

Muchas gracias por tu interés en esta actividad, empezaremos en unos instantes

Recuerda apagar tu cámara y silenciar tu micrófono.

Durante la sesión para cualquier pregunta puedes usar el chat interno de la plataforma o bien preguntarnos activando tu micrófono.

**La sesión será grabada y podrá ser publicada posteriormente en los canales del proyecto Digicom; puedes abandonarla en cualquier momento.**

Correo para consultas **[digicom@comercioasturias.com](mailto:digicom@comercioasturias.com)**

Web del proyecto **<https://comerciodigitalgijon.es>**



**DIGICOM**  
PLAN DE DIGITALIZACIÓN  
DEL COMERCIO DE GIJÓN

**LinkedIn**

La red social de los profesionales



---

¿Qué es Linked-In? – Un poco de historia

¿Qué buscamos en Linked-In?

Claves para crear un perfil

Uso y funcionamiento

Cómo publicar

Tipos de contactos

Otras soluciones

Conclusiones

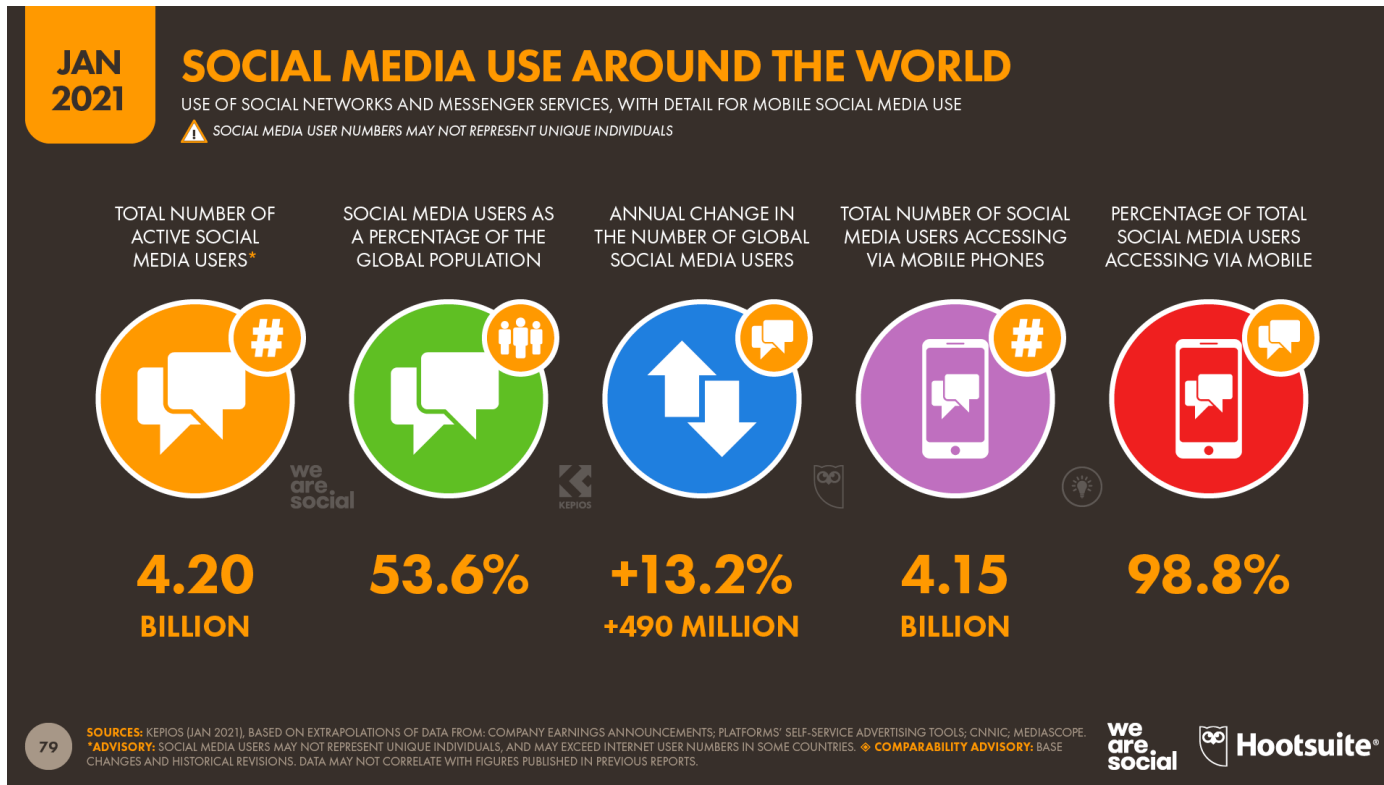
# ¿QUÉ ES UNA RED SOCIAL?

## RED SOCIAL

Antropólogos británicos Alfred-Radcliffe-Brown y Jhon Barnes

*“Conjunto de personas y organismos conectadas entre sí por intereses o relaciones en común”*





Efecto COVID 19

15 nuevos usuarios cada 1”



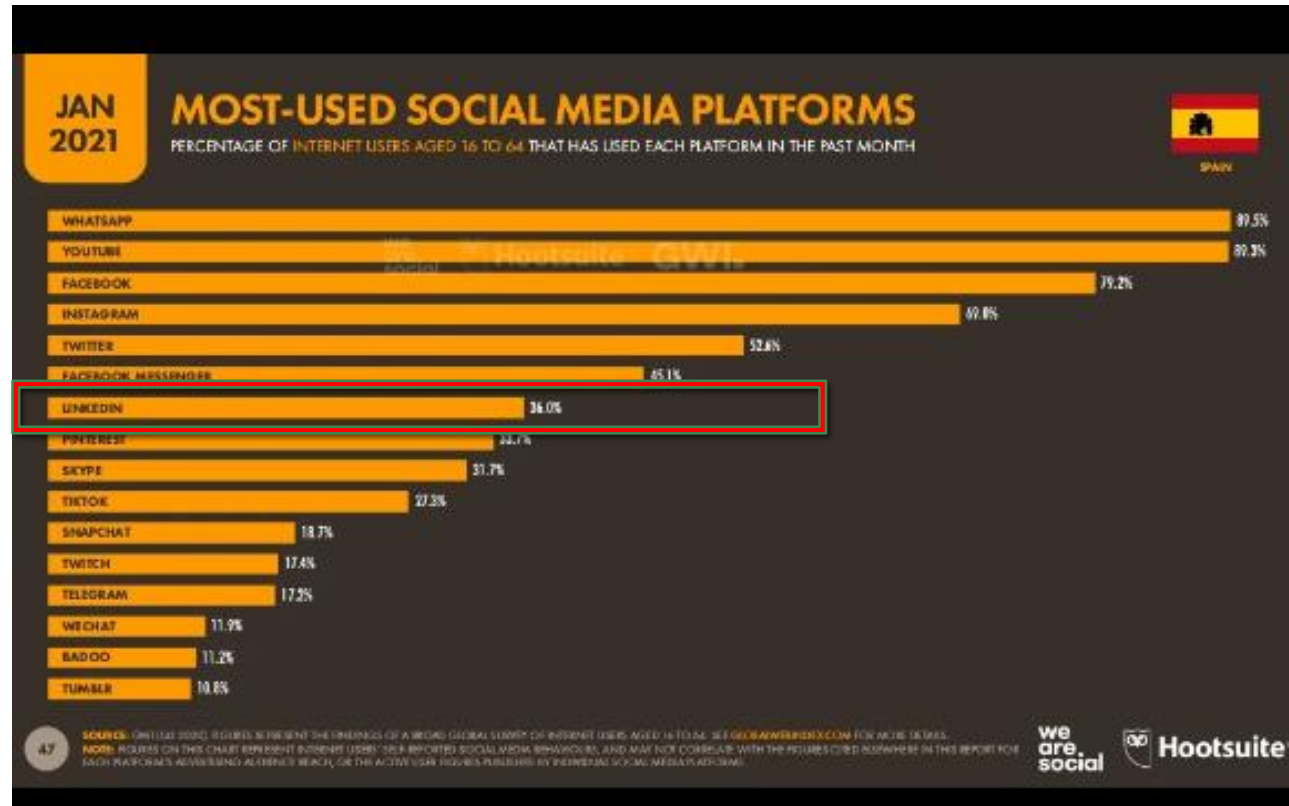
Conexión 6h 11' de media

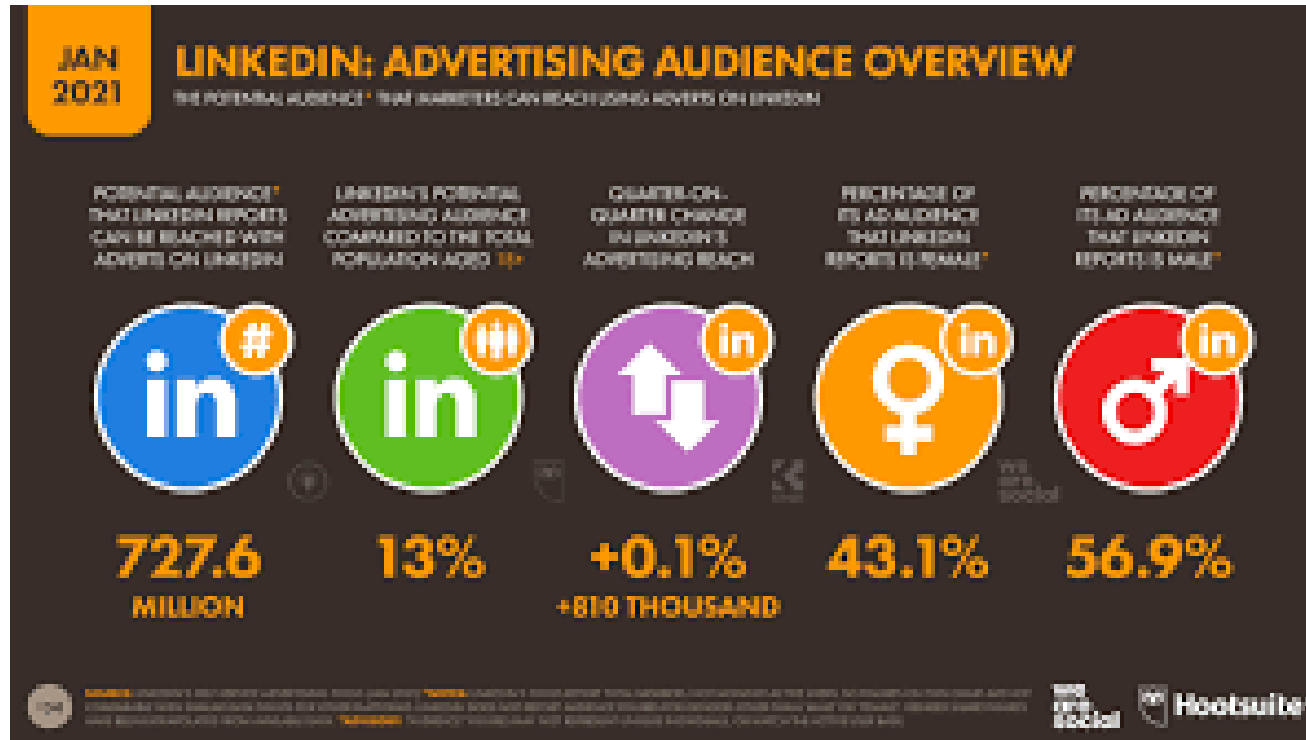
El 80% al menos 2 h a sus RRSS

El 45% de los usuarios entre 16 y 64 años busca información sobre marcas en las RRSS

EL 40% con fines laborales









# UN POCO DE HISTORIA



---

En mayo de 2003, Reid Hoffman junto a un grupo de compañeros de Paypal funda esta red social B2B

Pronto surgieron los inversores que llevaron el proyecto a un nivel profesional con nuevas herramientas como Linked-In Jobs

En 2007 su fundador Reid Hoffman vendió a la compañía Dan Nye y un año después se internacionaliza con oficina en Londres y traduciéndose al castellano y francés.

Con la llegada de Jeff Weiner en 2009 y sus cambio de estrategia la red se pone en 100 M de usuarios en 2010

Su salida a bolsa en 2011 tiene una buena acogida por los inversores y este año llegan a los 200 M/u

En 2015 adquiere la empresa de mkt predictivo *Fliptop* y crea su herramienta *Sales Navigator*

El momento crucial es la compra por parte de *Microsoft* en 2016, solo un año después ya contaban con 500 M/u

# ¿QUÉ ES LINKED-IN?



Se puede definir como la RRSS profesional por excelencia

Actualmente cuenta con 774 millones de miembros en más de 200 países

En palabras de sus creadores Linked-In tiene:

**VISIÓN:** *“Crear oportunidades económicas para cada profesional del mercado laboral internacional”*

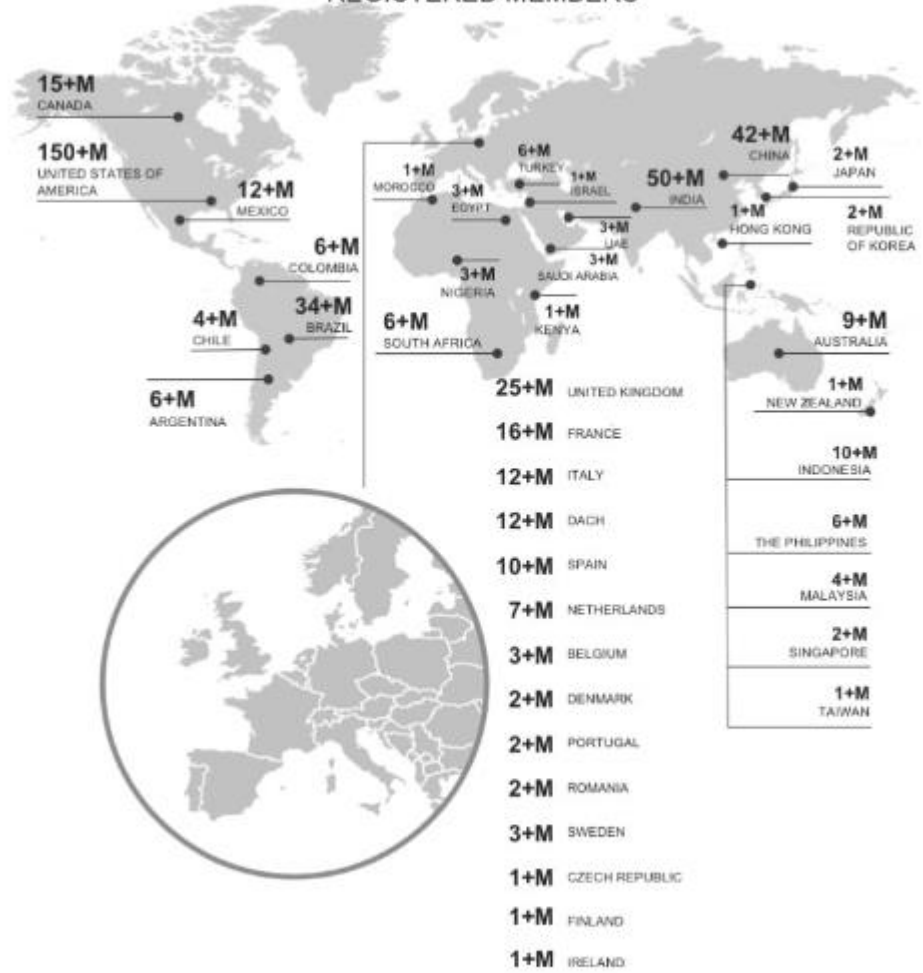
**MISIÓN:** *“Conectar profesionales de todo el mundo para ayudarles a ser más productivos y a alcanzar todas sus metas laborales”*

Unirte a Linked-In te permite vincularte o conectarte, términos que en inglés se conocen como **Linked**

**Linked** hace referencia a estar conectado o vinculado a contactos profesionales que conoces y en los que confías

# 575,000,000+

REGISTERED MEMBERS



Fuente: Osman, 2019.

En España es usada por más de 10 Millones de usuarios

El perfil promedio es una persona de:

- 35 años
- Con estudios universitarios
- Accede de media 3 veces a la semana

## ¿Quiénes son sus usuarios?

- » Hay **46 millones de estudiantes** y jóvenes graduados en la red social
- » **87 millones** de Millennials están en LinkedIn
- » De estos, **11 millones** tienen puestos de decisión
- » El 56% de los usuarios son **hombres** (el 44% son mujeres)
- » La edad media es de **44 años** y el 79% de los miembros tienen más de **34 años**.
- » En los Estados Unidos, el 51% de las personas de entre 25 y 34 años son usuarios de LinkedIn, así como el 50% de las personas de entre **35 y 44 años**.
- » El usuario promedio pasa alrededor de **17 minutos** por mes en LinkedIn
- » En LinkedIn, hay **40 millones** de personas que toman decisiones y 61 millones de las llamadas personas influyentes
- » El 75% de los usuarios gana más de \$50,000 al año
- » 44% gana más de \$ 75,000 al año
- » 41% de los millonarios en todo el mundo usan LinkedIn



[50 cifras esenciales de LinkedIn para tu estrategia de marketing \(digimind.com\)](https://www.digimind.com)

# ¿QUÉ BUSCAMOS EN LINKED-IN?



## ¿CUÁL ES NUESTRO OBJETIVO?

- Conocer profesionales de nuestro sector para intercambiar opiniones (networking)
- Potenciar nuestro desarrollo profesional dentro del sector
- Localizar posibles inversores
- Mejorar el SEO de contenidos profesionales compartiéndolos
- Captar posibles clientes de negocio
- Localizar proveedores



---

## ¿CUÁL ES NUESTRO OBJETIVO?

- Ganar visibilidad para nuestra empresa / marca personal
- Tomar inspiración para nuevos negocios
- Ser referencia dentro del sector
- Alcanzar contactos inaccesibles por otros medios
- Búsqueda de talento o mejora de empleo
- Mantener el contacto con compañeros actuales y antiguos

---

## SELECCIONA BIEN LA FOTO DE PERFIL

La primera impresión es la que queda

Sea cual sea nuestro objetivo, cuidar la imagen es importante

Evitar fotos antiguas, tipo carnet, demasiado coloristas o personales

Imagen que transmita profesionalidad

---

## INFORMACIÓN PROFESIONAL COMPLETA

Es importante rellenar todos los campos y opciones disponibles

Hay que llevar especial cuidado con la redacción y los errores gramaticales

Siempre es interesante sincronizar la agenda de contacto del correo con el perfil de Linked-In

---

## REDACCIÓN DEL EXTRACTO PERSONAL

Es una pequeña descripción inicial que aparece debajo de nuestra foto de perfil

Sirve a modo de saludo o carta de presentación

Es conveniente que este texto incluya las palabras clave en las que queremos posicionarnos

- Sugerencias:
- Sé original, utiliza frases cortas, directas y separadas por puntos
  - Usa tus Keyword para posicionarlas y mejorar tu SEO en Linked-In
  - Vende tu marca personal

---

## TUS CONOCIMIENTOS

En tanto que Linked-In es una RRSS profesional debemos toda la información tanto de habilidades como de conocimientos debe estar enfocada al objetivo que nos hemos propuesto

No tiene sentido incluir contenidos que nada tengan que ver con el perfil profesional

Nunca falsear ni engordar datos

---

## LINKBUILDING

Linked-In es una herramienta interactiva de trabajo por lo que siempre es interesante incluir los enlaces a las empresas o entidades con las que hemos colaborado

También es bueno incorporar recomendaciones de compañeros o excompañeros que avalen alguna de las aptitudes que indicamos en nuestro perfil. Esto mejorará la visibilidad

No dudes en participar en la recomendación de otros perfiles con los que tengamos experiencias profesionales



---

## LA IMPORTANCIA DE PUBLICAR BIEN

El éxito de Linked-In como toda RRSS se basa en generar tráfico en el perfil en base a la publicación de contenidos que interesen

Es importante estar muy activo y al día de las novedades del sector

Establecerse una de publicación periódica puede ser un buen objetivo

---

## NAVEGAR ENTRE LOS CONTACTOS

Incluso en la versión gratuita Linked-In nos ofrecerá contactos que encajan con nuestro sector y perfil profesional

Es interesante ver los contactos de estos perfiles ya que suelen ser, a su vez, perfiles afines al nuestro

Se estima que en 3 saltos de contacto podríamos llegar a contactar con cualquier usuario de una RRSS

Linked-In nos ofrece la oportunidad de llegar a contactar directamente con los profesionales de primer nivel de nuestro sector a nivel internacional

---

## CURSOS DE LINKED-IN

*Linked-In Learning* es una plataforma para la realización de cursos de forma interactiva

Se trata de pequeñas formaciones que nos permiten desarrollar habilidades y competencias profesionales

Cuando se realiza alguno de estos cursos se debe incluir dentro de los conocimientos del perfil

Se incluye dentro de la versión Premium aunque se dispone de un mes de prueba gratuito

LinkedIn

 Buscar

 Personas

 Learning

 Empleos

Unirse ahora

Iniciar sesión

¡Te damos la bienvenida  
a tu comunidad  
profesional!

Email o número de teléfono

Contraseña

Mostrar

¿Has olvidado tu contraseña?

Iniciar sesión



INICIO



## COLUMNA DE NAVEGACIÓN (izquierda)

Acceso al perfil personal, perfiles de empresa que administremos y un listado de los hashtag y grupos con más seguimiento

## COLUMNA CENTRAL

Junto con una ventana en la parte superior para realizar las publicaciones, ver las publicaciones de nuestros contactos y poder interactuar con ellos

## COLUMNA DERECHA

Sugerencias de contactos y créditos de la página

MI RED



En esta sección gestionaremos las invitaciones recibidas así como las sugerencias de la aplicación

También podremos visualizar los contactos personales y de empresas que tenemos acumulados en el perfil

Linked-In permite ampliar nuestra lista de contactos, importándolos de la agenda de nuestra cuenta de correo de Gmail, Yahoo, Outlook,

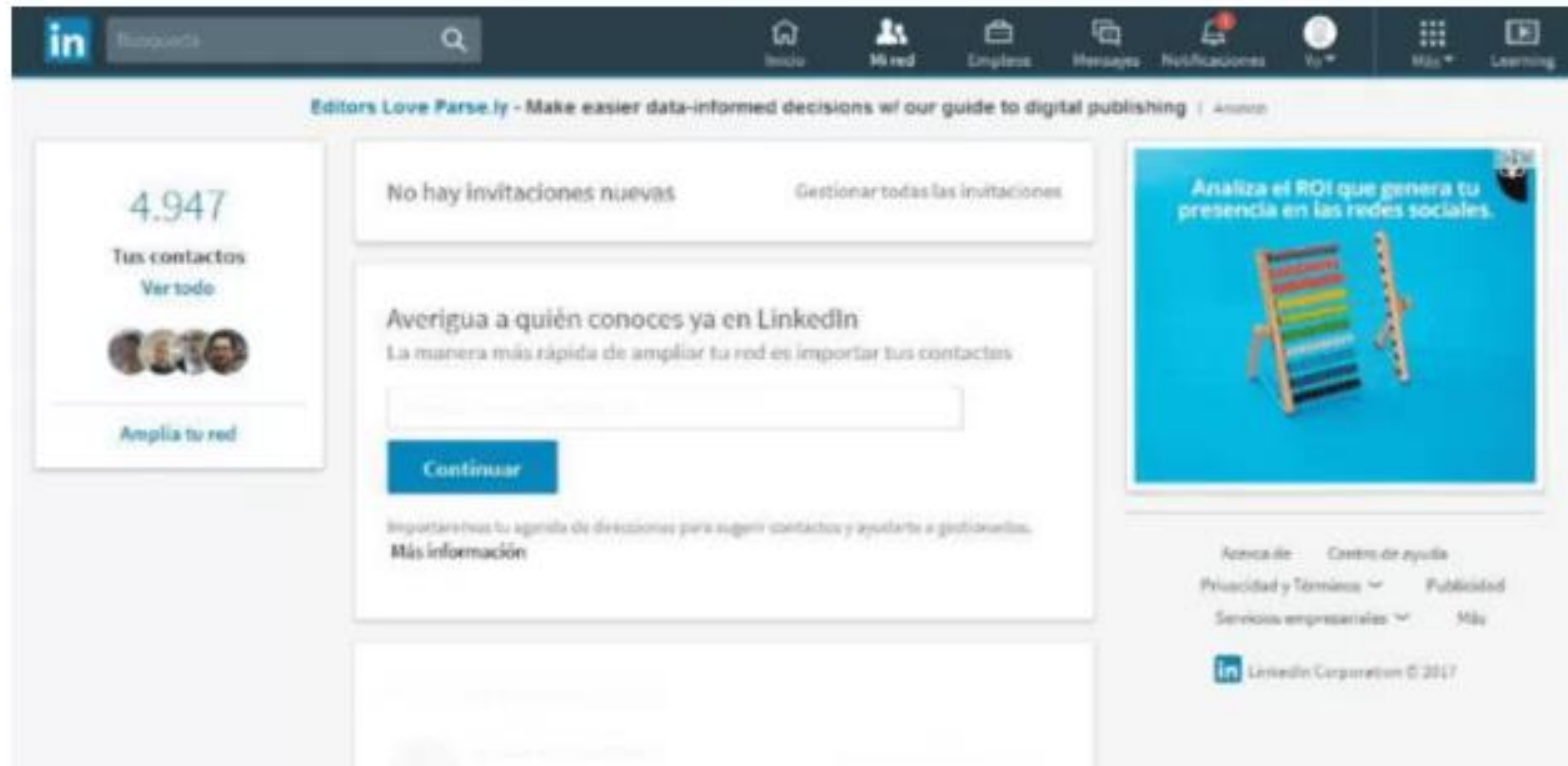
Las recomendaciones que aparecen en la columna central nos ayudaran a localizar usuarios con afinidades profesionales o que hayamos coincidido anteriormente (Universidad, empresas...)



# USO Y FUNCIONAMIENTO



MI RED



# USO Y FUNCIONAMIENTO



## EMPLEOS



Lo que hace diferente esta RRSS es que el centro de todo está centrado en gran medida en la información profesional por lo que el CV toma una especial relevancia (experiencias profesionales, títulos, formación complementaria, habilidades...)

Esta es la herramienta más demandada de Linked-In con más de 20 M de puestos de trabajo

Está dividida en filas para encontrar:

- Búsqueda de empleos por ubicación
- Características de los perfiles y localizaciones
- Estado de la búsqueda
- Sugerencias en función de nuestras búsquedas
- Estimación salarial

## MENSAJES



Se trata de un sencillo editor de mensajes muy práctico y fácil de usar

En la columna de la izquierda encontramos la bandeja de entrada de los mensajes con un buscador y un redactor para nuevos envíos.

En la bandeja central se amplía el mensaje seleccionado

## NOTIFICACIONES



Nos da acceso a las notificaciones que tengamos en el perfil de Linked-In

Podemos recibir notificaciones por las solicitudes de contacto que hemos realizado o bien por invitaciones que tengamos de usuarios que desean contactar con nosotros o invitarnos a determinados eventos, publicaciones o noticias

Se puede seleccionar entre la actividad de nuestra red y perfil, la de las páginas de empresa, ofertas de empleo y oportunidades

YO



Se despliegan las opciones para gestionar de forma sencilla los ajustes del perfil, publicaciones, anuncios y empresa

## CUENTA

- Ajustes y privacidad
- Centro de ayuda
- Idioma

## GESTIONAR

- Publicaciones y actividad
- Anuncios de empleo
- Empresas

## PRODUCTOS



### LEARNING

Opción de realizar pequeñas formaciones para desarrollar habilidades y competencias profesionales

Cursos de negocios, mkt digital, redacción, finanzas...

De pago

### TALENT INSIGHTS

Permite hacer una prospección de mercado aportando ideas y analíticas de mercado así como tendencias laborales.

Podremos ver el nº de profesionales que cumplen los requisitos del filtro que hemos establecido, el % de cambios de empleo en el último año, cantidad de ofertas publicadas, demanda de determinados profesionales y el indicador de talento fidelizado sobre profesionales con la marca empleadora de nuestra empresa

De pago

## PRODUCTOS



### PUBLICAR UN ANUNCIO DE EMPLEO

Uso de LinkedIn como buscador de talento a modo de otras plataformas como Infojobs

### GRUPOS

Podemos buscar y crear grupos con afinidades laborales y generar debates sobre temas de interés para sus miembros

La pertenencia a un grupo permite realizar optimizar los contactos de calidad

La incorporación a un grupo requiere solicitud previa que deberá ser aceptada por el administrador del grupo

### TEST DE APTITUDES

Evalúa nuestros conocimientos en base a las aptitudes que hemos añadido al perfil

Son pruebas de 15 preguntas de selección múltiple de respuesta en un tiempo determinado

No es obligatorio pero tenerlos aporta un mayor valor al perfil



## PRODUCTOS



## PUBLICITAR MEDIANTE LINKED-IN ADS

Podemos lanzar campañas publicitarias a través de su canas Ads

Permite seleccionar nuestros objetivos, segmentar y analizar los datos para verificar las estrategias

- Las opciones de publicidad son:
- Anuncios de texto
  - Anuncios en display
  - Anuncios dinámicos
  - Contenido patrocinado
  - Inmail patrocinados

## PRODUCTOS



### PROFINDER

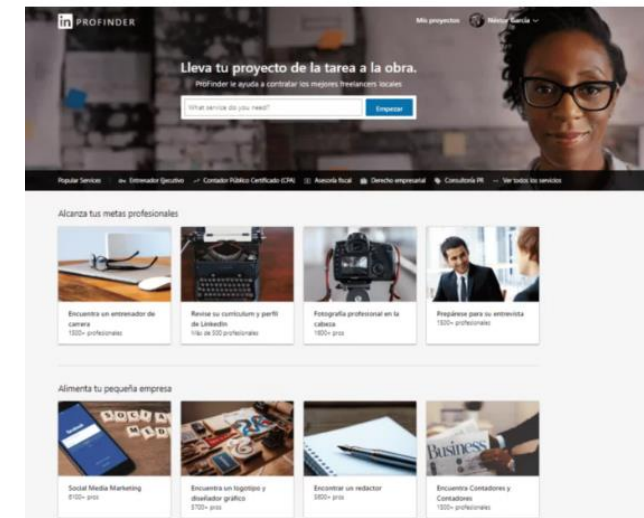
Es una potente herramienta que facilita el contacto de profesionales sin intermediarios, fomentando de este modo las sinergias y los negocios

### SLIDESHARE

Red social de presentaciones e infografías que permite compartir trabajos

### SALARY

Herramienta que permite conocer sueldo medio profesional, empresas y titulaciones mejor pagadas, variaciones salariales, ciudades con sueldos más altos...



VERSIÓN PREMIUM



La versión Premium aumenta las posibilidades de visibilidad y permite el uso de las herramientas analíticas mejorando así el posicionamiento del perfil y la eficacia en las búsquedas

Se ofrece un mes gratis para poder analizar las ventajas de esta modalidad de pago

Career	Business	Sales Navigator Core	Recruiter Lite
Consigue que te contraten y progreses en tu carrera	Ampia y fortalece tu red	Encuentra oportunidades de ventas	Encuentra y contrata a candidatos
Todas las funcionalidades de Career y además:	Todas las funcionalidades de Business y además:	Todas las funcionalidades de Sales Navigator Core y además:	Todas las funcionalidades de Recruiter Lite y además:
<ul style="list-style-type: none"><li>Destaca y ponte en contacto con responsables de contratación</li><li>Ve una comparación con otros solicitantes</li><li>Adquiere nuevas aptitudes para avanzar en tu carrera</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Encuentra y conecta con las personas adecuadas</li><li>Promociona y amplía tu negocio</li><li>Adquiere nuevas aptitudes para mejorar tu marca profesional</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Encuentra posibles clientes y cuentas en tu mercado objetivo</li><li>Obtén información en tiempo real para una comunicación más personalizada</li><li>Forja relaciones de confianza con clientes y posibles clientes</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Encuentra a candidatos cualificados más rápido</li><li>Comunicate con los mejores candidatos directamente</li><li>Forjar relaciones con posibles empleados</li></ul>
<a href="#">Más información</a>	<a href="#">Más información</a>	<a href="#">Más información</a>	<a href="#">Más información</a>

## VERSIÓN PREMIUM



## PREMIUM CAREER / EMPLEOS (29,8 €/mes)

Versión diseñada para profesionales independientes con el objetivo de crecer y mejorar profesionalmente

Ofrece mayor visibilidad para que el perfil sea visto por las empresas

También podremos saber qué empresas han visitado nuestro perfil

Permite el acceso a los cursos de formación

# USO Y FUNCIONAMIENTO



VERSIÓN PREMIUM



PREMIUM BUSINESS / NEGOCIOS (44,99 €/mes)

Se trata de una versión mejorada de la anterior con mayor análisis métrico

Ofrece una mayor información especialmente en lo que se refiere a las empresas cuyos perfiles nos interesan o que visitan nuestro perfil

# USO Y FUNCIONAMIENTO



VERSIÓN PREMIUM



SALES NAVIGATOR PROFESIONAL / VENTAS (55,99 €/mes)

Es la versión TOP de accesos a empleos, ventas y relaciones profesionales

RECRUITER LITE / FUNCIONALIDADES (89,99 €/mes)

Versión orientada a empresas con objetivos de contratación y filtración de candidatos

---

## COMPARTIR ARTÍCULOS DESDE UN BLOG O WEB

Permite compartir los artículos que hayamos escrito en otras plataformas o webs.

Así como podremos compartir aquellos que no siendo nuestros consideremos que pueden ser de interés para nuestros contactos

Se trata de una forma eficaz de llevar tráfico a nuestro perfil

Contenidos interesante y útiles

Objetivo: que nuestros contactos compartan la publicación con sus contactos multiplicando la visibilidad del perfil

Realizar algún comentario y aportar un título personalizado



---

## PUBLICAR NUESTROS PROPIOS POST

Permite crear nuestro pequeño blog dentro del perfil a través del botón “Escribir un artículo” que aparecerá en la pantalla de nuestra página de inicio

Dispone de un editor muy básico, fácil de usar pero suficiente para conseguir unos resultados estéticos y funcionales (negrita, cursiva, subrayado, listas numeradas, símbolos...)

Nos permite incluir formatos multimedia (imágenes, vídeos, diapositivas, enlaces web...)

Objetivo: que nuestros contactos compartan la publicación con sus contactos multiplicando la visibilidad del perfil

Realizar algún comentario y aportar un título personalizado

---

## SUJERENCIAS SOBRE LAS IMÁGENES – Imagen de portada

Es importante dotar al artículo de una buena imagen de portada

Para ello es preciso adaptarse a las medidas disponibles. Recomendable: 700 px (ancho) X 400 px (alto)

La publicación se realizará con 500 x 250 px por lo que es recomendable dejar 30 px de márgenes

Lo recomendable es subir las fotos en formato PNG aunque también es posible en JPEG y GIF

---

## SUJERENCIAS SOBRE LAS IMÁGENES – Imagen dentro del artículo

Se pueden añadir a través del botón “imagen” o arrastrándola dentro del espacio del artículo

Una vez subida la imagen se podrán seleccionar a través de una fila de botones diferentes encuadres, tamaños o alineaciones de la ilustración

---

## CONTENIDO MULTIMEDIA

Linked-In permite incluir artículos, vídeos, diapositivas y enlaces

Solo será necesario pegar el enlace del elemento que queremos compartir, sin embargo, no permite seleccionar la configuración como sí permite con las imágenes

Podremos además incluir enlaces a RRSS que permitan hacer más amenos e interactivos los artículos

---

## MÁS SUGERENCIAS

Configura la visibilidad del perfil para poder ser visto fuera de la RRSS

No duplicar publicaciones en el blog y el Linked-In ya que puede detectarse por Google y penalizar el posicionamiento

Utilizar **#hashtags** permitirá llegar a más usuarios, interesados en estos conceptos, aumentando así la visibilidad de nuestro perfil

Completar todos los campos del perfil

Personalizar la URL editando el número aleatorio final insertando alguna palabra clave que nos posicione en Google

Difundir contenidos de calidad

## DE PRIMER GRADO

Personas con las que tenemos un contacto directo debido a que aceptamos su invitación o viceversa

Se indica un icono de 1º grado y podremos enviarles mensajes desde nuestra cuenta

## DE SEGUNDO GRADO

Personas que están conectadas a nuestros contactos de primer grado.

Veremos un icono de 2º grado y podremos enviarles una solicitud de contacto a través del botón “Conectar”

## DE TERCER GRADO

Personas conectadas con nuestros contactos de segundo grado.

Aparece un icono de 3º grado

---

## SEGUIDORES

Personas que deciden seguir nuestro perfil

## COMPAÑEROS DE GRUPOS

Usuarios que pertenecen a un mismo grupo que nosotros

En el apartado de “Datos destacados” encontramos la lista de grupos a los que pertenecemos pudiendo enviar mensajes al grupo que recibirán todos los miembros del mismo

## MIEMBRO DE LINKED-IN

Usuarios de Linked-In que están fuera de nuestra red.

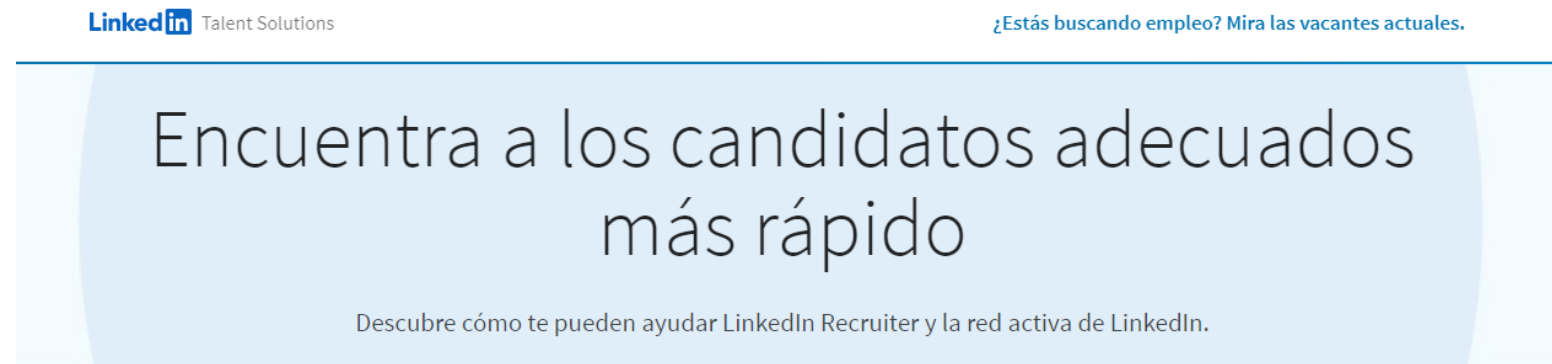
Se puede enviar un mensaje InMail para presentarnos y solicitar conectar. Esta opción en la versión gratuita es limitada.



Linked-In al ser una RRSS profesional cuenta con otras soluciones de negocio que pueden ayudarnos a conocer el estado de nuestra empresa y poder aplicar soluciones

## SOLUCIONES DE TALENTO – TALENT SOLUTIONS

Se trata de un conjunto de herramientas de selección para encontrar al candidato perfecto



LinkedIn Talent Solutions [¿Estás buscando empleo? Mira las vacantes actuales.](#)

# Encuentra a los candidatos adecuados más rápido

Descubre cómo te pueden ayudar LinkedIn Recruiter y la red activa de LinkedIn.

## SOLUCIONES DE MARKETING

Permite la creación de anuncios pudiendo llegar a un público profesional y de calidad

Con ello mejoramos la visibilidad del perfil y el desarrollo de la marca dentro del ámbito profesional de nuestro sector




## SPONSORED CONTENT

Permite la creación campañas efectivas mediante una segmentación precisa de perfiles de usuario

Entrega de mensaje en todos los dispositivos

Llamar la atención en el feed. Interactuando aumenta la eficacia

Información sobre el impacto permitiendo medir el rendimiento de la campaña y acceder a información detallada



Sponsored Content

Llega a un público de profesionales e interactúa con ellos en el feed de LinkedIn.

Crear anuncio

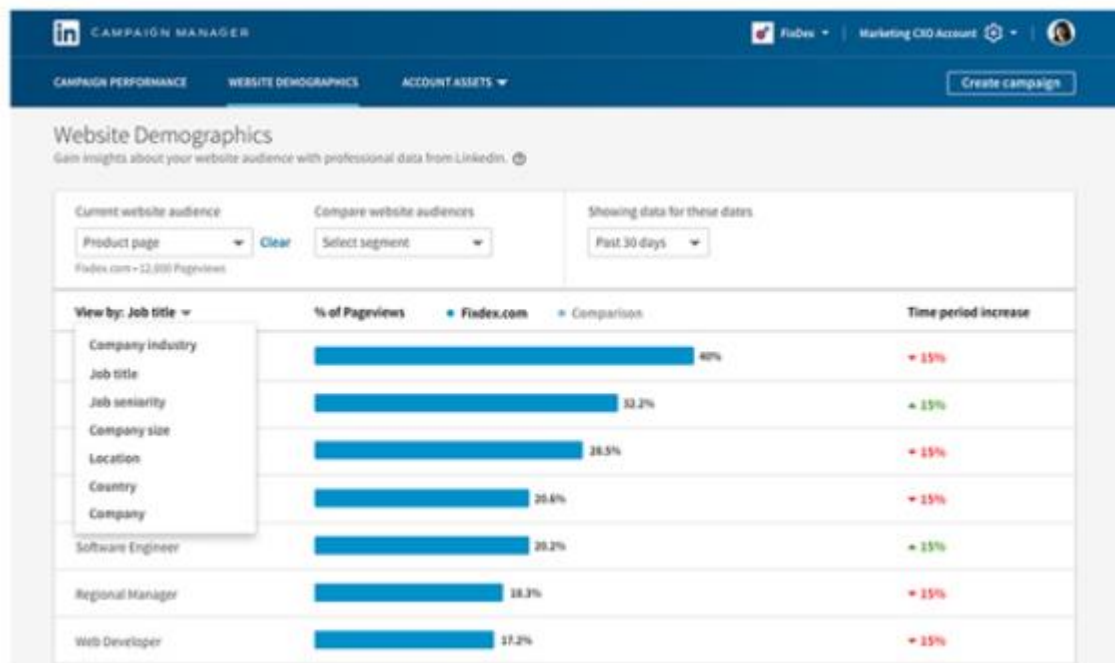


Realizando el seguimiento de conversiones podremos comprender cómo los anuncios mejoran o no los resultados de ventas (generación de leads, compras, inscripciones a eventos, enlaces a la web...)



Campaign Name	Status	Spent	Impressions	Clicks	Average CTR	Bid	Average CPM	Average CPC
50 campaigns	—	\$57,735.29	1,392,210	18,718	0.510%	—	\$20.21	\$5.30
FixDex CRO ADS Campaign	Active	—	—	618	0.02%	\$10.02	\$15.32	\$4.94

Podemos comparar los indicadores de interacción, como clics, impresiones y acciones en la RRSS de forma que podamos determinar qué contenido es más eficaz



Permite conocer quién interactúa con los anuncios, segmentando la información por rasgos como cargos, nombre de la empresa, sectores...

← Back to Matched Audiences

Prospect Accounts Ready Is this report useful? Yes No

Columns: Total Engagement Time range: 4/30/2020 - 7/29/2020

Company name	Engagement level	Members targeted	Campaigns	Impressions	Ad engagement	Organic engagement
1,221 matched companies	—	12,500,700	37	1,256,411	8,983	
Bar Chart	Very low	176,452	2	50,214	64	
Cleanglade	High	156,452	1	16,547	12	
Cleanerly	Very high	112,457	—	36,145	8	
Codelinn	High	87,999	5	61,452	8	
Evercharge	Low	92,156	2	17,564	2	
FixDex	Medium	784,547	2	41,223	1	

El informe de interacción de empresas permite evaluar la interacción con nuestra marca en general dentro de Linked-In y en especial dentro de nuestras empresas objetivo





Para comerciales individuales

CORE

Permite captar potenciales clientes y empresas con eficacia

Aumentar las oportunidades

Incrementar las opciones de cierre de ventas

Recomendaciones de potenciales clientes y cuentas

Alertas sobre cambios de empleo y novedades en empresas objetivo

# CONCLUSIONES



+17%

Aumenta tu tasa de éxito un 17 % al guardar posibles clientes en Sales Navigator

+42%

Consigue acuerdos un 42 % más grandes al usar Sales Navigator para conectar con los responsables de las decisiones

+15%

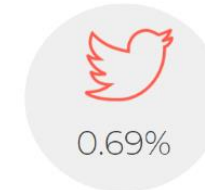
Aumenta tu base de datos en un 15 % al usar Sales Navigator para encontrar clientes

## LinkedIn Sales Navigator

# CONCLUSIONES



Permite convertir tres veces con mayor eficacia que otras RRSS



Es un 277% más eficiente generando clientes potenciales que Facebook o Twitter (HuSPot)

El 79% de los especialistas en mkt B2B la consideran una fuente para generar oportunidades de venta

El 40% de los usuarios activos mensuales usan Linked-In diariamente



---

Linked-In es la RRSS profesional por excelencia

Permite el posicionamiento de nuestra marca personal/profesional de forma exponencial en entornos profesionales

Con herramientas de pago puede contribuir al desarrollo de nuestra estrategia de mkt y ventas online



**DIGICOM**  
PLAN DE DIGITALIZACIÓN  
DEL COMERCIO DE GIJÓN

*¡Gracias!*



unión de  
comerciantes  
Principado de Asturias



**gijón**  
Transforma  
2021-2023



Financiado por  
la Unión Europea  
NextGenerationEU



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE INDUSTRIA, COMERCIO  
Y TURISMO



Plan de Recuperación,  
Transformación y Resiliencia



Ayuntamiento de  
Gijón/Xixón

