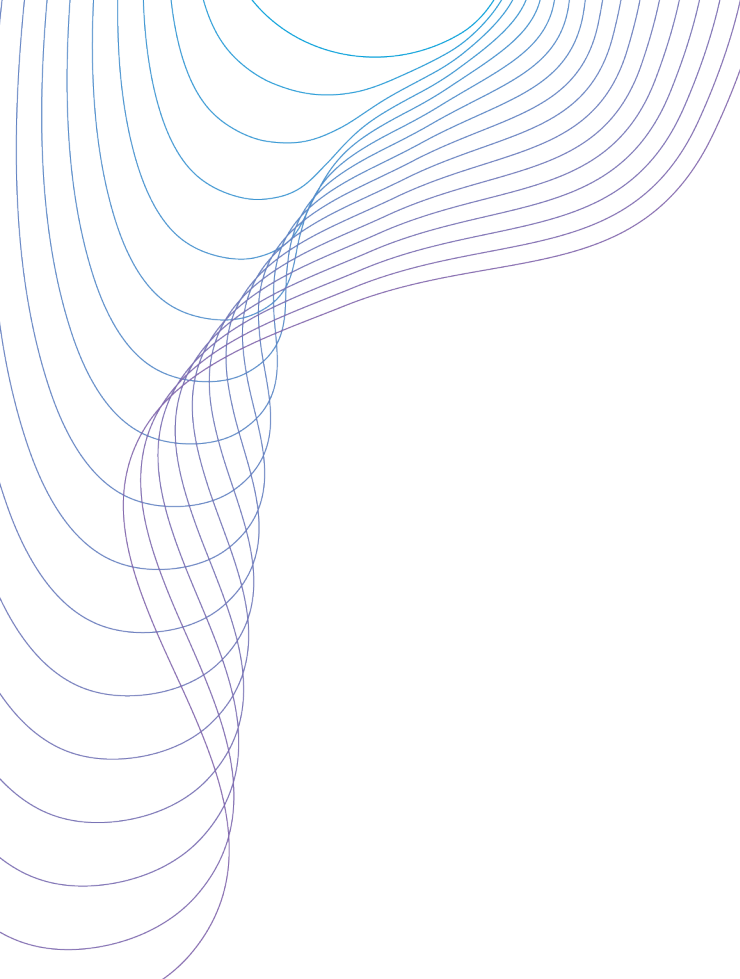




Guía para el técnico de selección de personal moderno

El trayecto de los candidatos en LinkedIn



Introducción

Independientemente de si representas a una empresa incipiente formada por cinco personas o a una compañía de la lista Fortune 500, los candidatos son una prioridad fundamental. El éxito de tu empresa y de tu actividad como técnico de selección de personal está directamente relacionado con tu capacidad para contratar a las personas adecuadas.

Pero, cada vez más, el proceso es más complejo y no eres tú el que seleccionas a los candidatos, lo que supone un reto. Un gran reto. En el mercado laboral de hoy en día es importante sacar el máximo partido a la tecnología que ofrece un acceso rápido e ilimitado a la información. Esto también beneficia a los candidatos que tienen acceso a más vías para explorar oportunidades laborales y disfrutar de las ventajas de la competencia feroz que existe para contratar candidatos cualificados. Las empresas de todo el mundo están notando este efecto: el 38% considera que hubo escasez de candidatos en 2015¹ y menos de 1 de cada 5 empleados² tienen pensado quedarse con su empleador actual a largo plazo.

Además, la economía del trabajo temporal y el incorporación de la generación Y al mercado laboral están reescribiendo las reglas de la contratación laboral tal como se conocían hasta ahora.

Estos cambios requieren un nuevo enfoque en la captación de candidatos. Para ello, es imprescindible entender el proceso de toma de decisiones de los profesionales sobre su carrera y encontrar oportunidades para interactuar con ellos a lo largo del proceso que siguen como candidatos.

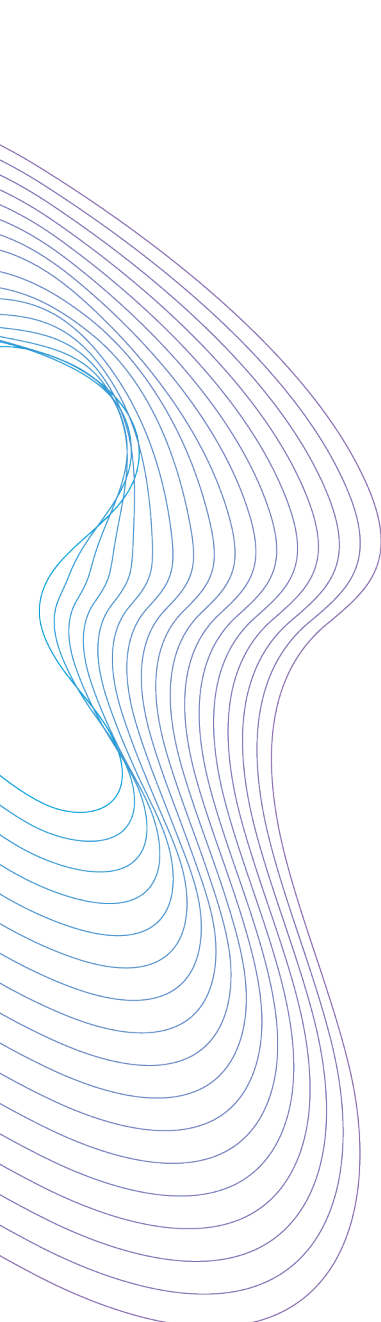
Esta guía explica cómo crear y fomentar relaciones con los candidatos para conseguir tu objetivo: convertirlos en empleados comprometidos.

También subraya cómo LinkedIn te ayuda a encontrar y a dar prioridad a los candidatos adecuados, así como a interactuar con ellos en el momento apropiado.

Empecemos.

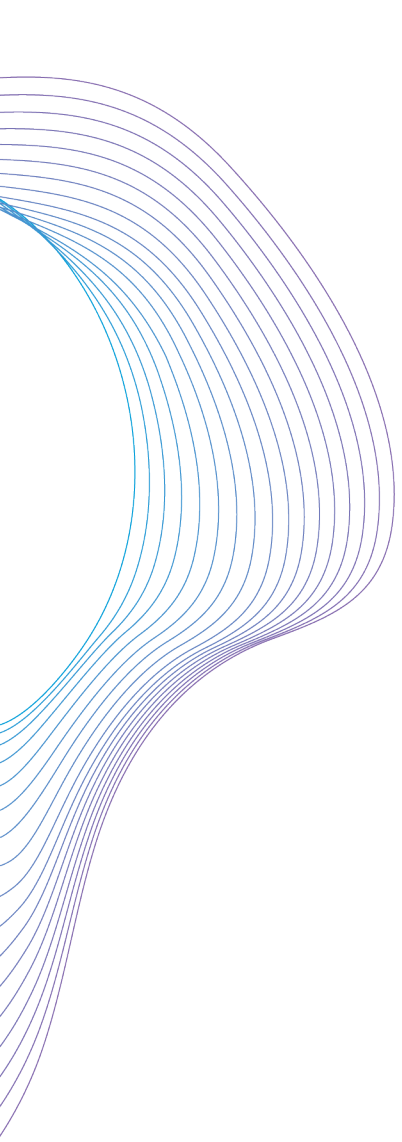
¹ Encuesta sobre escasez de candidatos en 2015, ManPowerGroup

² Estudio de PwC «Millennials at work Reshaping the workplace» (La generación Y en el trabajo: redefiniendo el mercado laboral)



Índice

El trayecto del candidato.....	5
Primer contacto: demuestra que tu empresa es un lugar genial donde trabajar.....	7
Atracción: fomenta las relaciones con los posibles candidatos.....	18
Solicitud: encuentra al candidato adecuado para la oportunidad idónea.....	25
Interacción: motiva y conserva a tus empleados.....	32
Acelera: el trayecto de los candidatos con LinkedIn Recruiter.....	38
Cómo empezar.....	45
¿Quieres más? El blog de Talent lo tiene todo.....	46
Acerca de LinkedIn Talent Solutions.....	47
Acerca de los autores.....	48

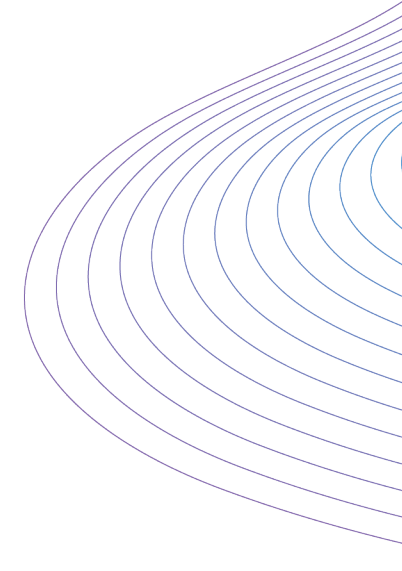


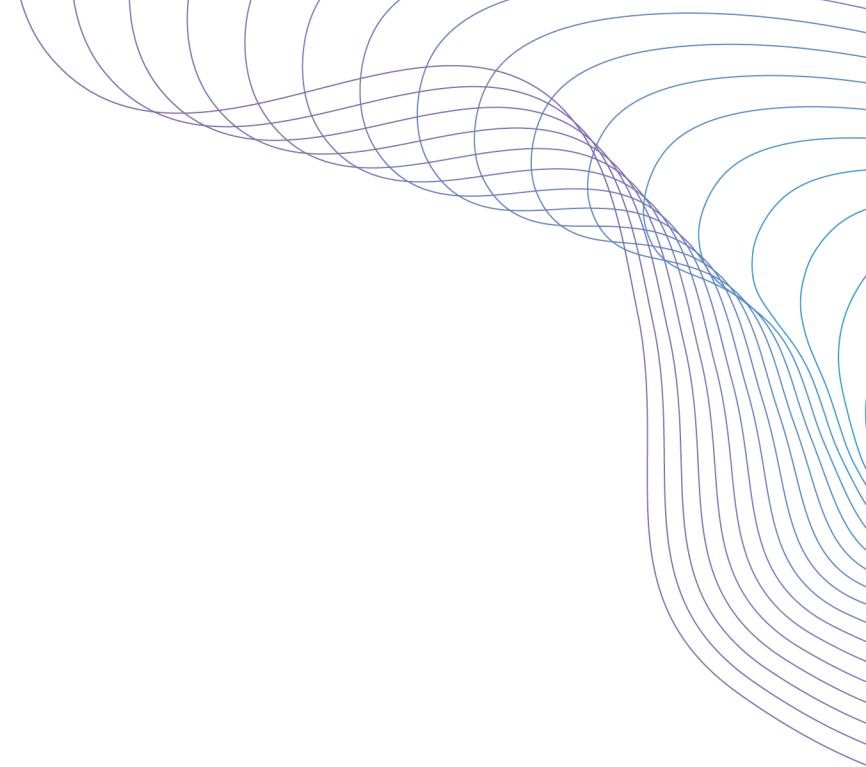
¿Por qué LinkedIn?

LinkedIn es la plataforma a la que acuden más de 414 millones de profesionales de todo el mundo para conectar, mantenerse informados y encontrar trabajo. Es la red social para profesionales más grande y de mayor crecimiento.

Cada día tienen lugar miles de millones de interacciones en la plataforma. Los miembros actualizan su perfil profesional con nuevas aptitudes, recomendaciones y datos sobre su educación y experiencia laboral. También fomentan relaciones con empresas conectando con sus empleados, interactuando con el contenido y siguiendo las páginas de empresa.

LinkedIn Talent Solutions es un paquete de herramientas que te ayuda a dar sentido a todas estas interacciones. Te puede ayudar a encontrar a los candidatos que necesitas fomentando y cultivando relaciones y convirtiéndolas en contrataciones a largo plazo.





El trayecto del candidato

Las etapas del trayecto del candidato

Cada candidato sigue el proceso de contratación a su propio ritmo. Algunos obtienen información sobre las empresas rápidamente, desarrollan afinidad hacia ellas después de una sola interacción y presentan su solicitud para cubrir una vacante en cuestión de semanas. Otros, en cambio, permanecen en la etapa de atracción durante meses, o incluso años, antes de plantearse cambiar de empleo.

Pero tú tienes empleos que cubrir. Por suerte, puedes tomar una serie de medidas concretas para ayudar a los candidatos a pasar de una etapa a otra más rápidamente. Mantenerte como primera opción, fomentar tus relaciones con los candidatos a lo largo de todo el proceso y utilizar la información de LinkedIn para identificar a los candidatos con más probabilidades de aceptar la oferta de empleo: estas son las claves del éxito en contratación de personal.

ETAPAS



Primer contacto

El candidato se muestra abierto a considerar nuevas oportunidades y está empezando a descubrir qué hace que tu empresa sea única.

«Me pregunto qué tipo de empresa será esta...».



Atracción

The candidate is forming opinions and associations with your company. En otras palabras, está estableciendo una relación con tu marca.

«Esta empresa tiene algo que la hace destacar...».



Solicitud

El candidato ha decidido invertir tiempo y energía en presentar su solicitud para la vacante que ofreces.

«Creo que podría gustarme trabajar aquí...».



Interacción

Impulsa tu marca de talento e incrementa tus esfuerzos de recomendación para que las nuevas contrataciones sean empleados felices y comprometidos.

«Me veo desarrollando mi carrera profesional en esta empresa».



ETAPA 1: PRIMER CONTACTO

Demuestra que tu empresa es un lugar genial donde trabajar

En esta etapa los candidatos son conscientes de que tu empresa existe, pero aún no están pensando en oportunidades laborales. Antes de que puedan imaginarse en el puesto, tienen que saber más cosas sobre ti y tu empresa, y empezar a construir una relación de confianza y afinidad.

Al invertir en tu marca de empleador y profesional puedes aumentar tu visibilidad y abrir la puerta a mantener conversaciones sobre empleo en el

el proceso/en el futuro. Esto también tiene un impacto fundamental real: las empresas con una marca de empleador sólida gastan menos dinero en contrataciones y conservan más a sus empleados.

Date a conocer a ti y a tu empresa. Tu marca personal es importante porque representas a tu empresa, así que empieza por ti mismo.

Paso 1

Haz que tu perfil sea más auténtico

Tu perfil de LinkedIn refleja quién eres profesionalmente. Visitar perfiles es la actividad número uno en LinkedIn, lo que significa que tu perfil es, a menudo, lo primero que ven los candidatos. También suele ser una primera parada de posibles candidatos que quieren saber más sobre tu empresa.

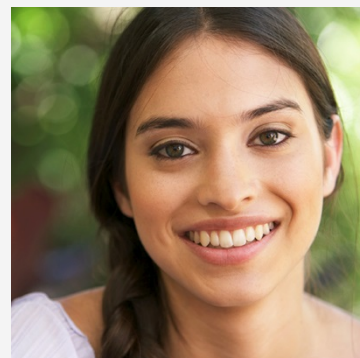
Por eso tiene que ser impecable.

Todo se reduce a la autenticidad. Comunicando tus valores, experiencia, objetivos y personalidad de manera auténtica, crearás el marco idóneo para establecer relaciones duraderas con los candidatos.

Si no lo haces, otros técnicos de selección de personal que sí lo hagan captarán a los candidatos.

Características de un buen perfil

Imagen atractiva y amable
que invite a los miembros a
conectar contigo



Marta Solana

Busco candidatos cualificados para
potenciar nuestro equipo



Conectar

Más de 500
contactos

 www.linkedin.com/msolana/

 Información de contacto

Publicaciones

Publicado por Marta



**Cómo hacer que las
entrevistas sean divertidas
para ambos**

5 de mayo de 2016



**Ocho consejos para
escribir buenas listas de
consejos profesionales**

29 de abril de 2016



**No es ningún secreto: solo
hay una receta para el éxito**

18 de marzo de 2016

Demuestra tu experiencia
Publicando artículos de
gran formato

Trayectorias profesional y académica

Resumen



**Da a conocer la cultura de
tu empresa**
con contenido multimedia

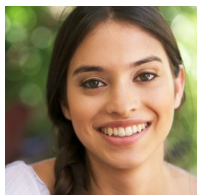


Cuatro consejos para lograr un perfil de LinkedIn más auténtico

1

Elige tu mejor foto. Los perfiles con foto tienen 14 veces más probabilidades de ser visualizados. Cuatro cosas que deberías hacer:

- Elige una foto donde se te vea bien.
- Haz que tu cara ocupe al menos el 60% de la foto.
- Elige una foto en la que lleves tu ropa habitual de trabajo.
- Sonríe.



Marta Solana

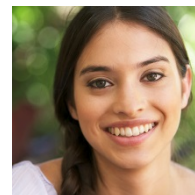


Parámetros de medición del perfil que hay que observar:

- Quién ha visto tu perfil
- Quién ha interactuado con tus actualizaciones
- Quién ha visto tus publicaciones y ha interactuado con ellas
- Tu puesto en la clasificación de visitas al perfil en tu empresa
- Estadísticas de seguidores

2

Escribe un titular atrevido. Mientras que tu foto es tu gancho visual, el titular es tu gancho escrito. En vez de limitarte a incluir tu cargo, utiliza el titular para compartir aquello que te hace único. No tengas miedo de ser creativo: los titulares pueden ser una muy buena manera de iniciar una conversación con los candidatos.



Marta Solana

Busco candidatos cualificados para potenciar nuestro equipo



Tres titulares estelares de técnicos de selección de personal:

«Ayudo a los abogados a llegar al mejor bufete de Madrid»
Laura Martín, coordinadora de selección de personal en Fenwick & West

«La celestina del empleo»
Ana López, directora de selección de personal en Swing Talent, Inc.

«Mi misión es atraer a los mejores talentos creativos a Barcelona»
Elena Gómez, directora de selección de personal en Mondavi Designs

¿Quieres más información?

[Cinco maneras de hacer que tu titular de LinkedIn destaque \(en inglés\)](#)

[Seis pasos para mejorar tu marca de empleador \(en inglés\)](#)

Cuatro consejos para lograr un perfil de LinkedIn más auténtico

3

No escatimes tiempo al escribir este resumen. El extracto de tu perfil es la sección en la que incluir la historia de tu carrera profesional, tu pasión por la selección de personal y tus razones para trabajar en tu empresa. Si explicas quién eres y qué ofrece tu empresa, es más posible que los candidatos interactúen contigo en relación con sus objetivos profesionales.

¿No sabes qué escribir? Estas cuatro preguntas te ayudarán:

- ¿A qué te dedicas?
- ¿Por qué haces lo que haces?
- ¿Qué puedes ofrecer tú o tu empresa a los candidatos que os hace únicos?
- ¿Qué quieres que hagan los candidatos después de leer tu extracto?

PISTA: Invitarlos a conectarse contigo y a iniciar una conversación es una buena manera de concluir tu extracto.

4

Conviértete en un líder de opinión compartiendo y publicando contenido. Modificar contenido ya existente puede llevarte menos tiempo que crear contenido nuevo. Utiliza SlideShare y LinkedIn Pulse para descubrir contenido de calidad rápidamente y comparte actualizaciones de estado con tu red.

Cuando tengas algo que decir, escribir publicaciones es una manera estupenda de mostrar tu liderazgo de opinión y experiencia a los candidatos y otros profesionales. LinkedIn es una de las plataformas de publicación que crecen más rápido en el mundo.

Publicaciones

Publicado por Marta



Cómo hacer que las entrevistas sean divertidas para ambas partes

5 de mayo de 2016



Ocho consejos para escribir buenas listas de consejos profesionales

29 de abril de 2016



No es ningún secreto: solo hay una receta para el éxito

18 de marzo de 2016

¿Por qué publicar en LinkedIn?

Realizar publicaciones en LinkedIn es una manera estupenda de crear o reforzar tu marca profesional. Cuantos más artículos pertinentes y de calidad publiques, a más gente llegarás y más sólida se hará tu marca. Escribir sobre la cultura y los logros de tu empresa puede ayudarte a construir tu marca de empleador y tu marca personal a la vez.

3 millones

de publicaciones hasta la fecha

convierten a LinkedIn en una de las plataformas de publicaciones profesionales que crecen más rápido en el mundo.

La publicación media llega a profesionales de

21
sectores

en
9
países

Los miembros están generando más recomendaciones y comentarios que nunca y sus publicaciones se están compartiendo a un nivel nunca visto.

El tráfico por publicación ha aumentado un
150%

230 millones

de miembros

pueden publicar contenido profesional en LinkedIn ahora mismo.

Más de 150.000

publicaciones/semana

Los profesionales publican contenido todos los días sobre temas que van desde el sector inmobiliario hasta la construcción, y desde la educación hasta el derecho.

500

personas influyentes

Los líderes de captación de candidatos, como J.T. O'Donnell, Liz Ryan, Ed Nathanson y Lou Adler, están utilizando LinkedIn para compartir sus conocimientos.



Tres pasos para triunfar con tus publicaciones

1

Inspírate. Consulta la presentación Por qué otros miembros de LinkedIn publican (en inglés) en la plataforma. Descarga la aplicación Pulse para Android o iOS para estar siempre informado sobre las novedades acerca de la captación de candidatos estés donde estés.

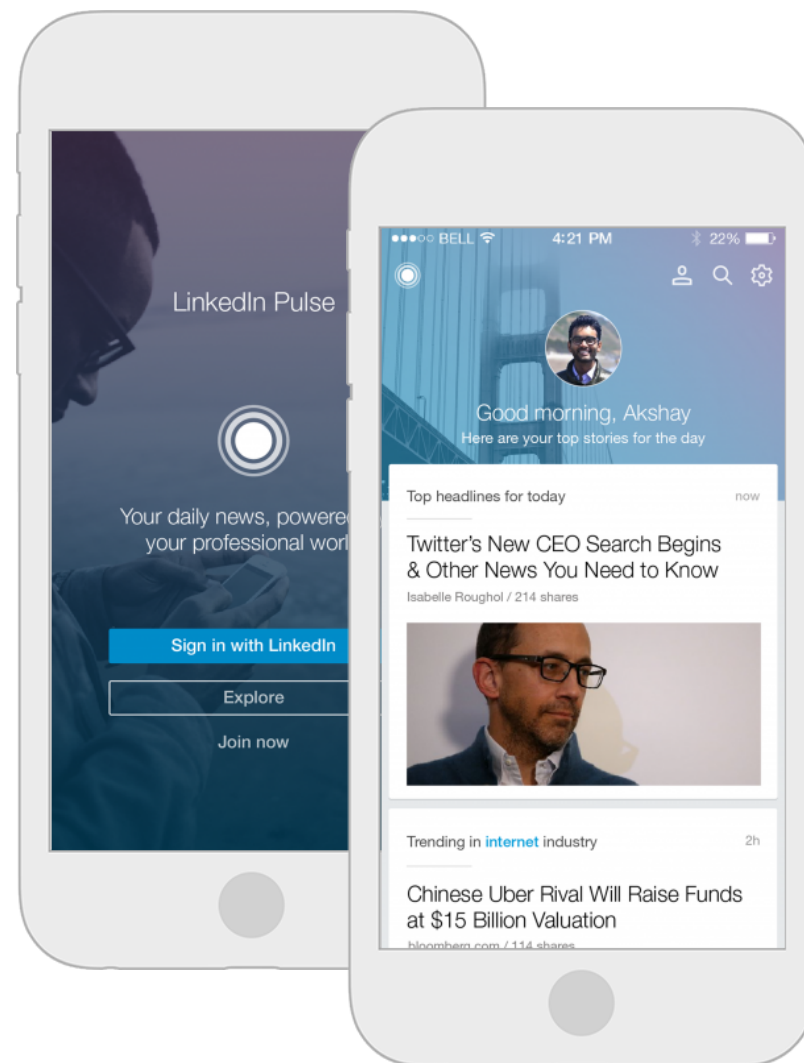
2

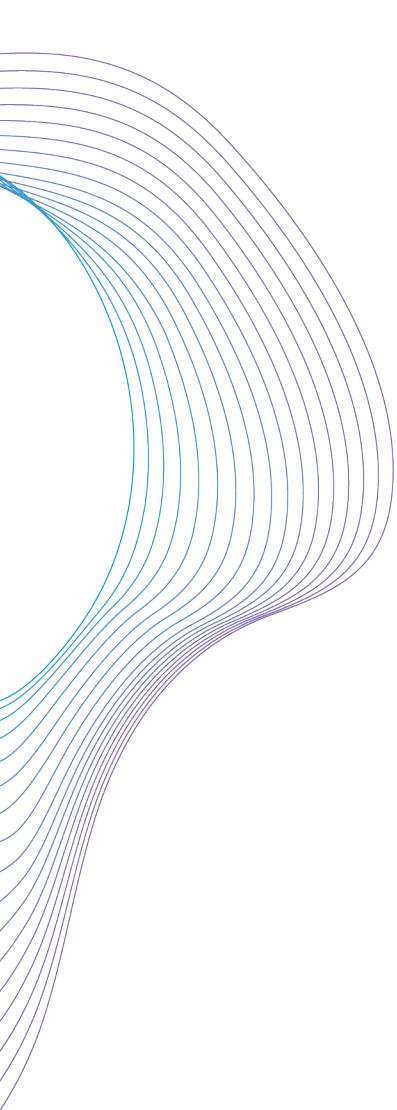
Escribe. Cada uno tiene su propia forma de escribir. Encuentra una fórmula que vaya contigo, pero recuerda estos cuatro consejos:

- Escribe sobre un tema que conoces o que te apasiona.
- Ten siempre a tu público de candidatos en mente.
- Pide la opinión de al menos una persona sobre el borrador.
- Revisa, revisa y vuelve a revisar.

3

Publica. Visita esta página o haz clic en «Hacer una publicación» en tu página de inicio de la versión de escritorio para publicar.



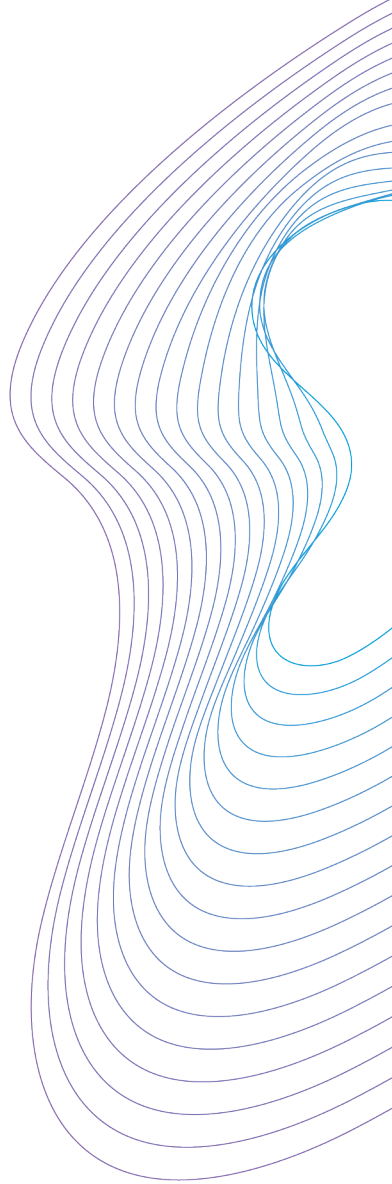


Paso 2

Configura tu página de empleo para que destaque

De la misma manera que tu perfil ayuda a los candidatos a saber sobre ti, tu página de empleo de LinkedIn contribuye a que conozcan el rol de tu empresa como empleadora. Aquí es donde puedes explicar la historia real de tu empresa y mostrar a los candidatos de manera convincente lo que significa trabajar en tu empresa.

Seguramente ya tendrás una página de empresa en LinkedIn. Si no, puedes crear una de forma gratuita. El siguiente paso consiste en tener una página de empleo premium que te permita dirigir tus mensajes y anuncios de empleo a los candidatos basándote en características como la ubicación, el sector y la función.



Características de una página de empleo bien diseñada

Texto interesante

que llame la atención del lector

Varias versiones de la página

altamente orientadas a los candidatos que las visitan

Céntrate en los empleados

con vídeos y citas que enfatizan la cultura de tu empresa



Expedia, Inc.

183.902 seguidores

[Seguir](#)



Desvela oportunidades
Deja tu huella en Expedia

Trabaja con nosotros

[Encuentra tu puesto aquí >](#)
[Qué opina la gente >](#)
[Qué podemos ofrecer >](#)

Empleos en Expedia, Inc.

[Ingeniero de desarrollo de software II](#)
San Francisco – CA – EE. UU.

[Desarrollador de Big Data de BI](#)
Chicago – IL – EE. UU.

[Analista de negocio sénior](#)
Chicago – IL – EE. UU.

[Representante de atención al cliente](#)
Springfield – MO – EE. UU.

[Jefe de producto sénior](#)
Bellevue – WA – EE. UU.

[Ver más empleos en Expedia >](#)

Lo que dicen los empleados de Expedia...



“ ”

Actualizaciones recientes



Toma las riendas de tu carrera profesional

“ ”



Ganador de la primera hackatón

Imágenes llamativas y fáciles de recordar
con colores vivos

Presenta los empleos
más relevantes para tus visitantes

Tanto tu página de empresa como tu página de empleo te permiten conseguir seguidores. Los seguidores son personas que muestran interés virtualmente por estar conectadas con tu empresa.

Tus seguidores son muy importantes. ¿Por qué?

79%

de tus seguidores están interesados en un empleo en tu empresa.

62%

más de posibilidades de que respondan a tus mensajes InMail.

40%

más de probabilidades de que soliciten un empleo en tu empresa.

61%

más de posibilidades de que compartan información sobre tu empresa.

Datos de LinkedIn, 2015



Cuatro pasos para ganar seguidores de calidad

1 Añade el botón «Seguir» gratuito en tu sitio web.

Para que los visitantes de tu sitio web puedan hacerse seguidores de tu página de empresa de manera sencilla, añade gratis el botón «Seguir».

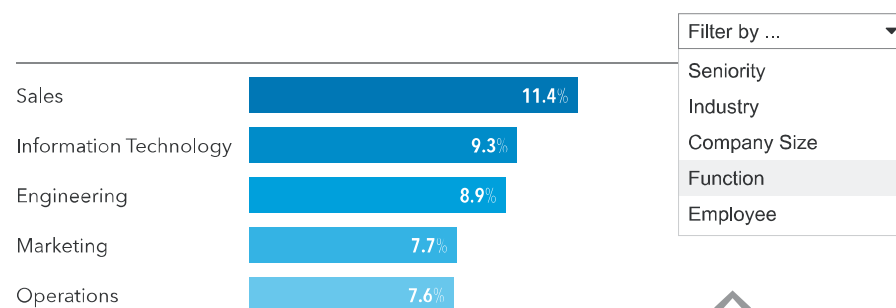
2 Hazte social. Promociona tu página de empresa en los grupos de LinkedIn y en otras redes sociales, como Twitter o Facebook.

3 Haz que los empleados difundan la página de la empresa. Pide a tu equipo que incluya tu página de empresa en sus perfiles de LinkedIn y en todas sus comunicaciones con candidatos. También pueden incluir el botón «Seguir» en las firmas de correo electrónico.

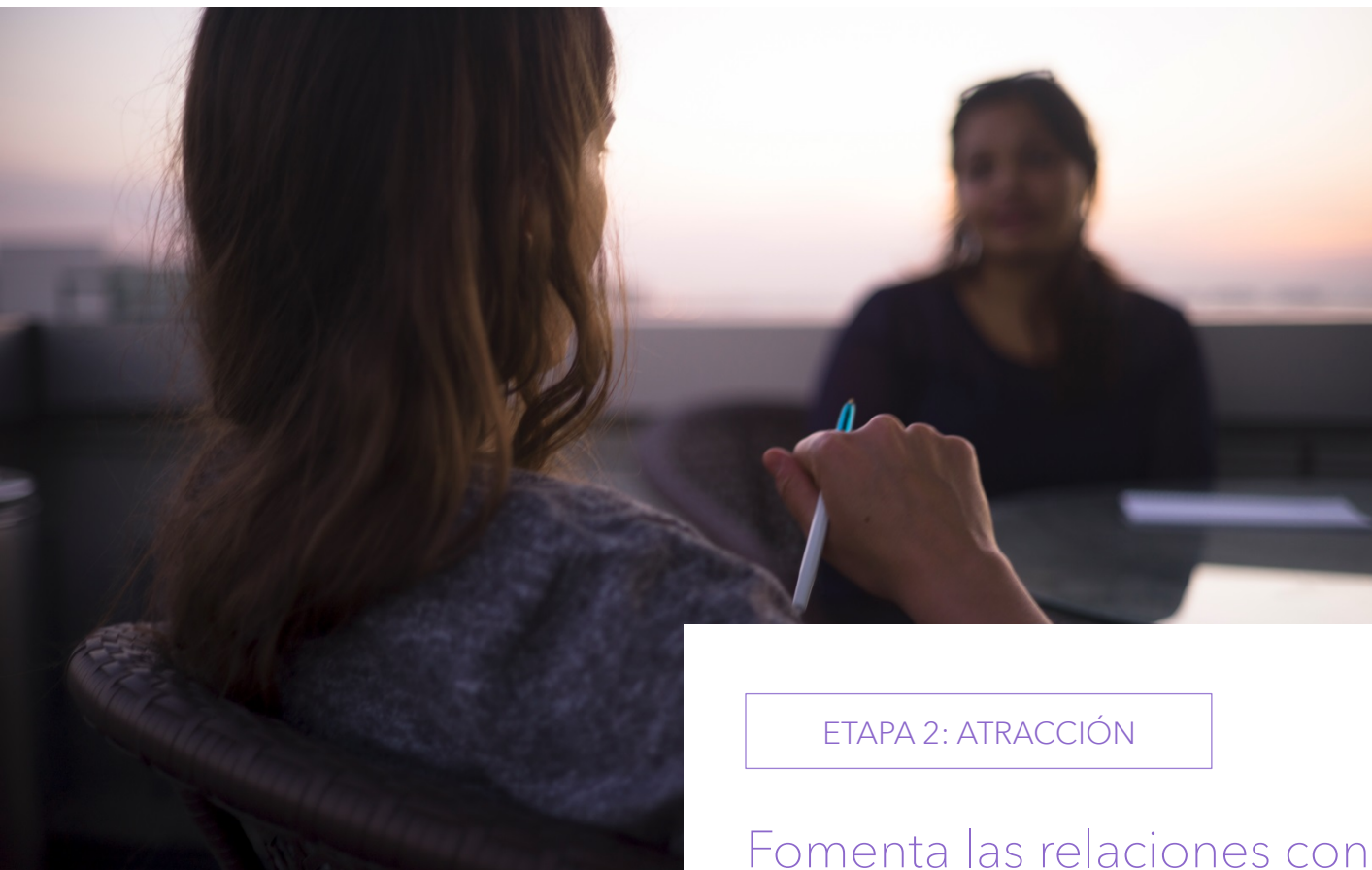
4 Haz un seguimiento de tu progreso. Utiliza la pestaña «Análisis» de tu página de empresa para explorar los datos demográficos de tus seguidores filtrándolos por función, sector, antigüedad y tamaño de la empresa. También puedes ver cuántos de tus seguidores son empleados actualmente. Utiliza esta información para determinar si estás atrayendo a los candidatos adecuados y cómo interactuar mejor con este público.

Encontrarás más información sobre cómo añadir el botón «Seguir» en esta página: [Developer.linkedin.com/plugins](https://developer.linkedin.com/plugins) (en inglés).

Consulta los datos demográficos de tus seguidores con el análisis de la página de empresa de LinkedIn.



Puedes analizar los datos demográficos de tus seguidores filtrándolos por función, antigüedad, sector, tamaño de la empresa e incluso el número de seguidores que ya trabajan en la empresa.



ETAPA 2: ATRACCIÓN

Fomenta las relaciones con los posibles candidatos

Ahora que los candidatos a los que deseas dirigirte ya te conocen como empleador, ha llegado la hora de fomentar esas relaciones y hacer que los candidatos avancen en el proceso que los llevará a convertirse en tus nuevos empleados.

Para hacerlo, mantente como primera opción, resuelve sus dudas y aprovecha los contactos en común que ya tienen una relación de confianza con tus candidatos objetivo: tus empleados.

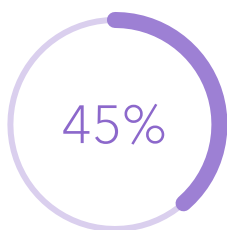
Paso 1

Llega a los candidatos con actualizaciones de estado y actualizaciones patrocinadas

Los candidatos están muy ocupados y, con todo lo que pasa cada día en LinkedIn, es importante mostrar tu mejor contenido a los candidatos idóneos para causar el mayor impacto posible.

Las actualizaciones de estado son la herramienta perfecta para:

- **Demostrar que eres un socio estratégico.** Atrayendo a los candidatos con contenido valioso que los ayude en su carrera profesional, tienes más posibilidades de que confíen en ti para orientarse y encontrar posibles empleos.



Las actualizaciones de estado con enlaces pueden lograr hasta un 45% más de participación de los seguidores que las actualizaciones sin enlaces.

- **Hacerte visible y accesible.** Las actualizaciones de estado son una manera no invasiva de convertirte en su primera opción. Sé paciente: conseguir atraer a un posible candidato puede tardar un poco. Gánate su atención y su fidelidad ahora; ya lo contratarás más tarde.
- **Amplía el alcance de tu mensaje.** Si el contenido que publicas tiene muchas recomendaciones, recibe muchos comentarios y se comparte con frecuencia, tendrá mayor difusión en la red de LinkedIn. Aprovecha las relaciones de tus empleados con los candidatos haciendo que les resulte fácil compartir tu contenido.

Tres consejos para que tus actualizaciones de estado triunfen

1

Realiza publicaciones a menudo. Empieza con una publicación al día entre semana y trabaja en ella unas dos o tres veces al día. Publicar con regularidad hace que tu contenido sea reciente y ofrece a tus seguidores material para compartir con sus redes. La calidad es más importante que la cantidad, por lo que solo deberías aumentar la frecuencia si puedes mantener un nivel alto de calidad.

Piensa en crear un calendario editorial para planificar tus publicaciones y asegurarte de que tu mezcla de contenido es pertinente para los segmentos de candidatos con los que quieres interactuar.

2

Muéstrate receptivo. Responde siempre a los comentarios y preguntas sobre tus actualizaciones. Plantéate conectar o interactuar también con gente que comparta y recomiende tus actualizaciones. Recuerda, estas acciones sociales indican interés en tu empresa, así que no dejes a nadie de lado.

3

Valora la calidad por encima de la cantidad. Tu página de empleo te ayuda a crear una base de datos de posibles candidatos, así que publica siempre contenido que refleje tu marca y atraiga a los candidatos que quieras contratar.

Cinco ideas para crear actualizaciones de estado con gancho

- Artículos de prensa que presenten los hitos de tu empresa
- Fotos que demuestren que tus empleados se divierten trabajando
- SlideShares que resuman tu cultura y valores empresariales
- Celebraciones de los éxitos de tus empleados
- Oportunidades laborales actuales

Atrae a los candidatos que estás buscando con actualizaciones patrocinadas

Las actualizaciones patrocinadas te permiten llegar a los más de 414 millones de miembros de LinkedIn, más allá de tus seguidores, y compartir contenido directamente en el feed de noticias de cualquier miembro. Dirige las actualizaciones por función, sector, antigüedad, disciplina académica y aptitudes, fomentando las relaciones que más valoras.

Por ejemplo, si tu empresa está presentando una hackatón de ingeniería, patrocina una actualización para especialistas en ingeniería de universidades cercanas, divulgando así la noticia más allá de tus seguidores.

Las actualizaciones patrocinadas son la mejor manera de compartir información con aquellos a quienes les puedan interesar.

Las actualizaciones patrocinadas van dirigidas a los candidatos con los que te quieres comunicar en todos sus dispositivos.



Entérate de qué funciona

Las actualizaciones patrocinadas están enriquecidas con datos. Cada una de ellas incluye su propio panel de control, que muestra impresiones, clics, interacciones, el número de nuevos seguidores adquiridos con la actualización y el porcentaje de participación.

Consejo de expertos: utiliza esta información para entender qué contenido funciona con tus candidato. Después, patrocina más contenido como ese. Cada interacción que se produzca con tu marca fortalecerá la relación.

Estos análisis te ayudan a controlar los costes y muestran la eficacia general de una publicación. A continuación te presentamos unas cuantas definiciones clave.

- **Impresiones:** el número de veces que se ve una actualización. Cada vez que se muestra una actualización en el feed de noticias de un usuario, se cuenta como una impresión.
- **Interacción:** el número de clics en el enlace de tu actualización, así como todas las recomendaciones, comentarios y seguidores adquiridos y las veces que se ha compartido, desglosado en función de las impresiones.

Organic ?

Targeted to: All Followers

265,484
impressions

795
clicks

693
interactions

0.56%
engagement

Gained from Sponsoring

► 3 campaigns

+108,568
impressions

+411
clicks

+137
interactions

+136
followers acquired

+0.63%
engagement

Patrocinando esta actualización para un público más amplio, esta empresa atrajo a 136 nuevos seguidores.

(clics + recomendaciones + veces compartido +
comentarios + seguidores adquiridos)

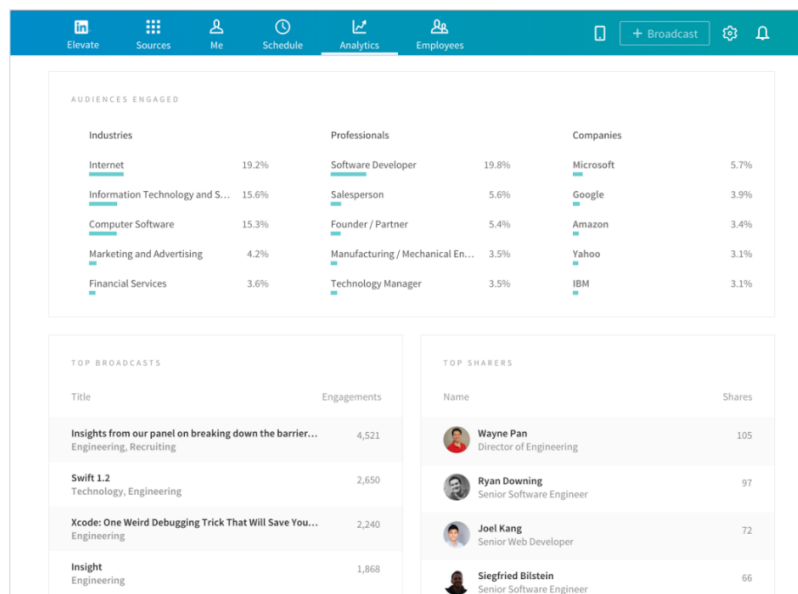
Interacción =

Impresiones

Paso 2

Haz que a los empleados les resulte fácil compartir contenido con LinkedIn Elevate

Tus empleados ya están conectados con un grupo de candidatos diverso y cualificado. Como promedio, el número de contactos que tienen los empleados de una empresa es diez veces mayor que el número de seguidores de la misma. Con LinkedIn Elevate, los empleados obtienen un flujo constante de contenido de calidad para compartir en LinkedIn, Twitter y Facebook, algo que ayuda a influir en todas las posibles contrataciones en sus redes.



Puedes medir el impacto de Elevate fácilmente. Verás cuáles son tus empleados más activos en las redes sociales, podrás hacer un seguimiento de la interacción a lo largo del tiempo y te enterarás de qué tipo de contenido fomenta las visualizaciones del anuncio, los seguidores de la página de empresa y las contrataciones.

De media, los usuarios de Elevate:

Comparten las publicaciones cuatro veces más que antes

Logran atraer un 40% más de seguidores

Originan tres veces más visualizaciones del anuncio

La gente confía

3 veces

más en los empleados que en los directores ejecutivos cuando se habla del entorno laboral de la empresa.

Las empresas con empleados activos en las redes sociales son un

58%

más propensas a atraer a los mejores candidatos y tienen un 20% más de probabilidades de conservarlos.¹

Más información sobre LinkedIn Elevate



¹Estudio de Altimeter/LinkedIn, 2014

Paso 3

Dirígete a los contactos de tus empleados con anuncios de selección

Las personas que visitan los perfiles de tus empleados están conectadas con ellos y, por lo tanto, es más probable que estén familiarizadas con tu empresa y más abiertas a considerar las oportunidades que puedes ofrecerles.

Capta la atención de estos candidatos publicando anuncios de empleo al lado de los perfiles de tus empleados. Te presentamos cuatro buenas opciones.



Trabaja con nosotros

Publica vacantes dirigidas al público objetivo



Imagínate trabajando en...

Invita a los candidatos a imaginarse trabajando en tu empresa



Síguenos

Anima a los visitantes a seguir la página de tu empresa y
MANTENTE INFORMADO



Contrataciones internas

Anuncia las vacantes a tus empleados



ETAPA 3: SOLICITUD

Encuentra al candidato adecuado para la oportunidad idónea

A estas alturas, los candidatos ya conocen tu marca y muestran interés por tu empresa. Ya has sentado las bases para que soliciten tu empleo.

Las claves del éxito en esta etapa son iniciar conversaciones con mensajes InMail que obtengan respuesta y

escribir descripciones de empleos que motiven a los candidatos idóneos a solicitarlos.

Ahora los candidatos están más familiarizados contigo, por lo que les resulta más fácil determinar si la cultura de tu empresa casa con ellos y encontrar la motivación para solicitar un empleo.

Los seguidores de tu página de empleo son un

81%

más propensos a responder a tus mensajes InMail que los que no la siguen.

Los candidatos que comparten a un empleador anterior contigo responderán con un

27%

más de probabilidad.

Los candidatos que comparten un grupo de LinkedIn contigo responderán con un

21%

más de probabilidad.



Paso 1

Escribe mensajes InMail que atraigan a los candidatos

Los mensajes InMail te permiten enviar mensajes directos a cualquier persona en LinkedIn. No obstante, provocar una respuesta requiere habilidad. La clave para conseguir respuestas es crear un mensaje personalizado, lo cual no es fácil cuando el tiempo apremia.

El 70% de los candidatos de LinkedIn son candidatos pasivos.¹No están buscando empleo de forma activa, pero están dispuestos a considerar nuevas oportunidades si les parece que son adecuadas.

Aprovecha la información de LinkedIn para identificar a los candidatos que te contestarán con mayor probabilidad. Toma en consideración a los seguidores de tu página de empleo y a los contactos de tus empleados. Céntrate en la gente que comparte tus grupos de LinkedIn, universidades y empleadores anteriores.

(LinkedIn Recruiter simplifica la búsqueda de candidatos más propensos a responder a tus mensajes, pero ya hablaremos de esto más adelante).

¹Tendencias de candidatos, 2015

Las 9 reglas de oro de los mensajes InMail

- 1 **Revisa el perfil.** Indica al destinatario qué aspecto de su perfil te ha llamado la atención. La personalización siempre halaga.
- 2 **Capta su atención.** Menciona algún contacto que tengáis en común. LinkedIn te los sugerirá.
- 3 **Demuestra que eres selectivo.** Señala lo que hace atractivo a ese candidato y halágalo con sinceridad.
- 4 **Usa un tono natural y sé breve.** Escribe como si estuvieras hablando. No te limites a copiar la descripción del empleo.
- 5 **Escucha con atención.** Pregúntale por sus objetivos y por su interés en nuevas oportunidades.
- 6 **Céntrate en los objetivos.** Piensa más allá del empleo y formula tu mensaje concentrándote en lo que puede interesar al candidato del trabajo.
- 7 **Aprovecha el contenido.** Puedes aportar información de utilidad, como un artículo técnico de su interés.
- 8 **Sé paciente.** No persigas al candidato. Usa las actualizaciones de estado para mantener tu visibilidad mientras esperas las respuestas.
- 9 **Incluye una llamada a la acción.** Invita al candidato a proseguir el diálogo; no hace falta que solicite el empleo de inmediato.



Un vistazo rápido: mensajes InMail frente a mensajes de correo electrónico

Cuando vayas a iniciar una conversación con un candidato estrella, echa un vistazo a la comparación entre los mensajes InMail y los mensajes de correo electrónico.

	Mensajes InMail	Correo electrónico
Las conversaciones tipo mensaje instantáneo facilitan el fortalecimiento de las relaciones con los candidatos.	✓	✗
La información del candidato disponible, como los datos del perfil y la actividad de selección de personal, ayuda a mantener el nivel de personalización de la conversación.	✓	✗
Las plantillas y los análisis te ayudan a trabajar de forma más eficiente y a ahorrar tiempo.	✓	✗

Paso 2

Publica anuncios de empleo que llamen la atención de los candidatos idóneos

Un buen anuncio de empleo presenta muchos requisitos. Debe comunicar las cualificaciones profesionales y las aptitudes requeridas. También tiene que transmitir la cultura de tu empresa, fascinar a los lectores, destacar con respecto a la competencia y convencer a los candidatos de que soliciten el empleo. Por último, debe atraer a los candidatos apropiados y disuadir a los no aptos.

En LinkedIn, las oportunidades laborales que ofreces llegan a mucha más gente que a los que están buscando un nuevo empleo. Utilizamos nuestra información de perfil exclusiva para ayudar a difundir tus oportunidades y a interactuar con candidatos cualificados a lo largo del proceso de selección.

Cinco pasos para crear una descripción de empleo digna de la solicitud

La descripción del empleo solo dispone de un breve lapso de tiempo para crear una buena impresión. Sigue las cinco directrices siguientes para hacer que destaque.

1

Utiliza un cargo fácil de encontrar en vez de uno creativo. Asegúrate de que el cargo sea fácil de encontrar y reserva la creatividad para la descripción. Es mucho más probable que la gente busque «Responsable de ventas» que «Ninja de ingresos».

2

Básate en las últimas investigaciones. Hay muchísima información sobre lo que los candidatos buscan en un empleo hoy en día, así que aprovéchala. Por ejemplo, el estudio sobre Tendencias de candidatos de LinkedIn de 2015 reveló que los profesionales en el Reino Unido valoran más la conciliación de la vida laboral y familiar que los de otras partes del mundo.

3

Sé personal y específico. Más allá de las aptitudes y la experiencia, piensa en el tipo de persona al que quieres atraer (rasgos personales, intereses, valores, etc.).

4

Subraya qué puede ofrecer el empleo al candidato. La descripción del empleo es para candidatos. En lugar de destacar tu lista de requisitos, enfatiza el impacto que causará el empleo en ellos y la oportunidad de crecimiento profesional que representa.

5

Da rienda suelta a la creatividad. Haz que tus anuncios de empleo sean únicos buscando inspiración en lugares inesperados. L'Oréal se percató de la popularidad de los emojis y decidió pedir a los candidatos que describieran el trabajo de sus sueños solo con emojis.

¿Quieres más consejos sobre empleo? Echa un vistazo a los Siete consejos para crear una descripción de empleo irresistible (en inglés).

El poder de un anuncio de empleo de LinkedIn

- 1. Impulsa tus anuncios con información de LinkedIn.** Basándose en perfiles de candidatos similares a los que estás buscando, LinkedIn recomienda aptitudes y cualificaciones académicas que podría interesarte incluir en tu anuncio de empleo.

¿Lo sabías?

En cuanto se publica tu anuncio de empleo, LinkedIn te sugiere a hasta 50 profesionales que coincidan con tu búsqueda.

Función laboral Employment type Nivel de experiencia

Contabilidad ▾

Full Time ▾

Mid-Senior Level ▾

Aptitudes

Nivel alto de comprensión de los principios de contabilidad generalmente aceptados en EE. UU.
Experiencia en el reconocimiento de ingresos del sector biotecnológico

Educación

Aquí puedes añadir más certificaciones.

Key responsibilities

Recomendamos que incluyas de cuatro a seis puntos.

¿Cómo quieres que presenten su candidatura los candidatos?

Quiero que presenten su candidatura a través de su perfil de LinkedIn y que se me notifique de ello por correo electrónico

☒ recruiter@universaltech.com

☐ Quiero redirigir a los candidatos a un sitio

☐ http://yourcompany.com/job123

¿Quieres añadir un toque personal?

☒ Mostrar mi perfil en el anuncio de empleo



Marta Solana

Busco candidatos cualificados para potenciar nuestro equipo

Vista previa

Continuar

×

Recommended skills<<<<

Te sugerimos que añadas al menos cinco aptitudes pertinentes para que podamos emparejar tu empleo con el candidato idóneo.

+Cuentas por pagar

+Nóminas

+Licencias

+Facturas

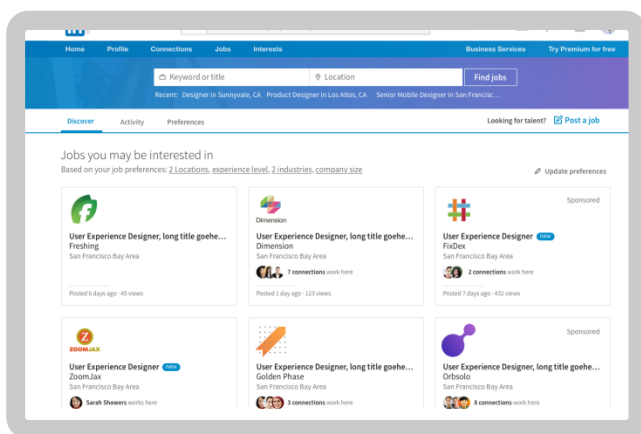
+Principios de contabilidad generalmente aceptados en EE. UU.

El poder de un anuncio de empleo de LinkedIn

2. Interactúa con los candidatos idóneos automáticamente.

Para que tu anuncio de empleo llegue a los candidatos idóneos, no solo a aquellos que están buscando empleo de forma activa, anunciamos tus vacantes automáticamente a profesionales pertinentes basándonos en las cualificaciones que estás buscando.

Los candidatos pueden ver tu anuncio de empleo de LinkedIn en muchos puntos de contacto (mientras exploran su feed de noticias, ven perfiles o revisan el correo electrónico).



La mayoría de las visualizaciones de anuncios en LinkedIn provienen de nuestro módulo de recomendaciones, llamado «Empleos que podrían interesarte», y no de las búsquedas de empleo activas.

3. Haz hincapié en tu cultura de empresa y en tus empleados.

Cuando los candidatos escogen una cultura de empresa que case con ellos antes de solicitar un empleo, todo el mundo ahorra tiempo. Quieren saber: «¿Cómo debe de ser trabajar aquí? ¿A quién conozco que trabaje aquí? ¿Cómo serían mis futuros compañeros?»

Los anuncios de empleo de LinkedIn te ayudan a contestar estas preguntas de la siguiente manera:

- **Muestra tu cultura de empresa** integrando el contenido de tu página de empleo a la perfección.
- **Promueve las recomendaciones** destacando a los miembros de tu empresa a los que el candidato ya conoce.
- **Revela a futuros compañeros de trabajo** mostrando los perfiles de empleados que ya trabajan en ese puesto.

¿Tienes muchas vacantes que cubrir?

Los espacios para anuncios de empleo son, esencialmente, anuncios de empleo recurrentes. En vez de publicar un solo anuncio de empleo cada vez, los espacios para anuncios de empleo te ofrecen la flexibilidad de anunciar múltiples puestos según tus necesidades.

El **73%** de los profesionales están esperando a que el empleo idóneo los encuentre.



ETAPA 4: INTERACCIÓN

Motiva y conserva a tus nuevas contrataciones

Una vez que hayas contratado a nuevos empleados, ofrecerles nuevas aptitudes y oportunidades de crecimiento es una manera estupenda de mantenerlos felices y comprometidos. Si están aprendiendo y asumiendo más responsabilidades continuamente, es más probable que estén satisfechos.

Los empleados comprometidos son tu mejor recurso para la selección de personal. Son la encarnación de los valores de tu empresa y pueden ayudar a atraer a candidatos que también encajen con la cultura de tu empresa. Si les facilitas la recomendación de nuevos candidatos, todos saldréis ganando.

El 64%

de los profesionales internos dedicados a la selección de candidatos están interesados en aumentar la retención de empleados.¹

Paso 1

Ofrece a los empleados nuevas aptitudes y oportunidades de crecimiento

Las ventajas y una buena cultura de empresa pueden atraer a los candidatos, pero las contrataciones importantes suelen necesitar más incentivos para quedarse a largo plazo. Los empleados de calidad están ansiosos por aprender nuevas aptitudes, asumir más responsabilidades y progresar en su carrera.

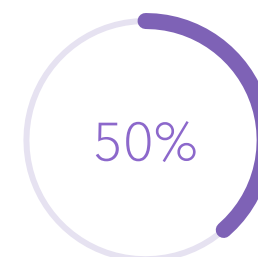
La clave de la fidelidad de los empleados es la interacción. Los empleados comprometidos tienen un fuerte sentido de la responsabilidad. Creen en su trabajo, en sus supervisores y en su empresa.

23%

de los empleados dejan su trabajo voluntariamente por falta de desarrollo y formación.¹

3.036 € de cada 8.932 €

El coste en salarios anuales que los empleados desmotivados pueden costar a una empresa.²



Casi el 50% de los buscadores de trabajo activos dicen sentirse completamente satisfechos en su empleo actual.³

Cuatro maneras de motivar y conservar a los empleados a través de la formación:

- **Convierte la formación en una prioridad.** Aprender no es algo que se haga solo una vez en la vida. Las empresas tienen que centrar sus esfuerzos en crear una cultura que motive a los empleados a convertir el aprendizaje en un hábito diario.
- **Invierte en desarrollo profesional.** Si los empleados creen que inviertes en su carrera profesional, ellos mismos harán una mayor inversión personal en tu empresa.
- **Construye líderes desde dentro.** Apoya a los empleados que aspiren a puestos de dirección invirtiendo en formación de gestión y liderazgo.
- **Proporcionales orientación sobre su carrera**

profesional. Utiliza las herramientas de formación en línea para ayudar a los empleados a alcanzar sus objetivos y desarrollar sus trayectorias profesionales, y facilita a los supervisores la información que necesitan para orientar a los empleados.



¿Qué es Lynda.com?

Lynda.com trata de crear oportunidades económicas para trabajadores de todo el mundo a través del aprendizaje transformacional. Desarrolla aptitudes con formación en línea de alta calidad dirigida por expertos, aumentando así la productividad y el éxito de tu empresa.

Lynda.com lleva más de 20 años ayudando a empleados, estudiantes y líderes (a cualquiera, con el cargo que sea) a adquirir aptitudes de software, creativas y empresariales.

¿Necesitas ayuda? Echa un vistazo
Cómo crear una cultura de aprendizaje en
seis pasos (en inglés).

Paso 2

Pon el turbo a tu programa de recomendación de empleados

El 87% de los técnicos de selección de personal afirman que el mejor canal para seleccionar candidatos de calidad son las recomendaciones de empleados, pero solo el 20% están satisfechos con el nivel de participación de los empleados en sus programas de recomendaciones.¹ ¿Por qué no participan más empleados?

Conseguir que los empleados recomienden a otros puede ser difícil. Los empleados deben conocer las vacantes, recordar quién está en sus redes y estar dispuestos a utilizar software de recomendación. Una vez que han hecho una recomendación, a menudo no se los informa del estado de la misma.

Las empresas que consigan averiguar cómo hacer que los empleados participen más en los programas de recomendaciones gozarán de una ventaja abismal. Las recomendaciones son una fuente de contratación mejor, más barata y más rápida.

Para obtener más información, echa un vistazo a:

[Siete programas de recomendaciones de empleados que producen contrataciones extraordinarias \(en inglés\)](#)

29 / 39 / 55

Se tardan 29 días en contratar a un candidato por recomendación, 39 días en hacerlo mediante un anuncio de empleo y 55 días en contratarlo a través de un sitio web de empleo.

El 77%

de los líderes de selección de personal están interesados en tener más información sobre cómo gestionar un programa de recomendaciones de empleados eficaz.

Pónselo fácil a tus empleados para que recomienden a candidatos idóneos con LinkedIn Referrals

Tus empleados están conectados con personas con talento, pero pedirles que inviertan tiempo y energía ayudándote a seleccionarlos no siempre funcionará. Para que un programa de recomendaciones tenga éxito, tiene que ser fácil de usar y ofrecer recompensas a los participantes.

LinkedIn Referrals consigue exactamente eso: propone recomendaciones a tus empleados automáticamente. Busca en sus redes y encuentra posibles candidatos de calidad para tus vacantes.

A los empleados les gusta porque pueden ver cómo van sus recomendaciones en el proceso de selección.



Lidia Guindal

Especialista de marketing en Jones & Co.

Contactado
15/03/2016

Directora de marketing de eventos, Global Brand



[Seguimiento](#)

LinkedIn Referrals se sincroniza con tus herramientas de selección de personal para que puedas introducir a los candidatos recomendados en tu sistema de seguimiento de candidatos (ATS) sin aprender nuevos procesos.

Estos son algunos de nuestros socios de ATS (cada vez son más).



El factor exponencial de tus empleados

La red colectiva de tus empleados es unas 300 veces mayor que tu red personal.

Descubre cómo empezar a utilizar LinkedIn Referrals (en inglés).

615.000

Número medio de contactos que tiene una empresa en LinkedIn a través de sus empleados*

1.900

El promedio de contactos que los mejores técnicos de contratación tienen en LinkedIn

*Basado en más de 3.000 profesionales dedicados a la captación de talentos que asistieron al Talent Connect de 2015 en Anaheim, CA.



LINKEDIN RECRUITER

Acelera el proceso que siguen los candidatos con LinkedIn Recruiter

Hoy en día, los mejores técnicos de selección de personal buscan talentos directamente en un grupo de candidatos cualificados con los que ya tienen relación. ¿Por qué? Porque seleccionar a esos candidatos suele ser más fácil y rápido.

LinkedIn Recruiter es una herramienta potente que te ayuda a buscar entre más de 414 millones de profesionales

de todo el mundo, ofreciéndote información sobre las relaciones que tú, tus empleados y tu empresa tenéis con los candidatos.

Por todo esto, puedes encontrar rápidamente a los candidatos que probablemente estén interesados en tus oportunidades laborales e interactuar con ellos.



Encuentra candidatos idóneos más rápido con nuestro motor de recomendaciones

No importa si conoces todas las aptitudes requeridas o solo unas cuantas, ya que Recruiter te ayudará a crear la mejor búsqueda para encontrar a los candidatos idóneos. A medida que escribas un cargo y una ubicación en la barra de búsqueda, Recruiter te irá recomendando aptitudes que podrías querer añadir en función del puesto que quieras cubrir.

¿A quién quieres contratar?

Arquitect
o

Seattle

Diseño arquitectónico



IR

APTITUDES HABITUALES PARA ESTE CARGO

SketchUp

Diseño arquitectónico

Revit

ArchiCAD

Elige de entre las aptitudes habituales principales para el cargo indicado en LinkedIn Recruiter.

Utiliza a tus mejores empleados para encaminar tu búsqueda

¿Alguna vez te han pedido que contrates a alguien «exactamente igual que Sara, de ventas»? ¿O a alguien que sea «un 50% Andrés, de diseño, y un 50% Mario, de marketing»? A veces es más fácil describir así a la persona que estamos buscando.

Escribe el nombre de tu candidato ideal en la barra de búsqueda y LinkedIn Recruiter creará una búsqueda basándose en los datos de su perfil para identificar a candidatos similares.

The screenshot displays the LinkedIn Recruiter dashboard. At the top, the navigation bar includes 'Recruiter', 'Projects', 'Clipboard', 'Jobs', 'Reports', and 'More'. The main header area asks 'Who are you looking to hire?'. Below this, a search bar contains the names 'John Boley' and 'Lili Waugh Mahoney', with a 'GO' button. A dropdown menu shows search results for 'Lili Waugh Mahoney' (Associate Product Operations Manager at LinkedIn), 'Lilian Wang' (Product Ops & Research at LinkedIn), 'Lilia Martinez-Coburn' (VP Product at MedHelp), 'Lilian Loyola' (Human Resources Business Partner), and 'Liliana Kellett (Guiscardo)' (People Geek @ Culture Amp). On the left sidebar, there are sections for 'Updates' (Follow candidate, Your saved searches), a job anniversary announcement for 'Salva Larin', and a 'Post a job' button with '4 job slots remaining'. The right sidebar features 'People you may want to hire' and 'Project activity'.

Utiliza sugerencias para ampliar y afinar los resultados de la búsqueda

Independientemente de si eres un técnico de selección de personal principiante o veterano, es difícil recordar cada institución educativa, empresa anterior y aptitud. Recruiter te permite ahorrar tiempo proponiendo términos en los que no habrías pensado, ayudándote así a afinar más la búsqueda.

Resultados de	9.000 en total candidatos	694 tienen contactos
Nombre del puesto Arquitect +	9.650 candidatos en total	
Ubicaciones Chicago y alrededores, EE.UU. +		
Aptitudes Investigación en diseño AutoCAD + Diseño sostenible Revit		
Empresas + Añadir empresas FixDex		
Educación Northwestern University + De Paul University UC Berkeley		
Palabras clave + Add keywords Certificación LEED		
View more ▾		

	Gestor de proyectos, Análisis empresarial en Tu Empresa 
Past	
Current	
	Gestora de proyectos, Análisis empresarial en Tu Empresa 
Past	
Current	

Identifica y da prioridad a los candidatos con más probabilidades de convertirse en tu próxima contratación

Para ayudar a priorizar tu enfoque, LinkedIn Recruiter destaca los candidatos cualificados.

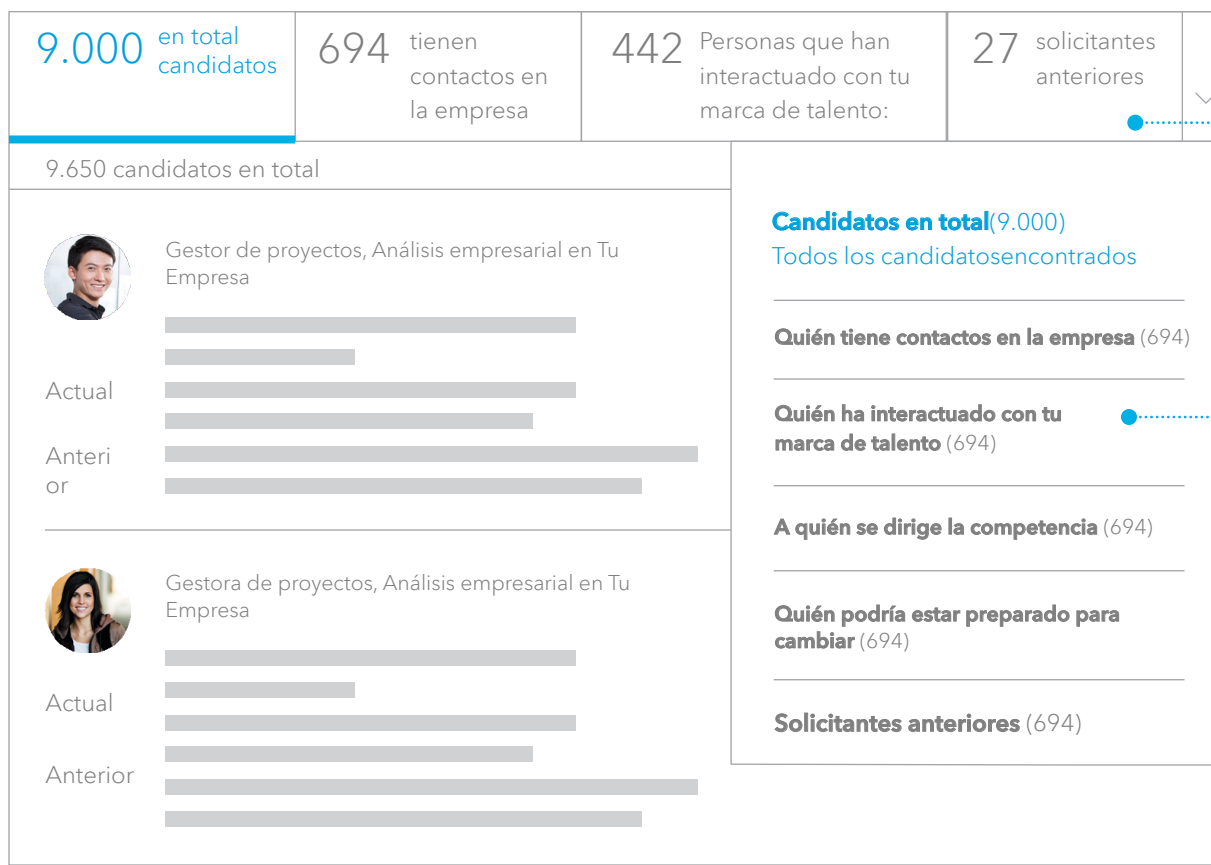
Estos candidatos no solo son apropiados para tu anuncio de empleo, sino que es más probable que respondan a tus mensajes InMail, soliciten el empleo y acepten tu oferta.

La funcionalidad de destacados muestra a los candidatos conectados con tu empresa a través de tus empleados, tu marca de talento o, incluso, la solicitud de vacantes anteriores. ¿Te acuerdas del trabajo que hiciste para conseguir seguidores para tu página de empleo? Aparecerán en la sección de destacados de personas que han interactuado con tu marca de talento, junto con la gente que ha interactuado con las actualizaciones de la página de tu empresa o tus anuncios de empleo.

Los candidatos destacados tienen

2 o 3 veces más

probabilidades de responder a tus mensajes InMail que el resto de candidatos.



La funcionalidad de destacados te permite filtrar fácilmente los resultados para encontrar candidatos con más probabilidades de interactuar.

Los resultados de destacados varían en función de los distintos tipos de relaciones e interacciones en LinkedIn.

Destacados en LinkedIn Recruiter

Recruiter te ofrece información en forma de resultados destacados que simplifican tu experiencia de selección de personal identificando candidatos de calidad más rápidamente.

Los contactos de empresa son

1,5 veces más propensos

a aceptar tus mensajes InMail

- **Contactos de la empresa:** personas conectadas con personas de tu empresa.

Solicitantes anteriores: personas que han solicitado un empleo en tu empresa en el pasado.

Las personas que han interactuado con tu marca de talento son

2 veces más propensas

a aceptar tus mensajes InMail

- **Personas que han interactuado con tu marca de talento:** son aquellas que han interactuado con tu página de empresa, tus actualizaciones de estado o tus anuncios de empleo.

Grupos de talento de la competencia: son los candidatos a los que se dirigen las empresas de la competencia, incluidas aquellas afiliadas a universidades o compañías en las que suelen seleccionar personal.

Es menos probable que las personas con trabajo acepten tus mensajes InMail, pero las que lo hagan

son más propensas

a plantearse aceptar la vacante

- **Posiblemente preparados para cambiar:** personas que han permanecido en su cargo entre uno y cinco años.

Con actividad de selección de personal: gente con la que los técnicos de selección de personal de tu empresa se han puesto en contacto o han interactuado.

Apéndice

Cómo empezar

Hemos tratado muchos temas en esta guía, pero no tienes por qué abordarlos todos de una vez. Esta tabla te ayudará a identificar tus necesidades más urgentes y ver por dónde empezar.

Si identificas esto contigo,	deberías concentrarte en:	Echa un vistazo a:
Formas parte de un equipo de selección de personal sofisticado que compite por conseguir a los mejores candidatos. Ya gozas de una fuerte reputación como empleador.	Reforzar tu marca de empleador para fomentar tu reputación y aprovechar las redes de tus empleados para llegar a candidatos pasivos difíciles de encontrar.	Página de empleo › Anuncios de selección › Elevate › Empleos › Recomendaciones › Recruiter ›
Necesitas contratar a mucha gente en poco tiempo. Sueles utilizar tableros de anuncios o agencias para cubrir tus necesidades de selección de personal.	Anunciar tus vacantes en LinkedIn para dirigirte a los candidatos idóneos con las aptitudes y la experiencia adecuadas. Además, deberías centrarte en motivar a tus empleados para que compartan tus oportunidades y hagan recomendaciones.	Empleos › Recomendaciones › Página de empleo › Recruiter ›
Tienes un equipo pequeño y un presupuesto ajustado. Necesitas una manera rentable de seleccionar un volumen de candidatos pequeño, pero continuo. Confías en agencias de selección de personal para cubrir muchas de tus vacantes. La mayoría de personas que seleccionas no te conocen como empleador.	Utilizar la página de empleo para anunciar tus vacantes y crear tu marca de empleador. Además, deberías explorar maneras creativas y auténticas de compartir con los candidatos aquello que hace que tu cultura sea única.	Página de empleo › Empleos › Recruiter ›

¿Quieres más? El blog LinkedIn Talent lo tiene todo.

[El blog LinkedIn Talent](#) es una de las publicaciones más consultadas del sector por un buen motivo: cubre todo lo que necesitas saber para hacer tu trabajo a la perfección.

Estos son algunos de los temas que encontrarás en el blog:

Las últimas investigaciones y tendencias

[Los datos revelan cómo quieren los candidatos que los seleccionen \[INFOGRAFÍA\]](#)

[Por qué las mujeres dejan su trabajo \(no es lo primero que has pensado\)](#)

Consejos y trucos rápidos

[Cómo evaluar un currículum \(en menos de seis segundos\)](#)

[Cuatro de los mayores problemas a los que se enfrentan los técnicos de selección de personal \(y cómo solucionarlos\)](#)

Historias fascinantes de tus colegas de profesión

[Cómo GoDaddy cambió su imagen y 3x'ed, la cantidad de ingenieras](#)

[Exclusiva: cómo Airbnb le hizo un lavado de cara a la experiencia de sus candidatos](#)

Un motivo para sonreír

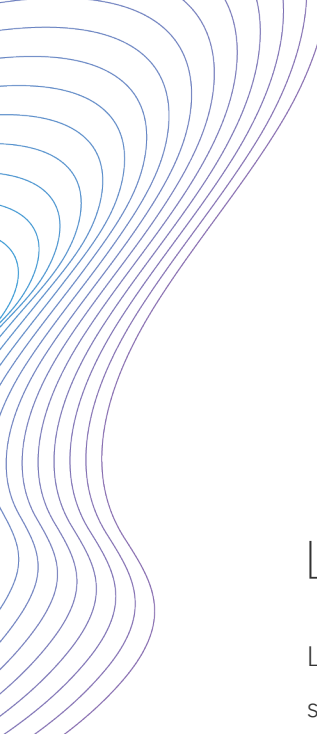
[Doce canciones dedicadas a los técnicos de selección de personal](#)

[Nueve cosas que los técnicos de selección de personal están hartos de oír](#)



Suscríbete a
nuestro boletín

para que te enviemos las
últimas publicaciones
directamente a tu buzón.



LinkedIn Talent Solutions

LinkedIn Talent Solutions ofrece una gama completa de servicios de selección de personal para ayudar a empresas de todos los tamaños a encontrar y captar a los mejores candidatos.

Desde su creación en 2003, LinkedIn conecta a profesionales de todo el mundo para ayudarles a ser más productivos y a alcanzar todas sus metas laborales. Con más de 414 millones de miembros en todo el mundo, LinkedIn es la mayor red profesional del planeta.

Llámanos al 1-855-655-5653



Suscríbete a nuestro blog
talent.linkedin.com/blog



Echa un vistazo a nuestro SlideShare
slideshare.net/linkedin-talent-solutions



Síguenos en Twitter
[@LinkedInES](https://twitter.com/LinkedInES)



No te pierdas nuestros vídeos en YouTube
youtube.com/user/LITalentSolutions



Productos e información útil
es.talent.linkedin.com



Conecta con nosotros en LinkedIn
www.linkedin.com/company/1337

Autor



Alyssa Sittig

Responsable de marketing de contenido,
LinkedIn

Editor



Mark Menke

Jefe del equipo de marketing de contenido
global, LinkedIn

Colaboradores



Emi Hofmeister

Responsable de marketing de productos sénior,
LinkedIn



Ryan Batty

Director de marketing, LinkedIn



Andrew Freed

Senior Director of Global Marketing, LinkedIn

