

Nº3

## Encuentre a los mejores candidatos con LinkedIn

Jan Vermeiren y Bert Verdonck



LinkedIn es un elemento esencial de la nueva economía. No es simplemente un sitio web fácil de utilizar o una herramienta concebida para desarrollar la propia actividad, comunicarse con otros internautas o buscar contactos.

La evolución de la nueva economía se manifestó inicialmente a través de los contactos, el empleo, los eventos y, más tarde, a través de la educación, la orientación y la mediación profesional. Si todo eso se aplica a LinkedIn, se constata que la red profesional no ha hecho más que comenzar. LinkedIn evolucionará para convertirse en un compañero de confianza, en el nicho de las redes profesionales mundiales.



Erwin Van Lun, futurólogo y especialista en tendencias

### ➤ Acerca de LinkedIn

Desde su creación en 2003, LinkedIn conecta a profesionales del mundo entero y les ofrece los medios necesarios para ser más productivos y aprovechar nuevas oportunidades.

Con más de 160 millones de usuarios registrados en todo el mundo, entre los que se encuentran directivos de todas las empresas de la lista Fortune 500, LinkedIn es la red profesional más grande del mundo. La sede de LinkedIn se encuentra en Silicon Valley (California). La empresa está presente en 22 países.

### ➤ Acerca de los autores

**Jan Vermeiren** es el autor de los exitosos libros sobre redes sociales *Let's Connect! (Conectemos)* y *LinkedIn: Construye una red de contactos para tu éxito*, cuya primera edición fue un éxito de ventas en Amazon y alcanzó el primer puesto en la lista de ventas editoriales.

**Bert Verdonck** es un conferencista que desborda energía, entusiasmo y buen humor. Imparte cursos y conferencias en la empresa Networking Coach y es un excelente *lifehacker*. Bert es experto en redes sociales y ha escrito tres libros sobre este tema.

# ¿Qué es LinkedIn?

LinkedIn es una eficaz herramienta para crear relaciones. La construcción de estas relaciones puede tener una finalidad comercial, o servir para buscar un puesto de trabajo, un empleado, un proveedor o un socio.



LinkedIn es una de las numerosas herramientas que tenemos actualmente a nuestra disposición en toda la gama de redes sociales. Entre los miembros de esta «familia» encontramos, entre otros, los blogs, las wikis (Wikipedia), los microblogs (Twitter), las páginas para compartir fotos (Flickr), vídeos (YouTube) y páginas web recomendadas (Delicious) y, por supuesto, Facebook y Pinterest.

Lo interesante es darse cuenta de que todos ellos están interrelacionados. LinkedIn comenzó su integración en noviembre de 2008 lanzando el módulo “Aplicaciones”, que permite al usuario mostrar sus artículos o presentaciones en su perfil de LinkedIn, por ejemplo.

Desde nuestro punto de vista, el valor diferencial de LinkedIn es su capacidad para encontrar a las personas adecuadas y a los contactos que el usuario comparte con esas personas. LinkedIn muestra las redes de segundo y tercer nivel, así como el recorrido necesario para alcanzarlas. Es una herramienta extremadamente eficaz, sobre todo si el usuario tiene una finalidad u objetivo concreto. Son muchos los que cometen el «error» de recurrir únicamente a su propia red, lo cual les priva de interesantes oportunidades.

# LinkedIn: una herramienta eficaz para seleccionar a los mejores candidatos

LinkedIn es una herramienta excepcional para encontrar a los candidatos que está buscando. Resulta útil adoptar, más allá de una estrategia pasiva, una actitud proactiva y utilizar todas las herramientas que LinkedIn pone a su disposición de un modo óptimo.



Muchas empresas consideran LinkedIn como una herramienta eficaz para la búsqueda de candidatos externos, pero esta red social también es una solución idónea para encontrar recursos internos y obtener mejores resultados respecto a las búsquedas en los directorios de la empresa.

## 1/ Para encontrar perfiles con mayor dimensión

LinkedIn agrupa perfiles más completos que la mayoría de los directorios internos. De este modo es más fácil encontrar la persona que corresponde a sus criterios y, mediante el acceso a datos que se actualizan frecuentemente, saber al instante si se trata del candidato deseado.

## 2/ Para identificar a expertos rápidamente

LinkedIn contiene perfiles de usuarios que trabajan en empresas importantes, así como perfiles de expertos independientes. Sin LinkedIn, no podría identificarse este tipo de candidatos de un modo tan eficaz. Todo esto supone un claro ahorro de tiempo y dinero.

## 3/ Para contactar con los candidatos recomendados

LinkedIn muestra las relaciones existentes entre miembros, así como las recomendaciones que reciben. Esta función le permite encontrar rápidamente a los profesionales con los que desea contactar y que mejor se adaptan al perfil que usted está buscando.

# Prepare al detalle su campaña de selección de personal

La primera etapa, antes de encontrar nuevos colaboradores, consiste en preparar bien el proceso de búsqueda. Piense en cómo deben ser los candidatos con los que desearía ponerse en contacto y vaya creando su red minuciosamente.



## 1/ Hágase las preguntas correctas

Defina claramente el perfil que está buscando antes de lanzarse de lleno a la caza de talentos (¿a qué sector de actividad se dedican?, ¿en qué zona geográfica operan?, ¿cuáles son sus funciones en la actualidad?, ¿qué titulación tienen?, etc.). No olvide utilizar sinónimos del cargo o puesto que busca. No limite su búsqueda a ejecutivos, indique también las funciones de personas influyentes.

## 2/ Construya su red

Aunque LinkedIn es una herramienta formidable para encontrar a los profesionales que le interesan, es necesario tener un mínimo de contactos para poder beneficiarse de la eficacia de esta red.

Aprenda a utilizar en profundidad las herramientas que LinkedIn le ofrece gratuitamente. El objetivo consiste en relacionarse con las personas que ya conoce y en las que puede confiar. Esa será la base de su red de contactos. Notará que, si contacta con algunos miembros que trabajan en su mismo sector de actividad y zona geográfica, enseguida todas las personas de ese sector y de esa región geográfica estarán en su red de segundo y tercer nivel.

En otras palabras, no es necesario tener miles de contactos en su red para obtener resultados en LinkedIn, sino que puede bastarle un centenar de contactos si se adecúan a sus objetivos.

# Busque los perfiles adecuados

Una vez definidos con precisión sus objetivos y construida su red, es el momento de empezar la búsqueda. Para ello puede utilizar, entre otras herramientas, los parámetros disponibles en la página de búsqueda avanzada, o explorar los contactos de su red.

## 1/ Realice una búsqueda por parámetros

Puede acceder a la búsqueda por parámetros a través del enlace Avanzada, situado a la derecha de la zona de búsqueda de la página de inicio. De las distintas opciones disponibles, hay varias especialmente interesantes:

- **La opción Cargo** le permite, por ejemplo, incluir solo a los miembros que ocupan actualmente el cargo que se indique, a aquellos que lo han ocupado anteriormente o ambas cosas al mismo tiempo (opción seleccionada por defecto)
- **La opción Empresa** le brinda la posibilidad de elegir solo a los miembros que trabajan actualmente para esta empresa, los que trabajaron anteriormente o ambas cosas al mismo tiempo (opción seleccionada por defecto). También puede efectuar su búsqueda en todos los sectores de actividad simultáneamente o en uno o varios sectores determinados.
- **El campo Relación** le permite buscar entre todos los miembros de LinkedIn, limitar su búsqueda solo a los miembros que forman parte de su red o a los profesionales que pertenecen a los mismos grupos que usted.
- **El campo Relación** le permite buscar entre todos los miembros de LinkedIn, limitar su búsqueda solo a los miembros que forman parte de su red o a los profesionales que pertenecen a los mismos grupos que usted.



## 2/ Explore la red de contactos de su red y consulte nuevos perfiles

Una vez efectuadas sus propias búsquedas, no dude en explorar la red de contactos de su red para buscar a los profesionales que podrían adaptarse mejor al perfil que busca.

Para ello, acceda al perfil de sus contactos conocidos de primer nivel que ocupan el mismo cargo o función que la persona que busca. Si sigue esta estrategia, es muy posible que encuentre algún contacto relacionado con las personas que pueden ayudarle a alcanzar sus objetivos.

También puede consultar la sección «Las personas que vieron este perfil también vieron...». Verá que casi todos los perfiles mostrados trabajan en la misma empresa u ocupan el mismo cargo que el perfil que le interesa, eso sí, en una empresa diferente. De este modo podrá encontrar a otros profesionales a los que debería prestar atención.

Al hacer clic en el perfil de estas personas, observará que en muchos casos existe una relación compartida en la que no había pensado entre las personas a las que iba a solicitar ayuda. Esta información le acerca al éxito.

La opción «Las personas que vieron este perfil también vieron...» puede utilizarse con cada nuevo perfil que encuentre (y con todos sus contactos de primer nivel). ¡Es una verdadera mina de oro!



# Adopte una estrategia pasiva, activa y proactiva para optimizar su búsqueda

Además de sus opciones de búsqueda, LinkedIn le ofrece la posibilidad de llevar a cabo diferentes estrategias gratuitas o de pago para reforzar su campaña de selección de personal. Entre todas las herramientas que LinkedIn pone a su disposición para que su búsqueda de candidatos resulte eficaz, puede adoptar tres tipos de estrategia.

## 1/ Adopte una estrategia pasiva

La estrategia pasiva consiste en crear un perfil de LinkedIn atractivo, utilizar las aplicaciones para reforzar su potencial de notoriedad, apreciación y confianza, generar oportunidades e incrementar su visibilidad. Piense también en unirse a los mismos grupos que sus candidatos y posibles referentes.

Su estrategia de acción en LinkedIn será más eficaz si crea un perfil de empresa atractivo.

Si bien todas estas funcionalidades son gratuitas, también puede suscribirse a una cuenta de pago para incluir una página de Empleos en el perfil de su empresa.

## 2/ Adopte una estrategia activa

Adoptar una estrategia activa en materia de selección de personal en LinkedIn consiste en publicar regularmente actualizaciones de estado, solicitar recomendaciones, aportar información mediante la opción de compartir favoritos,

participar en grupos (iniciar debates y comentar los de los demás), publicar ofertas de empleo en los grupos correspondientes, contribuir en la sección Respuestas, confirmar su participación en eventos a través de LinkedIn y crear un grupo.

En la versión de pago, puede publicar ofertas de empleo y realizar una «Búsqueda de referencias».

## 3/ Adopte una estrategia proactiva

Para que su búsqueda sea lo más eficaz posible, debe asistir a eventos tradicionales, propuestos o no por los grupos o eventos de LinkedIn, y poner a disposición de sus colaboradores y, sobre todo, de sus futuros compañeros, las herramientas para que le ayuden a encontrar los candidatos, así como los datos necesarios para crear un buen perfil. También puede utilizar la función de pago para contactar con candidatos directamente a través de InMail.



# Publique una oferta de empleo en LinkedIn

El medio más sencillo para difundir su búsqueda de un nuevo colaborador es publicar un anuncio en la página Empleos (se accede a ella desde la barra de menú situada en la parte superior de la página). Esta opción es de pago, pero puede obtener descuentos si adquiere paquetes de contratación. La publicación de ofertas de empleo en LinkedIn ofrece funcionalidades muy interesantes.

## 1/ Utilice funciones adaptadas a sus necesidades

A la hora de publicar su oferta de empleo, puede elegir el perfil que desea destacar: responsable de selección de personal, empleado de la empresa, servicio de recursos humanos u oficina de selección de personal.

También puede reunir las candidaturas en LinkedIn, recibir notificaciones por correo electrónico o redireccionar a los candidatos a otro sitio desde donde manifestar su interés por la vacante.



## 2/ Aumente la visibilidad de su anuncio

Al publicar un anuncio, recibirá al instante un resumen de hasta veinticuatro perfiles de LinkedIn de los mejores candidatos potenciales. Además, para aumentar la visibilidad de su anuncio, este se publica automáticamente en Twitter a través de @LinkedIn\_Jobs y se agrega a la página de Empleos del perfil de su empresa. También se beneficiará de la ventaja indiscutible de aparecer rápidamente en los resultados de búsqueda de Google.

Una vez publicado el anuncio, puede hacérselo saber a sus contactos y pedirle a sus compañeros (y, sobre todo, a los futuros colaboradores del candidato) que hagan lo mismo.

Una vez publicado el anuncio, puede hacérselo saber a sus contactos y pedirle a sus compañeros (y, sobre todo, a los futuros colaboradores del candidato) que hagan lo mismo.

# Utilice las páginas Empresas y Empleos

Para aquellos responsables de selección de personal que deseen dar un paso más en su campaña, LinkedIn ofrece otras estrategias interesantes en las páginas Empresas y Empleos.

No olvide que no puede obligar a nadie a ayudar a su empresa en LinkedIn. Puesto que el perfil de un usuario es propiedad de este y no de la empresa, debe invitar y animar a sus colaboradores a participar en la búsqueda de nuevos empleados. Es su tarea brindar los recursos que ayudarán a sus empleados a convertirse, a través de sus perfiles y actividades en LinkedIn, en los mejores embajadores de su empresa.



## 1/ Modifique la presentación de su empresa para que resulte más atractiva

Ya ha descubierto que su página Empresa es un auténtico escaparate empresarial. Pero, ¿sabe que también es una excelente herramienta para seleccionar personal y captar a nuevos candidatos?

Dado que una gran parte del contenido de dicha página y de sus secciones se obtiene de los perfiles de LinkedIn de las personas que trabajan o trabajaron para la empresa, puede actuar sobre ciertos elementos clave:

- **Descripción de la empresa:** haga una descripción interesante y atractiva, sin que sea un mensaje publicitario. Sus colaboradores deben poder sentirse orgullosos de compartir esta información con sus contactos.
- **Especialidades de la empresa:** agregue algunas palabras clave que ayudarán a los usuarios a encontrar el perfil de su empresa mediante la búsqueda de esas palabras.
- **Cuenta en Twitter:** puede incluir los tuits de la cuenta de Twitter de su empresa (o de la que haya indicado).
- **Entradas de blog:** las entradas de blog de su empresa se publican automáticamente a la vez que en su blog.
- **Detalles prácticos:** puede indicar el tipo de empresa, su tamaño, su sitio web, su principal sector de actividad, su rendimiento, el año de su creación y el lugar donde está ubicada (cinco lugares como máximo).

## 2/ Consulte la lista de personas que siguen a su empresa

En la lista de los profesionales que siguen a su empresa, es muy posible que encuentre, más que en ningún otro lugar, a sus candidatos. Sin duda, esta lista es una interesante fuente de contactos

motivados e informados sobre la actividad de su empresa, su funcionamiento, sus estrategias, etc. No descuide este proceso que será, sin ninguna duda, sumamente fructífero.

### 3/ Aproveche las oportunidades que brinda la página Empleo

La página Empleo de LinkedIn solo puede «activarse» publicando una oferta de empleo en la red o suscribiéndose a una página de Empleos de pago. La página Empleo le ofrece un abanico de posibilidades que le guiarán por buen camino en su búsqueda del candidato ideal.

- **Ofrezca una experiencia personalizada:** de ese modo, su contenido se adapta a los perfiles de

LinkedIn de sus visitantes, los candidatos en busca de empleo acceden a los anuncios que corresponden con su experiencia, y usted puede controlar y actualizar su contenido.

- **Diferencie su marca** mostrando un contenido completo y atractivo: no dude en hacer participar a los empleados de su empresa, incluir videoclips o añadir apartados que den vida a su página.



### 4/ Utilice la función de estadísticas

Si realiza una campaña de selección de personal en universidades, utilice la función de estadísticas para saber cuáles son las universidades en las que han estudiado sus empleados actuales. La mayoría de las personas mantiene contacto con su antigua universidad o centro de estudios. De este modo, sus colaboradores pueden actuar como embajadores de

la empresa con los estudiantes, ya sea a través de una llamada telefónica, un mensaje enviado a un grupo de antiguos alumnos en LinkedIn o la creación de una conexión con usted. Incluso pueden acompañarle a la universidad para hablar con los estudiantes.

# Acerca de los autores

## Jan Vermeiren



Jan Vermeiren es el fundador de Networking Coach y uno de los diez mejores conferencistas belgas según la publicación *HR Tribune*.

Jan y todo su equipo imparten conferencias (exposiciones temáticas), cursos y asesoramiento personalizado sobre el tema de la creación de redes. También asesoran a las empresas para fomentar la creación de redes profesionales en eventos e integrarlas en sus estrategias de venta y de selección de personal.

Por otro lado, Jan habla sobre redes sociales y da recomendaciones en diferentes medios de comunicación, como cadenas de televisión y estaciones de radio belgas (De Zevende Dag, Lichtpunt, Radio 1), diarios y sitios web (Forbes), portales de empleo (Vacature.com, Jobat) y revistas publicadas por varias cámaras de comercio.

Jan es el autor de los libros *Let's Connect!* (Conectemos) y *LinkedIn: Construye una red de contactos para tu éxito*,

del CD sobre creación de redes *Let's Connect at an Event!* (Entremos en contacto durante un evento), del curso a distancia *Everlasting Referrals Home Study Course* (Recomendaciones duraderas) y del paquete de formación a distancia *Network Box (Home Study Course)* (Paquete sobre redes de contactos).

La versión americana de *Let's Connect!* entró en la lista de libros más vendidos en Amazon el 9 de octubre de 2007. Así, alcanzó el segundo puesto en la lista de libros en la categoría de marketing y el noveno puesto en la categoría de gestión, lo que convirtió a Jan en el primer belga en lograr un éxito semejante.

Jan y su equipo han trabajado al servicio de grandes empresas internacionales como Alcatel, Deloitte, DuPont, IBM, ING, Mobistar, Nike, SAP y Sun Microsystems, así como para pequeñas empresas y profesionales independientes.

Jan también es uno de los conferencistas invitados del curso MBA internacional de la Vlerick Leuven Gent Management School (Bélgica) y de la universidad Erasmo de Rotterdam (Países Bajos).

## Bert Verdonck



Bert Verdonck es un conferencista que desborda energía, entusiasmo y buen humor. Imparte cursos y conferencias en la empresa Networking Coach y es un excelente *lifemaker*. Bert es la encarnación de las redes.

Bert enseña a los demás a sentirse cómodos haciendo contactos y a obtener el mejor resultado posible en las redes, ya sean virtuales (LinkedIn u otras redes profesionales) o tradicionales (durante recepciones, cenas, conferencias, ferias y otros eventos).

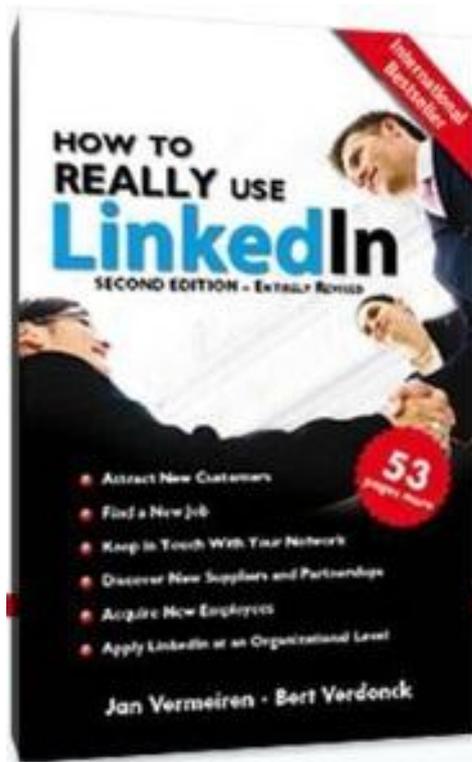
Además de brindar cursos de formación práctica y de asesoramiento personalizado sobre la creación de redes, Bert y Jan animan los seminarios en línea de Networking Coach.

Bert es el fundador de *Genius Shortcuts* (Atajos inteligentes), su visión personal del llamado *life hacking*, es decir, del aumento de la productividad diaria. ¿Alguna vez se ha preguntado qué podría hacer si tuviera dos horas más cada día?

Bert ya ha ayudado a miles de personas a aumentar su productividad y a ganar varias horas cada día.

Como buen *lifemaker*, Bert publicó tres libros en un año. Es coautor de *Your Book in 100 Days* (Su libro en 100 días), *175 Lifehackingtips* (175 astucias de *lifemaker*) y *The Wealth Garden* (El jardín de las riquezas). También participó en la creación del CD *Genius Shortcuts* (Atajos inteligentes) y de la obra *How to Shorten Your Workday by 2 Hours?* (Cómo quitar dos horas de su jornada de trabajo). Actualmente colabora con Jan como coautor de la segunda edición de *LinkedIn: Construye una red de contactos para tu éxito*.

En Bélgica, Bert es un eminente *lifemaker* y asesor en creación de redes, y en el ámbito internacional su reputación crece de manera fulgurante. Ha impartido conferencias en Francia, Hong Kong, India, Indonesia, Nueva Zelanda, los Países Bajos, el Reino Unido y Suiza.



Más información sobre el libro  
*LinkedIn: Construye una red de contactos para tu éxito* en: [www.how-to-really-use-linkedin.com](http://www.how-to-really-use-linkedin.com)

## Contacte con nosotros

LinkedIn España  
Edificio Cuzco  
Paseo de la  
Castellana 135  
Madrid

Email: [sales@linkedin.com](mailto:sales@linkedin.com)

Web: <http://es.talent.linkedin.com/>

