Guía para escribir mensajes InMail de LinkedIn eficaces

Los mensajes InMail de LinkedIn te permiten comunicarte de tú a tú con los mejores —y más codiciados— candidatos de tu mercado, suscitando su atención y provocando una respuesta por su parte. Pero ¿sabes redactar un mensaje InMail que genere una respuesta del candidato y le haga interesarse por la oportunidad laboral que le ofreces?

En esta guía te explicaremos cómo llegar a los candidatos que te interesan con los mensajes InMail, una de las herramientas más eficaces y populares de LinkedIn.

03 La importancia de tener una estrategia de mensajes InMail

04 Personalización: la clave para escribir mensajes eficaces

07 Errores comunes en los mensajes InMail

09 Cuándo enviar tu mensaje InMail

10 El toque final: el asunto del mensaje

11 Afina aún más tu enfoque con los análisis

La importancia de tener una estrategia de mensajes InMail

Un buen mensaje InMail es el primer paso para captar a los candidatos más cualificados. Por eso, antes de ponerte manos a la obra, piensa bien en el enfoque que vas a dar a tu mensaje. Recuerda:

Los mensajes InMail son un **reflejo de tu empresa.** Todos los puntos en común que tiene un candidato con tu empresa consiguen crear una marca de empleador sólida y atractiva.

Esa primera toma de contacto también ayuda a **preparar el terreno** para lo que vendrá después. Crear una primera experiencia positiva favorecerá el éxito del proceso de selección.

Por último, no olvides que como experto en selección también tienes una **marca personal.** Merece la pena dedicar tiempo a cuidar tu imagen profesional, ya que así los candidatos te verán como un interlocutor de confianza.

«LinkedIn nos da acceso a un enorme banco de datos profesionales, y nos permite contactar con posibles candidatos de forma sencilla y eficaz. En mi departamento tenemos un índice de respuesta a los mensajes InMail superior a la media, ya que enviamos mensajes InMail personalizados: primero consultamos toda la información profesional que ha compartido un candidato en LinkedIn, y después vemos qué contactos tiene en común con nuestra empresa».

Suzanne Myers

Director, Talent Acquisition
Real Page

Personalización: la clave para escribir mensajes eficaces

Ponte en el lugar de un candidato pasivo e imagina que te escribe un técnico de selección al que no conoces de nada. ¿Cuál es la mejor manera de ganarse la confianza de alguien que quizá no esté buscando empleo de forma activa?

La clave es redactar tus mensajes InMail cuidando todos los detalles para establecer una conexión real con la persona a la que te diriges. Si personalizas tu mensaje —por ejemplo, mencionando cosas que tenéis en común, o una competencia o puesto anterior que has visto en su perfil— tienes más posibilidades de recibir una respuesta.

LinkedIn Recruiter te da acceso instantáneo a la información que necesitas para enviar un mensaje InMail personalizado, ya que te muestra todo lo que tienes en común con la persona cuyo perfil estás consultando.

6 formas de personalizar tus mensajescon LinkedIn Recruiter

01 Contactos en común

LinkedIn Recruiter te indica los contactos que el candidato tiene en común contigo y con tu empresa, para que puedas mencionarlos en tu mensaje InMail. Puedes incluso usar el filtro «Relación» de Recruiter para llegar a tus contactos de segundo grado; así habrá más posibilidades de que tengáis contactos en común.

02 Grupos en común

Usa el filtro «Mis grupos» para encontrar a personas que estén en los mismos grupos que tú. Echa un vistazo a algunos de los debates más recientes de esos grupos y menciónalos en tu mensaje InMail: es una buena forma de romper el hielo con el candidato. Tienes un **21% más de probabilidades** de recibir respuesta de un candidato si envías un mensaje InMail a alguien con quien tienes un grupo en común.

03 Empresas en común

LinkedIn Recruiter también te avisa cuando has trabajado en la misma empresa que el candidato al que quieres dirigirte,
– o cual viene muy bien para tener puntos en común con esa persona. Mencionar una empresa en común aumenta en un **27%** las probabilidades de recibir respuesta a un mensaje InMail.

6 formas de personalizar tus mensajescon LinkedIn Recruiter

(continuación)

04 4 Educación en común

Cuando redactas tu mensaje InMail, Recruiter también te indica si has estudiado en la misma universidad que la persona a la que te diriges. Mencionar una universidad en común es otra buena forma de iniciar una conversación y de suscitar la atención del candidato..

05 5 Seguidores de la empresa

De media, cada miembro de LinkedIn sigue a unas seis empresas en LinkedIn. Por eso es probable que los seguidores de tu empresa ya tengan un gran interés en ella. Las personas que siguen a tu empresa en LinkedIn son un **81% más proclives** a responder a tus mensajes InMail que quienes no la siguen. Usa el filtro «Seguidores de la empresa» para encontrar a esas personas.

06 Intereses en común

Por último, no olvides consultar el perfil del candidato en busca de intereses en común, actividades de voluntariado u otros aspectos que te ayuden a crear una conexión.

Errores comunes en los mensajes InMail

A lo largo de los años, en LinkedIn hemos reunido mucha información y opiniones sobre lo que funciona a la hora de redactar mensajes InMail. ¿Y eso qué significa? Que también sabemos mucho sobre lo que no funciona.

Si quieres causar una buena impresión entre los candidatos y conseguir un porcentaje de respuestas elevado, recuerda que el objetivo de tu primer mensaje InMail a un candidato es establecer una conexión e iniciar un diálogo.

Estas son algunas de las cosas que no debes hacer a la hora de redactar un mensaje InMail:

- **No le pidas el currículo en el primer mensaje.** Si te centras exclusivamente en tus necesidades, y no en las del candidato, este perderá interés rápidamente. Valora sus logros, pregúntale por sus intereses y objetivos profesionales, y determina si tiene el perfil adecuado para el puesto antes de pedirle el currículo o que envíe su candidatura.
- **En el primer mensaje, no pidas al candidato nombres de otras personas que pudieran estar interesadas en la vacante.** Este es un error común entre los técnicos de selección y da la idea de que solo te importa tu trabajo, no las necesidades del candidato. Dedica tiempo a reforzar tu credibilidad y a ganarte su confianza, y conseguirás que el candidato esté más receptivo a darte referencias de otras personas.

Errores comunes en los mensajes InMail

(continuación)

- **No ofrezcas al candidato un puesto de nivel inferior al que ocupa actualmente.** Según nuestros datos, casi el 70% de los miembros que empezaron en un puesto nuevo en los últimos 12 meses ascendieron o cambiaron a un puesto del mismo nivel.
- **No ofrezcas al candidato un contrato temporal si ya tiene un contrato a tiempo completo en su empresa actual.** A la hora de contactar con un posible candidato, es fundamental conocer su trayectoria profesional para que el contacto inicial sea fructífero. Si el candidato ha tenido contratos indefinidos y ha ido progresando en su carrera profesional, es probable que no se muestre receptivo a la idea de firmar un contrato temporal de tres meses. Iniciar una conversación con este enfoque reduce tu credibilidad al instante y afecta negativamente no solo a tu marca de empleador, sino también a tu marca personal como técnico de selección.
- **No te dirijas a candidatos cuyo perfil y experiencia no encajan con el puesto.** Si lo haces, lo más seguro es que tu mensaje InMail acabe en la papelera. Cuando escribas a un candidato, debes personalizar tu mensaje para esa persona específica. Además, asegúrate de que el puesto que le ofreces es adecuado a su experiencia.

Cuándo enviar tu mensaje InMail

De media, los usuarios de LinkedIn Recruiter envían casi un millón de mensajes InMail a miembros de LinkedIn cada semana. Por eso es tan importante que tu mensaje destaque entre la multitud.

El día de la semana importa: nunca envíes un mensaje InMail durante el fin de semana. Los mensajes InMail enviados en sábado tienen un **16% menos de probabilidades** de recibir respuesta comparados con los que se envían en días laborables.

También hay unas horas mejores que otras: **entre las 9 y las 10 de la mañana (hora local del destinatario), los jueves.** Hay un **12% más de probabilidades** de recibir respuesta a esas horas que un viernes por la tarde, cuando la gente está pensando ya en el fin de semana.

El toque final: el asunto del mensaje

Cuando tengas ya tu mensaje InMail a punto, dedica unos momentos a escribir el asunto. Tu objetivo es captar la atención del destinatario sin perder el tono profesional. Hazte esta pregunta: ¿El asunto de mi mensaje es breve y atractivo? Si no lo es, modifícalo hasta que sea llamativo y fácil de leer.

Como sabes, cada vez es más frecuente leer los mensajes en dispositivos móviles. Por eso es esencial que el asunto suscite la atención del destinatario y le incite a abrir tu mensaje InMail y leerlo.

Aquí te damos algunas ideas para que tu asunto sea atractivo:

- Di algo positivo sobre el perfil del candidato.
- Si el candidato ha visto tu perfil, agradéceselo en el asunto.
- Menciona algo que tengas en común con el candidato o algo que hayas visto en su perfil, como «Veo que te gusta el golf».

También puedes usar la creatividad: consulta el perfil del candidato y escribe un asunto relacionado con la empresa o sector donde trabaja. Por ejemplo, si te diriges a un candidato que trabaja en una empresa de videojuegos, el asunto podría ser «¿Cuál es tu videojuego favorito?».

Afina aún más tu enfoque con los análisis

Ahora que sabes **cómo** y **cuándo** dirigirte a los candidatos que te interesan con los mensajes InMail, es momento de consultar los **análisis de mensajes InMail** para ver si estás consiguiendo los resultados deseados.

Antes de profundizar en los informes de análisis de mensajes InMail, veamos un poco de terminología. En la parte inferior de los mensajes InMail hay dos botones: **Responder al mensaje** y **No me interesa.**

Los cálculos de la derecha también incluyen los mensajes InMail gratuitos enviados a tus contactos y a miembros de OpenLink. Sin embargo, no incluyen los mensajes que envías a los candidatos por correo electrónico.

Mensajes InMail aceptados = número de mensajes a los que los candidatos responden haciendo clic en **Responder al mensaje**

Mensajes InMail rechazados = número de mensajes a los que los candidatos responden haciendo clic en **No me interesa**, sea cual sea el motivo

Mensajes InMail pendientes (sin respuesta) = número de mensajes a los que los candidatos no han respondido

Mensajes InMail totales = mensajes aceptados + rechazados + pendientes

Índice de aceptación = (mensajes aceptados) / (mensajes totales)

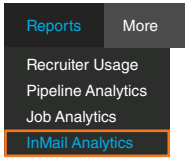
Porcentaje de respuesta = (mensajes aceptados + mensajes rechazados) / (mensajes totales)

Afina aún más tu enfoque con los análisis

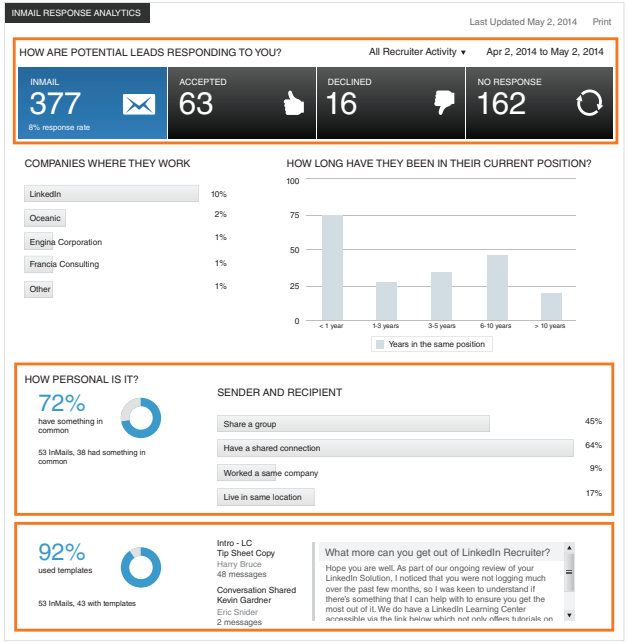
Sigue estos pasos para consultar el informe de análisis de mensajes InMail en LinkedIn Recruiter:

01 Inicia sesión en Recruiter.

02 Pasa el cursor por encima de **Informes** y haz clic en **Análisis de mensajes InMail.**



03 En la parte superior de la página encontrarás información sobre.



Afina aún más tu enfoque con los análisis

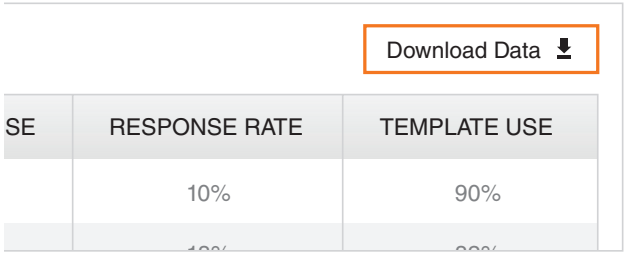
Sigue estos pasos para consultar el informe de análisis de mensajes InMail en LinkedIn Recruiter:

(continuación)

Toda esta información resulta muy útil para saber qué grupos de candidatos responden mejor y cuáles peor. De este modo podrás ir definiendo y adaptando tu estrategia de mensajes InMail. Como responsable de selección, además, esta información te permite conocer el rendimiento de tus técnicos de selección. ¿Quieres más detalles? Descarga la guía de consejos sobre análisis de mensajes InMail.

04

Más abajo encontrarás la tabla **Datos de análisis,** que resume la actividad relativa a mensajes InMail de los titulares de licencia de tu panel. Haz clic en **Descargar datos** para descargar esa información en un archivo .CSV.



Soluciones para selección de personal de LinkedIn

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 300 millones de miembros de todo el planeta, incluidos directivos de todas las empresas de la lista Fortune 500, LinkedIn es la mayor red profesional del mundo.

Las soluciones para selección de personal de LinkedIn están pensadas para ayudar a empresas de todos los tamaños a encontrar y captar a los mejores candidatos. Nuestro objetivo es que los miembros de LinkedIn estén satisfechos con nuestros servicios.

Linked in