>.
- Presentación EPI: https://prezi.com/fjme_pgncoha/entornos-personalizados-de-insercion/.

Análisis y Evaluación:

- Google Analytics: <https://www.google.es/intl/es/analytics/>.

4. Pon en Práctica lo Aprendido

Estas actividades pueden serte de gran ayuda para la adecuada asimilación de este tema.

Recuerda que son actividades de carácter voluntario y que NO TIENES que entregarlas al profesor.

Ejercicio 1. Tu Entorno Personalizado de Inserción.

Trata de elaborar tu propio Entorno Personalizado de Inserción (EPI). Empieza por identificar que herramientas y recursos de Internet utilizas o entiendes que podrías utilizar para tu búsqueda de empleo.

<i>¿Qué navegador utilizas? ¿Tienes organizados los favoritos/marcadores relacionados con empleo?</i>
<i>¿Qué motor/motores de búsqueda usas? ¿Usas algún buscador especializado (ej.: ofertas de trabajo)?</i>
<i>¿Dispones de sistemas de alertas? ¿Usas canales de noticias (ej: RSS)?</i>
<i>¿Utilizas algún agregador para organizar la información, alertas y canales de noticias relacionadas con empleo (ej.: Netvibes)?</i>
<i>¿Tienes tu currículum en Internet? ¿Utilizas webs para el diseño y difusión de tu currículum?</i>
<i>¿Utilizas alguna bolsa de trabajo de Internet?</i>
<i>¿Tienes tarjetas de presentación on-line?</i>
<i>¿Tienes perfil en redes personales? ¿Si es así, las usas para buscar empleo?</i>
<i>¿Tienes perfil en redes profesionales? ¿Si es así, realmente las usas?</i>
<i>¿Dispones de Blog o web personal?</i>
<i>¿Utilizas los foros de empleo?</i>
<i>¿Utilizas otros recursos de Internet en tu búsqueda de empleo?</i>

Elabora tu EPI, es decir, identifica con claridad cuáles son realmente importantes para ti, en tanto que te permitan tres cosas: *buscar mejor, organizar la información y crear tu imagen profesional* en red. Usa solo aquellas que realmente puedan hacer asimilable y práctica tu relación con la red, mejorando tus posibilidades de inserción laboral.

Ejercicio 2. Estrategia de difusión.

Elabora tu estrategia de difusión. Para ello empieza dando respuesta a las siguientes cuestiones:

- ¿Cuál es mi punto de partida? ¿Qué ofrezco?
- ¿Qué quiero conseguir? ¿Cuál es mi propósito principal para la exposición en redes?
- ¿A quién me dirijo? ¿Cuál es mi público objetivo?
- ¿Qué redes sociales/profesionales voy a utilizar?
- ¿Qué canales de difusión emplearé?
- ¿Qué resultados estoy obteniendo?

Ponte manos a la obra:

1. Define tus objetivos profesionales.
2. Define y utiliza canales para la obtención de información. Canales de noticias, alertas en webs, etc.
3. Elabora y usa eficazmente las herramientas principales de búsqueda de empleo (carta y Currículum) e intenta añadirles un punto de originalidad y modernidad.
4. Haz un listado de empresas y entidades que quieres que sepan de ti. Trata de conseguir datos sobre las redes y espacios webs que estos utilizan.
5. Elabora un breve párrafo que puedas usar en diferentes redes sociales para que la gente te identifique.
6. Selecciona los canales que deseas utilizar (redes, web, blog, etc.) teniendo claro la utilidad de cada uno y evitando duplicidades y saturación (no por usar más canales se es más eficaz).
7. Se proactivo. Sigue a empresas, aporta contenidos en las redes, participa de grupos, asiste a eventos, etc.
8. Revisa periódicamente la eficacia de tus herramientas y de tu estrategia de comunicación. Siempre podrás rectificar o mejorar algo si fuera necesario.