

## Optimización perfil LinkedIn

domingo, 12 de junio de 2022 20:57

Se basa en la buena o mal reputación (la opinión que le asigna una persona a algo) on-line que pueda generar tu perfil.

LinkedIn cuenta con la herramienta Social Selling Index ([SSI](#)) la cual mide el índice de venta de tu perfil.

EN MEDIA LOS RECRUITERS PASAN VEINTE (20) SEGUNDOS MIRANDO TU PERFIL.

¿Cuál es tu objetivo profesional?

Con un objetivo profesional claro los recruiters podrán encontrarte más fácil a través de los filtros ofrecidos por LinkedIn.

- Área laboral
- Geografía
- Industria
- Tipo de organización
- Tipo de empleo

Palabras claves para la búsqueda laboral

La herramienta [cultivated culture](#) analiza tu CV y la posición a aplicar.

**Palabra clave:** Habilidad, conocimiento, experiencia que diferencia de los otros; esas palabras claves las van a buscar los reclutadores.

[JobScan](#): Herramienta para comparar tu perfil de LinkedIn con una vacante de trabajo en particular.

Mover de lugar las experiencias que se consideran más importantes.

¿Cuál ha sido la contribución desde mi rol? Resultados y logros mediante uso de verbos de acción {Desarrollar, crear, implementar, mejorar, ...}

USO DE CONTENIDO MULTIMEDIA (fotos, videos) donde se evidencie que se cumplen los requerimientos del puesto.

Opciones de empleo: Hasta 5 opciones de empleo, escoger de manera estratégica.

Ubicación: Ubicación donde se está buscando empleo, ¿Dónde hay más salida laboral?

Se pueden crear alertas de empleo para cargos específicos, o para saber cuándo hay una vacante general de una empresa en específico.

CREAR UNA MARCA PERSONAL es muy importante

La marca personal "es lo que la gente dice de ti cuando no estas en la sala" Jeff Bezos.

La **marca personal** es la **reputación** en acción.

El tipo de vestimenta que uses en tu foto de perfil refleja con qué tipo de empresas quieres conectar

Tratar de que el fondo sea neutro.

Formal: Empresas más tradicionales

StartUps: Vestimenta informal

Evitar: No usar accesorios no profesionales (lentes de sol), no tomar una selfi, iluminación no adecuada, rostro bien iluminado, no mirar a la cámara (timidez), lenguaje corporal defensivo (brazos cruzados).

Foto de fondo: ¿Qué se quiere transmitir? ¿Cuál es tu interés?

Titular: Cargo + palabras / conceto clave (Desarrollador Full Stack | PHP, Node.js, Angular)

Elevator Pitch para la descripción en LinkedIn (3 párrafos de máximo 4 líneas)

Escribir en primera persona

¿Quién soy y a quien ayudo?

¿Qué me apasiona?

¿Qué me hace único?



### Ejemplo 1

Soy Ingeniero en Desarrollo de Producto, actualmente trabajando en

¿Quién soy y a quién ayudo?	Impresión 3D para clientes de la industria automotriz. Transformo piezas convencionales en diseños compatibles con la impresión 3D.
Mi pasión	Me apasiona convertir ideas en productos funcionales.
¿Qué hace único a mi perfil?	Con el uso de herramientas como el <i>design thinking</i> , mi experiencia en operaciones y mi background académico en ingeniería mecánica, ayudo a mis clientes a desarrollar sus productos. Los hago compatibles para la tecnología de impresión 3D, dando como resultado productos más ligeros con diseño biónico.

#### CONTENIDO RELEVANTE PARA PAGINA DE INICIO:

Informarse sobre la empresa a la cual se aspira

Quedarse solo con las empresas relevantes para la búsqueda

Identificar #significativos que ayuden a obtener la info que se necesita

Mirar el # de seguidores del # (por lo menos 1000 seguidores)

Buscar los portales de empleos más usados x país.

Asistir a eventos.

25% de las oportunidades laborales están visibles en el internet

El 75% restante no es publicada y solo se saben por medio del contacto directo

Identificar que empresas se quiere contactar en orden de preferencia, elegir una persona de la empresa para contactar a través de LinkedIn

Perfil linkeado con lugar de trabajo, universidad y ubicación.

Empresa pequeña: CEO

Empresa mediana: Manager del área objetivo

Empresa grande: Recursos Humanos

#### MENSAJES EFECTIVOS PARA CONECTAR:

Llegar a las 500 contactos.

**Mensajes efectivos:** Calidad mejor que la cantidad

**Vías de contacto:**

Inmail: Mensaje extenso sin limitación de caracteres.

### Inmail a Freddy

Hola Freddy,

Espero que estés bien.

Te sigo hace tiempo en redes sociales, especialmente en YouTube. Tienes videos muy buenos sobre cómo encontrar tu primer trabajo, "por qué es importante tener una marca personal", entre otros temas relacionados. Están muy en línea con mi filosofía de trabajo.

No sé si ya ofrecen eso pero pensé que sería interesante crear un curso en Platzi para hacer despegar tu carrera profesional.

Soy Head Hunter y Coach de carrera, tengo más de 7 años de experiencia acompañando a líderes jóvenes y emprendedores de todo el mundo. Especialmente, en Latam y Europa.

Me encantaría poder contarte más.

¡Quedo atenta a tu feedback!

Mensaje para conectar: Mensaje más corto de 300 caracteres.

Usar 6-point email:

1. Mensaje de no más de 75 palabras
2. ¿Qué se tiene en común?
3. Pedir consejo, no trabajo
4. Petición en forma de pregunta
5. No extenderse mucho
6. 50% o + sobre el contacto y no sobre uno; el foco en la otra persona.

