

# Mejora tu perfil

Consejos para sacar el máximo partido a tu presencia en la red.



# Introducción

A menudo, tu perfil personal y la página de tu empresa en LinkedIn son el primer contacto que un candidato tiene contigo como posible empresa en la que trabajar. Solo tienes una oportunidad para causar una primera impresión.

Independientemente de si eres un profesional de RR. HH., un director de oficina o el propietario de una empresa pequeña, esta guía te ayudará a reforzar tu presencia en LinkedIn.

Aquí encontrarás consejos e ideas para conseguir que tus páginas y actualizaciones causen el mayor impacto posible y te ayuden a crear tu marca corporativa y personal.

¿Estás aprovechando al máximo la mayor red profesional del mundo? Sigue leyendo para descubrirlo.

03 Tu perfil

08 La página de tu empresa

11 Actualizaciones de estado personales

13 Actualizaciones de estado de empresa

16 Páginas de empleo

19 Contenido patrocinado

22 Más recursos



## Tu perfil

Muéstrate cercano y llama la atención.

# Tu perfil

Muéstrate cercano y llama la atención.

Las empresas pequeñas no siempre cuentan con profesionales de RR. HH. especializados. Las tareas de selección de personal pueden recaer en el propietario, el director de la oficina o algún puesto intermedio. Independientemente de cuál sea tu cargo, si eres el responsable de la contratación, tu perfil personal de LinkedIn tiene que ser impecable.

Cuanto más muestres quién eres y qué haces, más fácil les resultará a los candidatos interactuar contigo y empezar a imaginarse trabajando contigo. Identifica y utiliza palabras clave pertinentes en todo tu perfil para que a los candidatos les resulte más fácil encontrarte.

Este es un ejemplo de un perfil bien elaborado, con todos los elementos clave que debes optimizar.

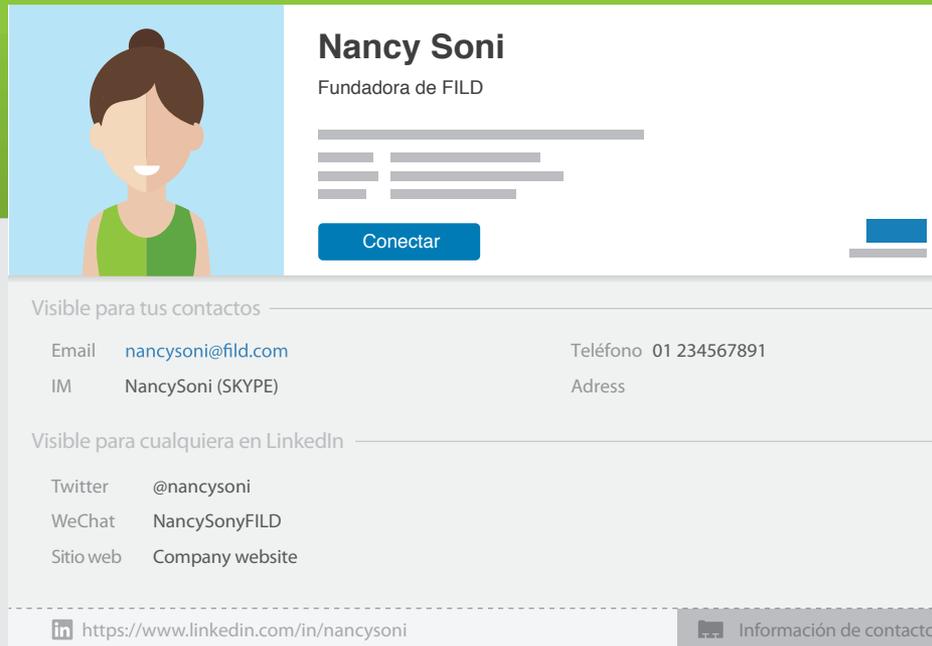
*Independientemente de cuál sea tu cargo, si eres el técnico de selección de personal, tu perfil personal de LinkedIn tiene que ser impecable.*

## Imagen de fondo

[Añade un fondo](#) para que tu perfil sea más atractivo. Muestra tu personalidad y tu pasión por la profesión.

## Foto

Elige una foto tuya en la que aparezcas con actitud simpática y cercana.



**Nancy Soni**  
Fundadora de FILD

Visible para tus contactos

Email	<a href="mailto:nancysoni@fild.com">nancysoni@fild.com</a>	Teléfono	01 234567891
IM	NancySoni (SKYPE)	Adress	

Visible para cualquiera en LinkedIn

Twitter	@nancysoni
WeChat	NancySonyFILD
Sitio web	Company website

<https://www.linkedin.com/in/nancysoni> Información de contacto

## Titular

Aparecerá en los resultados de búsqueda. Puedes ser todo lo creativo que quieras, pero asegúrate de que quede claro cuál es tu cargo.

## URL personalizada

Crea una [URL personalizada](#) simplificada para tu perfil público e inclúyela en tu tarjeta de visita y en tu firma de correo electrónico.

## Enlaces

Incluye enlaces a la página de LinkedIn, al sitio web y a las redes sociales de tu empresa, así como a cualquier sitio donde el candidato pueda obtener más información.

**45 millones de perfiles** reciben visitas en LinkedIn cada día.

Los perfiles con foto **tienen 11 veces más probabilidades** de ser visualizados.



## Extracto

Dedícale el tiempo que haga falta para que quede impecable. Usa la primera persona. Muestra tu personalidad. No olvides que estás contratando, no buscando empleo.

### Descripción

#### Extracto

[Redacted text]

#### Experiencia

[Redacted text] 



#### Educación

[Redacted text]

[Redacted text]

## Contenido multimedia

Muestra trabajos e información publicando o añadiendo enlaces a imágenes, vídeos, blogs, presentaciones y páginas web.

## Certificaciones

Refuerza tu credibilidad compartiendo tus certificaciones. Si eres un [profesional certificado de LinkedIn](#), menciónalo aquí.

## Aptitudes

Añade aquí palabras clave que los candidatos podrían estar buscando. Mostraremos tus diez aptitudes principales, basándonos en las validaciones que recibas.



### Aptitudes



### Voluntariado



## Recomendaciones

Pide recomendaciones a compañeros de trabajo a los que hayas contratado/dirigido para que los candidatos sepan cómo es trabajar contigo o para ti.

### Recomendaciones



## Voluntariado

Completa tu perfil indicando las actividades de voluntariado en las que hayas participado o las causas benéficas que te importan.



# La página de tu empresa

Ofrece a los posibles candidatos  
algo que seguir.

# La página de tu empresa

Ofrece a los posibles candidatos algo que seguir.

La manera en la que los candidatos perciben tu empresa y su cultura es un factor crucial para triunfar a la hora de seleccionar personal. Para mantenerte en cabeza, debes destacar por encima del resto.

La página de empresa es un centro neurálgico de información. Sienta las bases de la presencia de tu marca en LinkedIn. Esto significa que la utilizarán tanto los clientes como los candidatos, es decir, cualquiera que quiera obtener más información sobre lo que tu empresa hace y cómo lo hace.

*El mercado es muy competitivo.*

## Comienza

Todo empieza con tu logotipo, un banner y la descripción de la empresa. Instrucciones: [linkedin.com/company/add/show](https://www.linkedin.com/company/add/show)

## Añade campos de especialización

Piensa en palabras clave de búsqueda o en el posicionamiento en motores de búsqueda (SEO) cuando selecciones los campos de especialización. Así, podrán encontrar a tu empresa más fácilmente.

## Interactúa, interactúa e interactúa

No olvides que tienes dos públicos diferentes: clientes y candidatos. El contenido debe llamar la atención de ambos.

¿Necesitas ayuda para crear el mensaje de tu marca?

[Descarga nuestra Guía de marca corporativa \(en inglés\).](#)

### Tu Empresa

193.170 seguidores

Internet  
5.001 - 10.000 seguidores

Inicio

[Placeholder text lines]

[Placeholder text lines]

[Placeholder text lines]

^ Ver menos ^

#### Actualizaciones recientes

Tu empresa [Placeholder text]

[Placeholder text lines]

[Placeholder text box]

## Encuentra seguidores

Difunde la nueva página de tu empresa.

- Añade un botón de «Síguenos» en tu sitio web.
- Incluye un enlace en la firma de correo electrónico de tu empresa.
- Difunde la noticia en Facebook y Twitter.
- Anima a tus compañeros de trabajo a que agreguen enlaces en sus perfiles.



# Actualizaciones de estado personales

Creación de una marca personal

# Actualizaciones de estado personales

## Creación de una marca personal

¿Qué saben tus contactos sobre ti y tu empleo? ¿Te perciben como alguien cercano y perspicaz en tu sector? ¿Eres el tipo de persona al que acudirían para pedir consejo sobre su carrera profesional?

Todo esto forma parte de tu marca personal y es clave para triunfar con la selección de personal. Tus actualizaciones de estado contribuyen a crear tu imagen profesional. Transmiten cuáles son tus intereses y conocimientos. Puedes utilizarlas para destacar e interactuar con tus contactos de LinkedIn a gran escala.



### Sé visual

Haz que tus actualizaciones sean interesantes incluyendo imágenes, vídeos y presentaciones. Cuantas más recomendaciones tenga el contenido que publicas, más comentarios reciba y más veces se comparta, mayor difusión tendrá en tu red de LinkedIn.



### Mantén el equilibrio

Es importante que compartas las vacantes de tu empresa. No obstante, el liderazgo intelectual también es decisivo para tu marca personal. Equilibra la publicación de anuncios de empleo con la publicación de artículos de interés y contenido que invite a la reflexión.



### Interactúa

Interactúa con tu red etiquetando a personas específicas en tus actualizaciones. La mejor manera de hacerlo es añadir una @ delante de su nombre. Después, contesta a los comentarios en tiempo real para mantener vivo el diálogo.



# Actualizaciones de estado de empresa

Haz que tus seguidores interactúen.

# Actualizaciones de estado de empresa

Haz que tus seguidores interactúen.

Las actualizaciones de estado de tu empresa constituyen una forma muy eficaz de fomentar las relaciones con tus seguidores en LinkedIn. Cuando publiques una actualización en la página de tu empresa, aparecerá en el feed de LinkedIn. Anima a los seguidores a que recomienden, comenten y compartan tu publicación para que el contenido se propague a lo largo y ancho de la red de LinkedIn.

Las actualizaciones consiguen...

**Que el contenido se comparta un**

**75%**

**más** si incluyes un vídeo de YouTube

**Un 98%**

**más de comentarios** si añades una imagen

### Segmenta tu mensaje

¿Sabías que puedes segmentar las actualizaciones basándote en criterios como la función laboral, la antigüedad y la ubicación geográfica? Hoy en día, la gente espera que el contenido se corresponda con sus intereses. Interactúa con tus seguidores eligiendo qué decir y a quién decírselo.

### Ve más allá de las palabras

Las actualizaciones con vídeos y otro contenido multimedia (como fotos, presentaciones o enlaces) ofrecen a tus seguidores más material para explorar, interactuar y compartir.

### Conoce a tu público

Tus actualizaciones pueden llegar a candidatos, clientes actuales y posibles clientes de cualquiera de los departamentos o sectores de especialización de tu empresa. Crea un calendario de contenido para asegurarte de que te diriges a cada uno de los públicos regularmente con publicaciones segmentadas.

### Mantente alerta

Usa las publicaciones que más éxito han alcanzado en tus otras redes sociales, como entradas de blog, artículos y noticias, para obtener un flujo de actualizaciones de alta calidad. En LinkedIn podrás encontrar contenidos valiosos y listos para su distribución en el apartado de personas influyentes, en Pulse y en los grupos de LinkedIn.

### Ofrece variedad

Para que los seguidores sigan interactuando, debes variar los temas de las publicaciones regularmente. Asegúrate de que por cada publicación que promocióne tu empresa haya cuatro que traten de asuntos relativos al liderazgo intelectual o a las tendencias del sector.

### Entérate de lo que funciona

Consulta la [pestaña «Análisis»](#) de la página de tu empresa para averiguar la forma en que los seguidores interactúan con tus actualizaciones. Esta información te indicará qué está funcionando y qué no, para que puedas personalizar el contenido y aumentar el impacto.



# Páginas de empleo

Concentra tus esfuerzos de selección de personal.

# Páginas de empleo

Concentra tus esfuerzos de selección de personal.

Otra solución para entablar relaciones con posibles candidatos es una página de empleo de LinkedIn. Se trata de tu centro neurálgico para la selección de personal en LinkedIn. Sus exclusivas capacidades de segmentación te permiten interactuar con la extensa red de LinkedIn aportando información relevante acerca de vacantes de empleo, tu marca y tu equipo.

- 1 Llama la atención
- 2 Crea tu marca corporativa
- 3 Dirígete a los candidatos más importantes
- 4 Utiliza medios digitales
- 5 Usa medios de comunicación
- 6 Destaca

### Llama la atención

Incluye imágenes atractivas y fáciles de recordar.

### Crea tu marca corporativa

Aprovecha la sección de destacados de los empleados para posicionar a tu compañía como empresa preferida.

### Dirígete a los candidatos más importantes

La página de empleo te permite adaptar la experiencia para determinados segmentos con mensajes dinámicos basados en los perfiles de LinkedIn de los visitantes. Puedes segmentar los candidatos según la función laboral, el sector, la ubicación geográfica y otros criterios.

### Utiliza medios digitales

Digas lo que digas, sé breve. En Internet, los periodos de atención son más cortos, por lo que los contenidos también deben ser más breves.

### Usa medios de comunicación

Como siempre, da vida a tus mensajes con vídeos, fotos y presentaciones.

### Destaca

¿Qué hace destacar a tu empresa? Explica de qué manera tu empresa es diferente de la competencia. Tus empleados son embajadores. Deja que te ayuden a difundir tu mensaje y la cultura de tu empresa.



# Contenido patrocinado

Amplía tu alcance e impacto.

# Contenido patrocinado

Amplía tu alcance e impacto.

El contenido patrocinado te permite hacer publicaciones de interés directamente en el feed de LinkedIn de cualquier miembro de la plataforma, no solo de los seguidores de tu página de empresa. Aparecen en feeds de smartphones, equipos de sobremesa y tabletas, lo que ofrece más oportunidades para llegar a la gente más interesante.

- 1 Patrocina tu mejor contenido
- 2 Evita la segmentación excesiva
- 3 El fin de semana también cuenta
- 4 Evalúa y afina

### Patrocina tu mejor contenido

Examina el éxito de actualizaciones anteriores para ver qué funciona mejor para tu empresa, y aplícalo a tu estrategia para publicar contenido patrocinado.

### Evita la segmentación excesiva

Puedes segmentar el contenido patrocinado basándote en criterios como la ubicación, el tamaño de la empresa, el sector, la función laboral y la antigüedad. Recuerda encontrar siempre el equilibrio entre la segmentación y el tamaño del público. No añadas demasiados filtros de segmentación para no excluir a posibles públicos importantes.

### El fin de semana también cuenta

Los profesionales no solo interactúan con el contenido patrocinado de lunes a viernes. También muestran una importante interacción los fines de semana. Plantéate adoptar un enfoque permanente respecto a tus publicaciones o elegir ciertos momentos del fin de semana para publicar e interactuar.

### Evalúa y afina

Si te estás dirigiendo a públicos nuevos, prepárate para probar y aprender. Lo que funciona con un tipo de público podría no funcionar con otro. El contenido patrocinado tiene incorporadas numerosas herramientas de análisis para evaluar y mejorar el rendimiento.



¿Y ahora qué?

¿Alguna duda? Si quieres más información sobre LinkedIn Talent Solutions o hablar con un representante de LinkedIn en cualquier momento, visita [es.talent.linkedin.com](https://es.talent.linkedin.com).

# Más recursos

Sigue aprendiendo y mejorando.

Contamos con recursos adicionales para ayudarte a aprovechar al máximo tu presencia en LinkedIn.

## Seminarios web

Consejos de LinkedIn para tener un perfil 10

[Ver seminario web >](#)

Cómo aprovechar al máximo las páginas de empresa de LinkedIn (en inglés) [Ver seminario web >](#)

## Guías de LinkedIn

Todo lo que necesitas saber para definir tu estrategia en LinkedIn

[Descargar guía >](#)

Guía para el técnico de selección moderno

[Descargar guía >](#)

## Productos de LinkedIn

[Recruiter >](#)

[Recruiter Lite >](#)

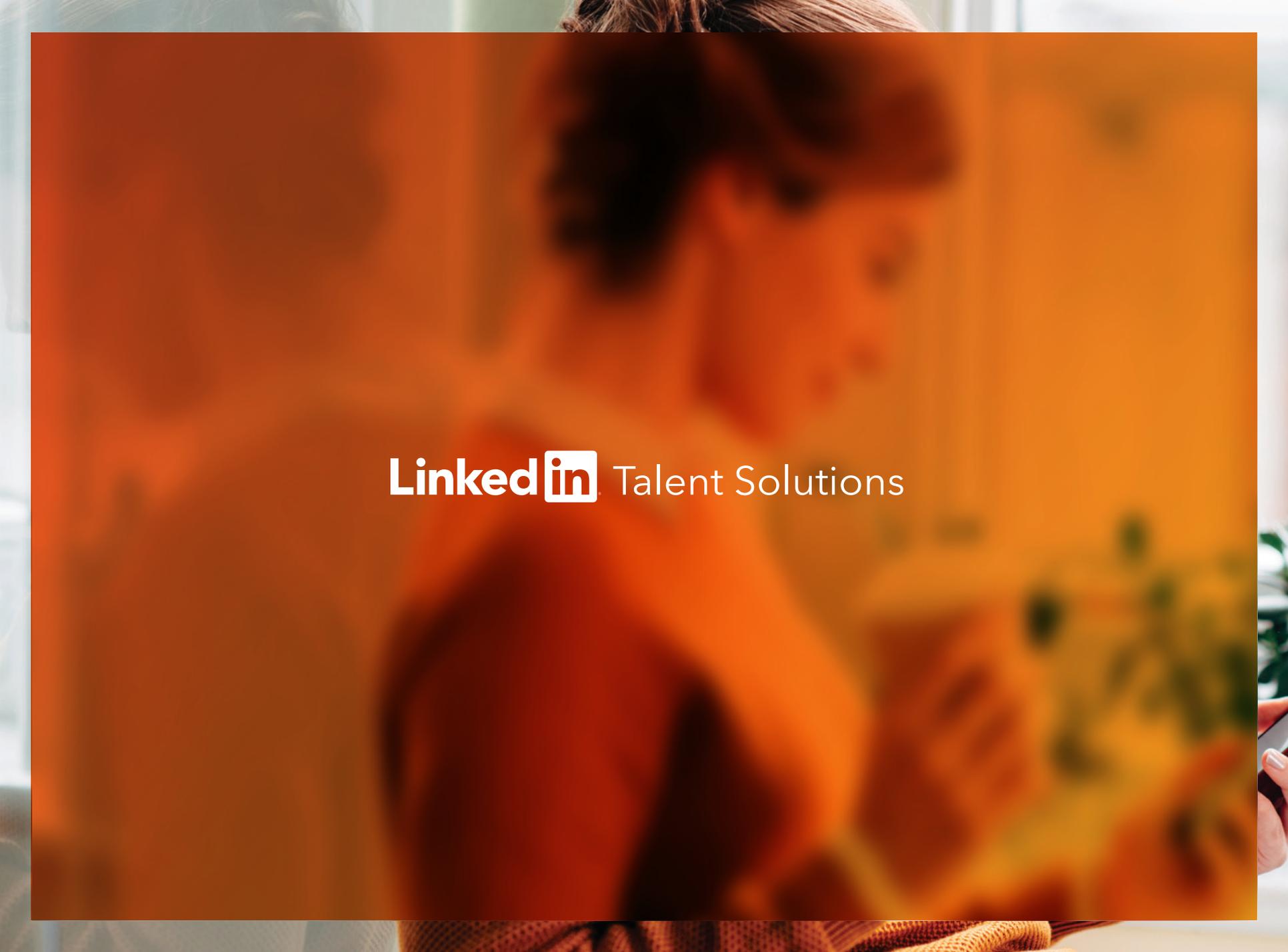
[Anuncios de empleo >](#)

[Anuncios de Trabaja con nosotros >](#)

[Páginas de empresa >](#)

[Páginas de empleo >](#)

[Contenido patrocinado >](#)

A blurred background image of a woman with dark hair, wearing a brown sweater, looking down at a smartphone she is holding in her right hand. The image is overlaid with a semi-transparent orange filter.

**LinkedIn** Talent Solutions